

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO  
DESTINO MAULESUR  
REGIÓN DEL MAULE**

**INFORME FINAL**

**SERVICIO DE DISEÑO Y  
ELABORACIÓN DE PLAN DE  
DESARROLLO TURÍSTICO DESTINO  
MAULE TERMAL, NATURAL Y  
CULTURAL**

Elaborado por:

  
**DTS** CONSULTORES  
INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

**Abril 2016**

## TABLA DE CONTENIDO

|                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. PRESENTACIÓN .....</b>                                                                            | <b>6</b>  |
| <b>2. DIAGNÓSTICO INICIAL .....</b>                                                                     | <b>10</b> |
| <b>2.1 Antecedentes regionales generales .....</b>                                                      | <b>10</b> |
| <b>2.2 Caracterización socio estadística general de la región .....</b>                                 | <b>11</b> |
| <b>2.3 Caracterización socio territorial general .....</b>                                              | <b>11</b> |
| 2.3.1 Caracterización productiva de la región .....                                                     | 14        |
| <b>2.4 Área de estudio .....</b>                                                                        | <b>16</b> |
| 2.4.1 Descripción territorial del área de estudio .....                                                 | 16        |
| 2.4.2 Descripción socio - estadística comparada .....                                                   | 17        |
| 2.4.3 Descripción económica - productiva por comuna .....                                               | 20        |
| 2.4.3.1 San Javier .....                                                                                | 20        |
| 2.4.3.2 Yerbab Buenas .....                                                                             | 21        |
| 2.4.3.3 Colbún .....                                                                                    | 22        |
| 2.4.3.4 Linares .....                                                                                   | 22        |
| 2.4.3.5 Retiro .....                                                                                    | 23        |
| 2.4.3.6 Parral .....                                                                                    | 24        |
| 2.4.3.7 Longaví .....                                                                                   | 24        |
| 2.4.3.8 Cauquenes .....                                                                                 | 24        |
| <b>2.5 Descripción histórica del territorio .....</b>                                                   | <b>25</b> |
| 2.5.1 El Destino y sus principales asentamientos .....                                                  | 25        |
| 2.5.1.1 Villa Alegre .....                                                                              | 25        |
| 2.5.1.2 San Javier .....                                                                                | 26        |
| 2.5.1.3 Yerbab Buenas .....                                                                             | 26        |
| 2.5.1.4 Colbún .....                                                                                    | 27        |
| 2.5.1.5 Linares .....                                                                                   | 27        |
| 2.5.1.6 Retiro .....                                                                                    | 28        |
| 2.5.1.7 Parral .....                                                                                    | 29        |
| 2.5.1.8 Longaví .....                                                                                   | 30        |
| 2.5.1.9 Cauquenes .....                                                                                 | 30        |
| <b>3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO .....</b>                                                                   | <b>32</b> |
| <b>3.1 Antecedentes de la actividad turística .....</b>                                                 | <b>32</b> |
| 3.1.1 Economía local .....                                                                              | 32        |
| 3.1.2 Importancia del turismo como actividad económica .....                                            | 32        |
| <b>3.2 Normativa legal e instrumentos de planificación que influyen en la actividad turística .....</b> | <b>33</b> |
| 3.2.1 Consideraciones previas .....                                                                     | 33        |
| 3.2.2 Normativas Regionales .....                                                                       | 34        |
| 3.2.2.1 Gobierno Regional .....                                                                         | 34        |
| 3.2.2.1.1 Estrategia Regional de Desarrollo del Maule 2008-2020 .....                                   | 34        |
| 3.2.2.1.2 Plan Regional de Gobierno Región del Maule 2014-2018 .....                                    | 34        |
| 3.2.2.2 Servicio Nacional de Turismo .....                                                              | 36        |
| 3.2.2.2.1 Áreas Turísticas Prioritarias .....                                                           | 36        |
| 3.2.2.2.2 Zonas y Centros de Interés Turísticos .....                                                   | 38        |
| 3.2.2.2.3 Plan de Acción Región del Maule, sector turismo, 2014- 2018 .....                             | 40        |
| 3.2.3 Normativas comunales .....                                                                        | 43        |
| 3.2.3.1 Plan de Desarrollo Comunal .....                                                                | 43        |
| 3.2.3.2 Plan Regulador Comunal (PRC) .....                                                              | 47        |
| 3.2.3.3 Plan de Desarrollo Turístico Comunal .....                                                      | 51        |
| 3.2.3.4 Plan Integral de Regeneración Urbana .....                                                      | 52        |
| 3.2.3.5 PRU Colbún .....                                                                                | 52        |
| 3.2.3.6 PRU Parral .....                                                                                | 52        |
| 3.2.3.7 PRU Villa Alegre .....                                                                          | 53        |
| 3.2.3.8 Plan Integral de Reconstrucción Patrimonial .....                                               | 53        |

|            |                                                                                                          |            |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2.3.9    | Sauzal proyecto destacado comuna de Cauquenes.....                                                       | 54         |
| <b>3.3</b> | <b>Caracterización de la oferta turística .....</b>                                                      | <b>55</b>  |
| 3.3.1      | Consideraciones previas .....                                                                            | 55         |
| 3.3.2      | Atractivos turísticos.....                                                                               | 56         |
| 3.3.2.1    | Festividades locales .....                                                                               | 59         |
| 3.3.2.2    | Áreas silvestres protegidas .....                                                                        | 60         |
| 3.3.2.3    | Monumentos nacionales en el territorio en estudio.....                                                   | 60         |
| 3.3.2.4    | Productos turísticos .....                                                                               | 66         |
| 3.3.2.5    | Sendero de Chile.....                                                                                    | 67         |
| 3.3.2.6    | Rutas Patrimoniales .....                                                                                | 67         |
| 3.3.3      | Planta turística .....                                                                                   | 69         |
| 3.3.3.1    | Alojamiento turístico .....                                                                              | 69         |
| 3.3.3.2    | Servicios de alimentación.....                                                                           | 74         |
| 3.3.4      | Análisis del sistema de certificación de calidad .....                                                   | 75         |
| 3.3.4.1    | Consideraciones previas .....                                                                            | 75         |
| 3.3.4.2    | Grado de conocimiento sobre las Normas de calidad para servicios de alojamiento .....                    | 75         |
| 3.3.4.3    | Grado de conocimiento sobre calidad para servicios de alimentación .....                                 | 78         |
| 3.3.5      | Certificación de calidad en el territorio MauleSur .....                                                 | 80         |
| 3.3.6      | Actividades turísticas .....                                                                             | 80         |
| 3.3.7      | Empresas tour operadoras y su oferta de servicios .....                                                  | 82         |
| 3.3.8      | Infraestructura de apoyo Región del Maule .....                                                          | 83         |
| <b>3.4</b> | <b>Caracterización de la demanda turística .....</b>                                                     | <b>85</b>  |
| 3.4.1      | Consideraciones previas .....                                                                            | 85         |
| 3.4.2      | Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico .....                    | 85         |
| 3.4.3      | Evolución de las llegadas y pernoctaciones de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico..... | 87         |
| 3.4.4      | Estacionalidad de las llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico .....            | 89         |
| 3.4.5      | Visitantes ingresados a las áreas silvestres protegidas.....                                             | 93         |
| 3.4.6      | Perfil del turista que visita el territorio MauleSur .....                                               | 94         |
| 3.4.7      | Aspectos relevantes sobre la demanda potencial .....                                                     | 98         |
| 3.4.8      | Proyección de demanda territorio MauleSur .....                                                          | 100        |
| 3.4.8.1    | Análisis de sensibilidad .....                                                                           | 102        |
| <b>3.5</b> | <b>Definición de agentes que inciden en el desarrollo turístico del territorio ....</b>                  | <b>106</b> |
| <b>3.6</b> | <b>Identificación del modelo de gestión de desarrollo turístico actual .....</b>                         | <b>108</b> |
| <b>4.</b>  | <b>REVISIÓN DE PLANES Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO REGIONALES .....</b>                                   | <b>110</b> |
| 4.1        | Introducción y metodología.....                                                                          | 110        |
| 4.2        | Análisis de los competidores y buenas practicas destinos turísticos .....                                | 111        |
| 4.2.1      | Destino Malargue, Provincia de Mendoza (Argentina).....                                                  | 111        |
| 4.2.2      | Destino San Martín de Los Andes, Provincia de Neuquén (Argentina) .....                                  | 120        |
| 4.2.3      | Destino Valle Las Trancas, Región del Biobío (Chile) .....                                               | 127        |
| 4.2.4      | Destino Siete Lagos, Panguipulli (Chile) .....                                                           | 134        |
| 4.3        | Conclusiones y recomendaciones revisión de planes y estrategias .....                                    | 141        |
| <b>5.</b>  | <b>PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA .....</b>                                                          | <b>144</b> |
| 5.1        | Consideraciones previas .....                                                                            | 144        |
| 5.2        | Proceso de formulación de la imagen objetivo del destino .....                                           | 144        |
| 5.2.1      | Introducción a la imagen objetivo .....                                                                  | 144        |
| 5.2.2      | Preparación y taller de creación de imagen objetivo.....                                                 | 146        |
| 5.2.3      | Resultados taller de creación de imagen objetivo .....                                                   | 148        |
| 5.3        | Proceso de formulación de la estrategia de desarrollo turístico de MauleSur .....                        | 152        |
| 5.3.1      | Consideraciones previas .....                                                                            | 152        |
| 5.3.2      | Presentación imagen objetivo a la comunidad .....                                                        | 153        |
| 5.3.3      | Presentación y validación de la estrategia de desarrollo turístico de MauleSur .....                     | 154        |
| 5.3.4      | Propuesta de imagen objetivo turística MauleSur .....                                                    | 157        |

|             |                                                                                             |            |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.3.4.1     | Preparación guion turístico territorial MauleSur .....                                      | 157        |
| 5.3.4.2     | Presentación del guion turístico territorial y la imagen objetivo a la comunidad .....      | 157        |
| <b>6.</b>   | <b>IMAGEN OBJETIVO Y GUION TURÍSTICO TERRITORIAL DESTINO MAULESUR ...</b>                   | <b>160</b> |
| <b>6.1</b>  | <b>Guion turístico territorial MauleSur .....</b>                                           | <b>160</b> |
| 6.1.1       | Introducción .....                                                                          | 160        |
| 6.1.2       | Metodología para la conformación de un guion turístico en un territorio .....               | 161        |
| 6.1.3       | Desarrollo del guion turístico para MauleSur .....                                          | 166        |
| 6.1.3.1     | Identificación del patrimonio natural y cultural .....                                      | 166        |
| 6.1.3.2     | Ejes temáticos a relevar en el territorio .....                                             | 167        |
| 6.1.3.3     | Visión general .....                                                                        | 184        |
| 6.1.3.4     | Definición de experiencias turísticas .....                                                 | 185        |
| 6.1.3.5     | Propuesta de proyectos e intervenciones en el territorio .....                              | 189        |
| <b>6.2</b>  | <b>Determinación de la imagen objetivo turística .....</b>                                  | <b>194</b> |
| 6.2.1       | Imagen objetivo conceptual .....                                                            | 194        |
| 6.2.2       | Imagen objetivo gráfica del destino .....                                                   | 195        |
| <b>7.</b>   | <b>ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL DESTINO MAULE SUR .....</b>                                 | <b>196</b> |
| <b>7.1</b>  | <b>Estrategia de desarrollo turístico MauleSur .....</b>                                    | <b>196</b> |
| <b>7.2</b>  | <b>Análisis situacional comunas que integran el destino MauleSur .....</b>                  | <b>198</b> |
| 7.2.1       | Análisis del ciclo de vida turística de las comunas que integran el MauleSur ....           | 198        |
| 7.2.2       | Requerimientos estratégicos para el desarrollo integral de las comunas del MauleSur .....   | 201        |
| <b>8.</b>   | <b>MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO MAULE SUR .....</b>                              | <b>209</b> |
| <b>8.1</b>  | <b>Proceso de conformación de una organización para el destino MauleSur .....</b>           | <b>209</b> |
| <b>8.2</b>  | <b>Estructura de trabajo de la OGD del destino MauleSur .....</b>                           | <b>210</b> |
| <b>9.</b>   | <b>CARTERA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS Y SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLADETUR MAULESUR .....</b> | <b>218</b> |
| <b>9.1</b>  | <b>Consideraciones previas .....</b>                                                        | <b>218</b> |
| <b>9.2</b>  | <b>Programas y proyectos PLADETUR MauleSur .....</b>                                        | <b>219</b> |
| 9.2.1       | Programas gobernanza y asociatividad .....                                                  | 219        |
| 9.2.1.1     | Programa: Organización del destino .....                                                    | 219        |
| 9.2.1.2     | Programa: Fortalecimiento del turismo a nivel municipal .....                               | 222        |
| 9.2.2       | Programas infraestructura de apoyo e inversión en turismo .....                             | 224        |
| 9.2.2.1     | Programa: Infraestructura básica y complementaria .....                                     | 224        |
| 9.2.2.2     | Programa: Inversión en turismo .....                                                        | 227        |
| 9.2.3       | Programas de fomento productivo .....                                                       | 230        |
| 9.2.3.1     | Programa: Emprendimiento y empresa .....                                                    | 230        |
| 9.2.4       | Programas formación continua del capital humano .....                                       | 234        |
| 9.2.4.1     | Programa: Formación y profesionalización de los negocios turísticos del MauleSur .....      | 234        |
| 9.2.4.2     | Programa: Cultura turística en el destino MauleSur .....                                    | 236        |
| 9.2.5       | Programas calidad, innovación y competitividad .....                                        | 237        |
| 9.2.5.1     | Programa: Experiencias turísticas del MauleSur .....                                        | 237        |
| 9.2.5.2     | Programa: calidad, innovación y sustentabilidad del MauleSur .....                          | 239        |
| 9.2.6       | Programas difusión, promoción y marketing turístico .....                                   | 241        |
| 9.2.6.1     | Programa: Difusión interna del PLADETUR .....                                               | 241        |
| 9.2.6.2     | Programa: Plan de marketing del destino MauleSur .....                                      | 242        |
| <b>10.</b>  | <b>DIAGNÓSTICO DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES .....</b>                                        | <b>244</b> |
| <b>10.1</b> | <b>Introducción .....</b>                                                                   | <b>244</b> |
| <b>10.2</b> | <b>Inversión turística MauleSur .....</b>                                                   | <b>244</b> |
| <b>10.3</b> | <b>Imagen objetivo y perfil del inversionista .....</b>                                     | <b>246</b> |
| 10.3.1      | Imagen objetivo .....                                                                       | 246        |
| 10.3.2      | Criterios de inversión .....                                                                | 246        |
| 10.3.3      | Perfil inversor .....                                                                       | 247        |
| <b>10.4</b> | <b>Programa de atracción de inversiones MauleSur .....</b>                                  | <b>248</b> |
| 10.4.1      | Etapas para generar el proceso de atracción .....                                           | 248        |



|             |                                                                                                                   |            |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 10.4.2      | Propuesta programa de atracción inversiones .....                                                                 | 249        |
| <b>10.5</b> | <b>Oportunidades de inversiones MauleSur .....</b>                                                                | <b>253</b> |
| <b>10.6</b> | <b>Recomendaciones en la temática atracción de inversiones .....</b>                                              | <b>254</b> |
| <b>11.</b>  | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PLADETUR MAULESUR .....</b>                                                     | <b>255</b> |
| <b>12.</b>  | <b>ANEXOS .....</b>                                                                                               | <b>257</b> |
| 12.1        | ANEXO N° 1. Folleto Pladetut MauleSur .....                                                                       | 257        |
| 12.2        | ANEXO N° 2. Estrategia regional de desarrollo 2008 -2020 .....                                                    | 258        |
| 12.3        | ANEXO N° 3. Excel de atractivos turísticos .....                                                                  | 263        |
| 12.4        | ANEXO N° 4. Bases de datos planta turística y archivo fotográfico .....                                           | 264        |
| 12.5        | ANEXO N° 5. Ficha de recopilación de información para la construcción de imagen objetivo del MauleSur .....       | 265        |
| 12.6        | ANEXO N° 6. Listas de asistencia primer taller participativo .....                                                | 268        |
| 12.7        | ANEXO N° 7. Listas de asistencia segundo taller participativo .....                                               | 269        |
| 12.8        | ANEXO N° 8. Listas de asistencia tercer taller participativo .....                                                | 272        |
| 12.9        | ANEXO N° 9. Logo MauleSur .....                                                                                   | 277        |
| 12.10       | ANEXO N° 10. Manual de marca MauleSur .....                                                                       | 278        |
| 12.11       | ANEXO N° 11. Fotografías merchandising .....                                                                      | 279        |
| 12.12       | ANEXO N° 12. Ciclo de vida de un destino turístico .....                                                          | 280        |
| 12.13       | ANEXO N° 13. Base de datos contactos participantes en mesa de trabajo .....                                       | 282        |
| 12.14       | ANEXO N° 14. Listados de asistencia mesas de trabajo .....                                                        | 283        |
| 12.15       | ANEXO N° 15. Protocolo OGD MauleSur .....                                                                         | 294        |
| 12.16       | ANEXO N° 16. Seminario de cierre Pladetut MauleSur .....                                                          | 295        |
| 12.17       | ANEXO N° 17. Propuesta de proyecto para postulación instrumento de fomento.....<br>continuidad trabajo OGD .....  | 301        |
| 12.18       | ANEXO N° 18. Instrumentos de fomento asociados a la cartera de programas del<br>PLADETUR .....                    | 304        |
| 12.19       | ANEXO N° 19. Sistema de monitoreo y control de la cartera de programas y<br>proyectos del PLADETUR MauleSur ..... | 307        |

## 1. PRESENTACIÓN

El presente documento, corresponde al informe final de la consultoría “SERVICIO DE DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DESTINO MAULE TERMAL, NATURAL Y CULTURAL”, que fuera adjudicado por DTS Consultores a partir de un mandato del Gobierno Regional y teniendo como mandante al Sernatur Maule.

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 el destino priorizado, 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.

Cabe destacar que el turismo es una actividad económica, social y cultural de carácter transversal a la producción general de una zona, la cual ofrece oportunidades para la diversificación de la economía local, crear negocios de pequeña envergadura, generar demanda de mano de obra, contribuyendo a promover la igualdad entre hombres y mujeres, ya que a estas últimas les otorga un porcentaje relativamente superior que 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**. Es en este contexto que los nueve municipios del destino: Cauquenes, Colbún, Linares, Longaví, Parral, Retiro, San Javier, Villa Alegre y Yerbabuenas, hoy en día cuentan con esta carta de navegación que pueda orientar el trabajo y la implementación de la mayor cantidad de programas posibles, para asegurar su éxito.

Uno de los principales resultados de este proceso de elaboración del PLADETUR, fue la definición de la marca, lo que implica un cambio –que se verá a través del documento- en la forma como se menciona al destino. El diagnóstico fue elaborado en base a un destino denominado “Maule termal, natural y cultural”, no obstante, durante los diversos procesos a nivel de imagen y proyección del destino, finalmente la marca elegida y validada fue “MauleSur”, por lo que todos los elementos relacionados fueron realizados con este nombre como resultado final.



Durante el período de elaboración del PLADETUR, se lleva a cabo un proceso de conformación de una organización, que se le denomina OGD -Organización de Gestión de Destino-, que tiene como objetivo guiar la implementación del PLADETUR durante los siguientes cinco años, controlando de manera permanente que los programas se lleven a cabo en la mayor medida posible. Esta se estructura con SERNATUR como la secretaría técnica, los encargados de turismo (o delegado para tal función) de cada municipio y representantes privados de todas las comunas del MauleSur.



Una vez terminada la cartera de programas y proyectos, se generó un resumen ejecutivo en formato de folleto de 24 páginas para ser entregado en un evento de finalización realizado el viernes 6 de mayo de 2016 en la comuna de San Javier. Donde se realiza un seminario con charlas en torno a la asociatividad y las experiencias turísticas, además, de presentar los principales resultados del estudio.





Otro resultado de este estudio se relaciona con la generación de un portal de toda la oferta del destino, el que se espera sea usado por los empresarios turísticos, SERNATUR, los servicios públicos y la comunidad en general con el fin de facilitar el acceso a la demanda y contar con un formato de visualización del destino más profesional.



<http://malesur.teramaps.cl/index.php/home/?v=dt5>

Por otro lado, y con el fin de empoderar a los empresarios en torno a su destino, se elabora merchandising en distintos formatos, el que es entregado a la Organización de Gestión de Destino para ser utilizado para las relaciones públicas de su mandato.



Todo lo anterior, se entrega en este documento final, que recopila tres informes parciales y se entrega en 12 capítulos que ordenan los resultados.

1. Presentación
2. Diagnóstico inicial
3. Diagnóstico turístico
4. Revisión de planes y estrategias de desarrollo regionales
5. Proceso de participación ciudadana
6. Imagen objetivo y guion turístico territorial destino MauleSur
7. Estrategia de desarrollo del destino MauleSur
8. Modelo de gestión turística del destino MauleSur
9. Cartera de programas y proyectos y seguimiento y control del Pladetur MauleSur
10. Diagnóstico de atracción de inversiones
11. Conclusiones y recomendaciones
12. Anexos

Los capítulos del informe a su vez, se robustecen con los distintos anexos generados a través del proceso de elaboración del PLADETUR. Con el identificador de Anexo N° 1 es factible encontrar el Folleto PLADETUR MauleSur (en este documento se entrega una imagen de la portada del mismo, ya que el archivo completo se entrega en formato digital).



## 2. DIAGNÓSTICO INICIAL

### 2.1 Antecedentes regionales generales

La Región del Maule posee una superficie de 30.296,1 km<sup>2</sup>, lo que representa el 4% del país. La capital regional es la ciudad de Talca, emplazada a orillas del río Claro y casi equidistante de Santiago (250 km), Valparaíso (372 km) y Concepción (261 km), los tres centros principales de producción y consumo nacional.

Su límite norte es la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins, sur la Región del Bío-Bío, oeste el Océano Pacífico y este la República de Argentina, en específico el sur de la Provincia de Mendoza y el extremo norte de la Provincia de Neuquén<sup>1</sup>.

La Región del Maule se divide en cuatro provincias y 30 comunas: nueve comunas en la Provincia de Curicó; diez comunas en la Provincia de Talca; ocho comunas en la Provincia de Linares; y tres comunas en la Provincia de Cauquenes.

**Tabla n° 1. Mapa límites comunales Región del Maule**

| MAPA LÍMITES COMUNALES |  | PROVINCIA        | COMUNA                                                                                                                                                            |
|------------------------|--|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        |  | <b>Cauquenes</b> | 1. Cauquenes<br>2. Chanco<br>3. Pelluhue                                                                                                                          |
|                        |  | <b>Curicó</b>    | 4. Curicó<br>5. Hualañé<br>6. Licantén<br>7. Molina<br>8. Rauco<br>9. Romeral<br>10. Sagrada Familia<br>11. Teno<br>12. Vichuquén                                 |
|                        |  | <b>Linares</b>   | 13. Colbún<br>14. Linares<br>15. Longaví<br>16. Parral<br>17. Retiro<br>18. San Javier<br>19. Villa Alegre<br>20. Yervas Buenas                                   |
|                        |  | <b>Talca</b>     | 21. Constitución<br>22. Curepto<br>23. Empedrado<br>24. Maule<br>25. Pelarco<br>26. Penciahue<br>27. Río Claro<br>28. San Clemente<br>29. San Rafael<br>30. Talca |

Fuente: Propuesta de Política Regional de Desarrollo Rural Región Del Maule. U de Talca, 2009.

<sup>1</sup>DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: "PROPUESTA DE POLITICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE". UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

## 2.2 Caracterización socio estadística general de la región

Al año 2014 se estimaba en la Región del Maule una población de 1.035.593 habitantes<sup>2</sup>. Estimaciones del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) indican que Talca es la ciudad más poblada con 205.089 habitantes, seguida por Curicó de 139.700 habitantes. La región alcanza un índice de ruralidad de 32,9%, cifra que dobla el porcentaje nacional de 13,4%<sup>3</sup>.

De acuerdo a la Encuesta de Caracterización Socioeconómica (Casen, 2013), la Región del Maule registró un porcentaje de personas en situación de pobreza de 22,3%, frente al 12,8% que se registra a nivel nacional. Por otro lado, la región posee un porcentaje de 5,9% de pobreza extrema, índice que a nivel nacional constituye el 2,9%. Aunque es visible la desventaja frente a los índices nacionales, se percibe una importante disminución: en 2006 la región registraba un porcentaje de 43,9% de pobreza y un 20,8% de pobreza extrema.

Otra desventaja la representa la alta tasa de analfabetismo, que llega a un 7,7% en contraste con el índice nacional de 3,3% (Casen, 2013), la mayor del país hace 70 años.

Respecto a la empleabilidad, Casen (2013) indica una tasa de participación laboral de 53,4%, 69,2 % hombres y 39,6% mujeres, frente a un índice a nivel nacional de 57,3%. Por otro lado, y debido a la importancia de la agricultura, el desempleo sube en estaciones de menor labor agrícola, por ejemplo, en el tercer trimestre la tasa de desempleo aumenta en un 30% por sobre la tasa promedio de la región<sup>4</sup>.

Por otro lado, la región sufre un proceso de transición demográfica en el que la población maulina está en etapa avanzada de envejecimiento<sup>5</sup>. La Casen (2013) señala un índice de envejecimiento de 95,7%, cifra mayor a la registrada en 2011 de un 76,3%, situando a la región como la de segundo mayor índice de envejecimiento a nivel nacional.

El INE (2014) proyecta para 2020 en la región una tasa de crecimiento de 6,08 por mil personas promedio anual, con una tasa de mortalidad bruta de 6,9, superior al promedio país y una tasa global de fecundidad de 1,73 hijos por mujer promedio para el mismo período, inferior al promedio país.

## 2.3 Caracterización socio territorial general

En la Región del Maule se distinguen cuatro unidades de relieve: Cordillera de los Andes, depresión intermedia, Cordillera de la Costa y planicies litorales<sup>6</sup>. El presente estudio se centra en comunas suscritas geomorfológicamente a la Cordillera de los Andes, depresión intermedia y en el caso único de Cauquenes, a la Cordillera de la Costa.

La **Cordillera de los Andes** alcanza una altura promedio inferior a la de regiones ubicadas más al norte, sin embargo, cuenta con cimas de altura significativa. El volcanismo se manifiesta en los volcanes Peteroa (4.090 msnm; activo), El Planchón (4.023 msnm; activo), Descabezado Grande (3.830 m; activo), Descabezado Chico (3.250 m; activo), Quizapu (3.050 m; activo) y Cerro Azul (3.810 m). Entre los cerros destacan San Francisco, Campanario, Pellado, Castemos y Nevado Longaví<sup>7</sup>.

<sup>2</sup> DOCUMENTO: "POBLACIÓN, PAÍS Y REGIONES: ACTUALIZACIÓN POBLACIÓN 2002-2012 Y PROYECCIONES 2013-2020". INE, 2014.

<sup>3</sup> DOCUMENTO: "CUENTA PÚBLICA REGIONAL 2015". GOBIERNO DE CHILE, 2015.

<sup>4</sup> ÍDEM

<sup>5</sup> DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: "PROPUESTA DE POLÍTICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE". UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

<sup>6</sup> ARTÍCULO "RELIEVE REGIÓN DEL MAULE". SISTEMA INTEGRAL DE INFORMACIÓN TERRITORIAL. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE.

<sup>7</sup> DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: "PROPUESTA DE POLÍTICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE". UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

La **Depresión Intermedia** por su parte, también llamada valle longitudinal, se ubica entre la Cordillera de los Andes y la Cordillera de la Costa. Tiene aspecto de planicie suavemente ondulada y está rellena con sedimentos que provienen del vulcanismo, la acción fluvial y los procesos glaciares. Tiene un largo de 170 Km, forma de cono, estrecha en su parte norte y más amplia mientras avanza en latitud. Su relieve ondulado es únicamente interrumpido por los numerosos ríos que lo atraviesan y riegan, factor que, sumado a las condiciones de clima y suelo, han favorecido una temprana ocupación antrópica.

Por último, La **Cordillera de la Costa** está constituida por colinajes suaves y relieves aislados, principalmente mesetas y serranías, que originan cuencas y valles. El alineamiento más occidental presenta altitudes por bajo los 700 m, en cambio el frente oriental adquiere el aspecto de un muro, alcanzando altitudes hasta 838 m. La disposición que adquieren estos dos frentes cordilleranos convierte a toda el área costera comprendida entre los ríos Mataquito y Maule en un complejo orográfico que dificulta las comunicaciones entre la depresión intermedia y la costa. Al sur del río Maule la Cordillera de la Costa se desplaza hacia el oeste casi tocando el litoral, volviéndose a dividir en cordones paralelos que forman entre ellos algunos valles, como la cuenca de Cauquenes y Quirihue, ambas con microclimas aptos para la agricultura<sup>8</sup>.

El área de estudio de este Plan de Desarrollo turístico, aborda las comunas de Cauquenes, perteneciente a la Provincia de Cauquenes, y las comunas de Villa Alegre, San Javier, Yerbass Buenas, Colbún, Linares, Retiro, Parral y Longaví, correspondientes a la Provincia de Linares.

Respecto a la dinámica de movilidad territorial, Talca y Linares representan los centros de mayor influencia sobre sus hinterland. Más al sur y de menor tamaño, pero de importante rol, se ubica Parral en el valle agrícola. Los centros mencionados están interconectados por la ruta 5 y la línea de ferrocarril. Fuera del eje de la ruta 5, se ubica Constitución, principal puerto regional y Cauquenes, emplazada entre Parral y la costa<sup>9</sup>.

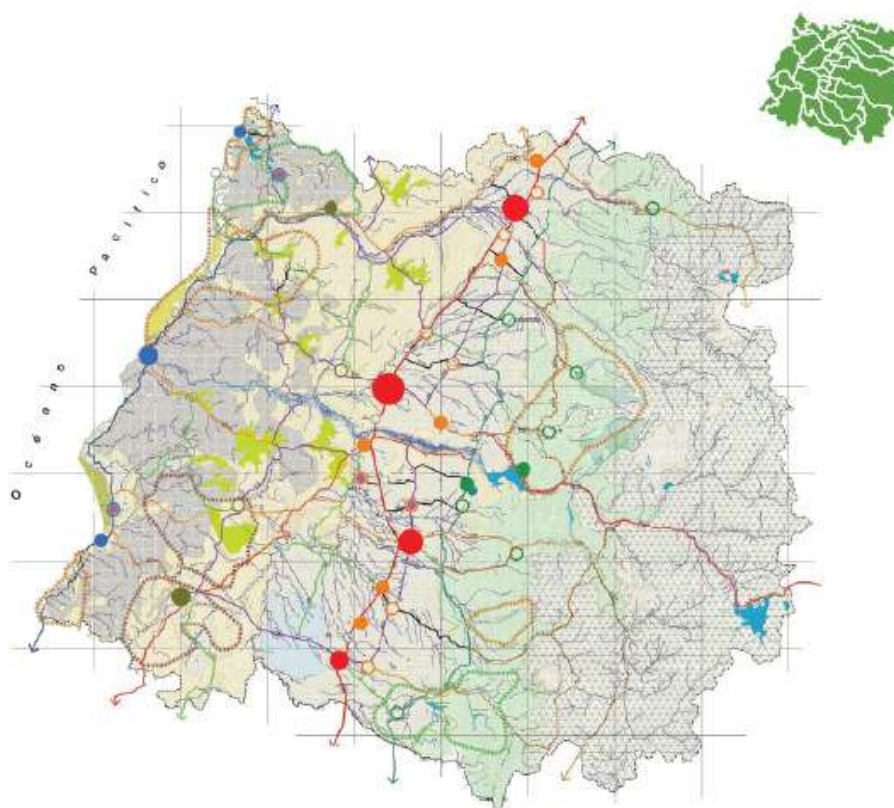
---

<sup>8</sup>IDEM

<sup>9</sup>ESTUDIO "PLAN REGULADOR COMUNAL DE CONSTITUCION", PROYECTO - MEMORIA EXPLICATIVA (REV 3) INFRACON S.A. DICIEMBRE 2006.



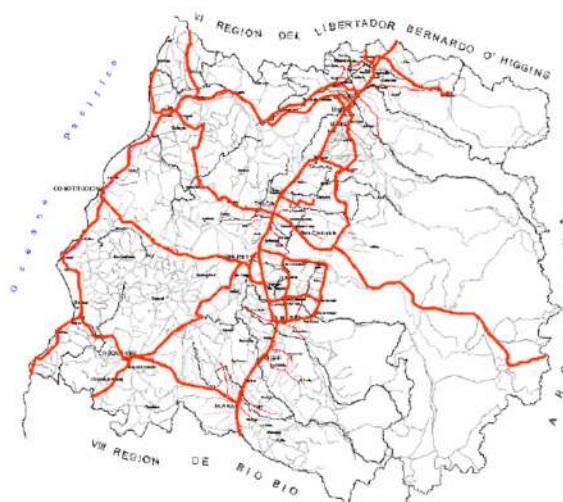
**Imagen N° 1. Sistema de centros poblados de la región**



Fuente: Plan Regional de Desarrollo Urbano.

El Plan de Desarrollo Urbano Regional (URBE, 2004), distingue como elemento vial estructurante a las vías de conectividad longitudinal interregionales Norte-Sur (Ruta costera, Ruta 5 y Arco oriente), la vía de penetración internacional que tiene como destino la región; las vías transversales dadas por las conexiones de: Curicó-Precordillera y costa, Talca-Precordillera y costa, Linares-Precordillera y costa y Parral-Precordillera y costa.

**Imagen N° 2. Elementos estructurantes del sistema de transporte**



Fuente: Actualización regional Plan de Desarrollo Urbano, URBE Arquitectos

Un análisis macro del sistema vial de la Región del Maule, permite identificar a la Ruta 5 como vía articuladora principal y además determinante del desarrollo de la estructura de centros poblados. En suma, a las características geomorfológicas, se establece una ocupación territorial predominante en la depresión central y en torno a la ruta 5.

### 2.3.1 Caracterización productiva de la región

La **industria manufacturera** representa el sector más dinámico de la región. Entre 1990 y 2005 su participación porcentual en el PIB fue del 21,2%<sup>10</sup>. Cifras más recientes señalan también al sector manufacturero como el de mayor aporte al PIB con un 16% (INE, 2012)<sup>11</sup>. Cabe destacar que en este sector se ubican las empresas vitivinícolas<sup>12</sup>.

Respecto a las **exportaciones** y debido a la actividad productiva, la región destaca por la exportación de fruta fresca o seca, vinos y celulosa<sup>13</sup>. Las frutas y hortalizas frescas y procesadas representan un significativo porcentaje sobre el total nacional (23,5 por ciento). Los arándanos y las cerezas, así como las exportaciones de coníferas, cartulina y tintos, concentra cerca del 60 por ciento de productos exportados por la región (Aduana, 2013)<sup>14</sup>.

Como clúster predominante figura el sector Alimentario y Forestal, considerando que el PIB Agropecuario y forestal presenta las siguientes características:

- Segundo lugar a nivel nacional (16% del PIB sectorial nacional)
- Representa el 17% del PIB Regional en comparación con un 4% de participación del PIB sectorial nacional respecto del total<sup>15</sup>.

La superficie cultivada y sembrada se ocupa por cultivos de frutales, plantaciones forestales y plantas forrajeras, las que representan el 81% de superficie total de la región. Cabe destacar que el 50% de esta cifra corresponde a cultivos frutales<sup>16</sup>.

Destaca en el clúster mencionado la **industria de la fruta fresca**, que a nivel país lidera la exportación en el hemisferio sur. Específicamente el Maule, constituye la principal región productora y exportadora de berries en sus diferentes variedades y cuenta con 51 plantas de procesamiento de frutas y hortalizas.

El sector vitivinícola –donde Chile se ha convertido en el quinto exportador mundial– integra también la industria manufacturera. La tradición vitivinícola regional, generalmente de índole familiar, junto a las inversiones y tecnología de los últimos 20 años, propicia una condición privilegiada que la sitúa como uno de los mejores productores de vino del mundo.

Otro sector que integra la industria manufacturera es el **vitivinícola**, donde Chile se ha convertido en el quinto exportador mundial más importante. En la Región la tradición vitivinícola, en muchos casos de índole familiar, sumada a las inversiones y tecnología de los últimos 20 años, ha significado obtener una condición privilegiada en cuanto a proyecciones y estándares de calidad, situándola como uno de los mejores productores de vino del mundo. Se identificaron 42.365,93 has. de vides viníferas en la región. La comuna de San Javier ubicada en la Provincia de Linares, representa la

<sup>10</sup> ACTUALIZACIÓN DE LA AGENDA REGIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO E INNOVACIÓN REGIÓN DEL MAULE, INFORME FINAL. CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES UNIVERSIDAD DE TALCA, FACE-UTALCA, AGENCIA REGIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO 2009

<sup>11</sup> EVOLUCIÓN ECONÓMICA REGIÓN DEL MAULE. PULSO ECONÓMICO REGIONAL. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, 2014.

<sup>12</sup> ACTUALIZACIÓN DE LA AGENDA REGIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO E INNOVACIÓN REGIÓN DEL MAULE, INFORME FINAL. CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES UNIVERSIDAD DE TALCA, FACE-UTALCA, AGENCIA REGIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO 2009

<sup>13</sup> INDICADORES DE COMPETITIVIDAD REGIONAL. UNIVERSIDAD DE TALCA, 2013.

<sup>14</sup> ESTADÍSTICAS REGIONALES. ADUANAS CHILE, 2014.

<sup>15</sup> DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: "PROPUESTA DE POLÍTICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE". UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

<sup>16</sup> ÍDEM

mayor superficie de cultivos destinados a la producción de vinos en la región y alcanza 5.611,72 has, es decir, el 13,24% del total de la superficie regional<sup>17</sup>.

En la Región del Maule fueron identificadas 226 bodegas de vinificación, la mayoría localizada en la provincia de Linares (40,7%). Por su parte en la comuna de San Javier se identificó al 22,1% regional<sup>18</sup>.

Se identifica además una **agricultura familiar**, representada por productores (as) de tiempo parcial, orientados al autoconsumo y venta de excedentes al mercado interno, que buscan mejorar sus sistemas productivos para disminuir gastos y/o aumentar sus ingresos. Se ubica en este grupo a productores provenientes de la multi actividad que en la actualidad cuentan con un emprendimiento precario pero estable. De igual forma hay productores vinculados al mercado de forma estable, que intentan mejorar su competitividad formando parte en algunos casos de nuevos modelos de agro negocios. El grupo mencionado y relacionado al Maule rural, presenta las siguientes brechas: acceso restringido a las tecnologías de producción, comercialización, transformación y adecuación de productos; deficiencias en la formación empresarial, gestión de mercado y de negocios; dificultades para acceder a fuentes de financiamiento o problemas de inserción en los mercados, entre otros<sup>19</sup>.

Por otro lado, la **industria forestal y secundaria de la madera** en la región es desarrollada por las siguientes empresas: CELCO, dedicada básicamente a la producción de celulosa y CMPC, concentrada principalmente en la producción de cartulina; Mininco, Forestal Arauco, Forestal Biobío e Inforsa abocadas a plantaciones con un 55% de la superficie plantada; y 117 empresas de muebles de madera, dos de ellas exportadoras y una abastecedora de una cadena de tiendas<sup>20</sup>.

La región corresponde a la segunda de mayor superficie forestal con 440 mil hectáreas de bosques de pino radiata, correspondientes al 19,1% de la superficie nacional plantada para uso industrial. Cabe añadir que el sector forestal regional ocupa cerca de 19 mil trabajadores, cifra que representa al 16% del empleo nacional de esta industria y el 4% a nivel regional<sup>21</sup>.

Fuera del clúster mencionado se ubica el sector **Electricidad, Gas y Agua**, que representa al 16% del PIB regional<sup>22</sup>. En la Región existen trece plantas de generación eléctrica, tanto hidroeléctricas como termoeléctricas, las que en conjunto tienen una capacidad de producir, aproximadamente, unos 4.952,3 GWh, lo que la sitúa entre los dos primeros generadores nacionales de electricidad<sup>23</sup>. Las empresas generadoras con mayor presencia en la Región son la Empresa Nacional de Electricidad S.A. y Colbún S.A. Respecto a la generación termoeléctrica, AES Gener, a través de su empresa Energía Verde, cuenta con una central termoeléctrica basada en cogeneración de biomasa, la cual utiliza desechos forestales para su funcionamiento. Arauco Generación S.A. por su parte, participa también de la generación termoeléctrica mediante tres centrales<sup>24</sup>.

Es importante mencionar que el sector **Electricidad, Gas y Agua** fue el que durante 2014 registró el mayor crecimiento, alza explicada por el aumento del subsector de electricidad, principalmente por la expansión de generación hidroeléctrica<sup>25</sup>.

Por otro lado, la **producción ganadera y plantas faenadoras** de la Región del Maule mantiene un equilibrio de cantidad de cabezas de bovinos entre explotación del gran y pequeño empresario, grupos que representan la explotación del 77% del total del ganado bovino en la región.

<sup>17</sup> CARTOGRAFÍA DIGITAL DEL VIÑEDO. UNIVERSIDAD DE TALCA, 2009.

<sup>18</sup> ÍDEM

<sup>19</sup> DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: "PROPUESTA DE POLITICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE". UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

<sup>20</sup> ÍDEM

<sup>21</sup> DISEÑO DE UN PLAN DE APOYO AL CLUSTER FORESTAL E INDUSTRIA DE LA MADERA PARA LA REGIÓN DEL MAULE. CENTRO DE COMPETITIVIDAD DEL MAULE, UNIVERSIDAD DE TALCA, 2011.

<sup>22</sup> EVOLUCIÓN ECONÓMICA REGIÓN DEL MAULE. PULSO ECONÓMICO REGIONAL. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, 2014.

<sup>23</sup> INDICADORES DE COMPETITIVIDAD REGIONAL "ÁMBITO MACROECONÓMICO REGIONAL" UNIVERSIDAD DE TALCA, 2013.

<sup>24</sup> DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: "PROPUESTA DE POLITICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE". UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

<sup>25</sup> EVOLUCIÓN ECONÓMICA REGIÓN DEL MAULE. PULSO ECONÓMICO REGIONAL. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS, 2014.

El **sector pesquero** se expresa en forma principalmente artesanal y de alcance doméstico. Su participación en el PIB regional no supera el 0,1 por ciento. Por otro lado, la acuicultura en el litoral tiene amplias proyecciones debido a las condiciones naturales de la región en zonas estuarinas y marinas<sup>26</sup>.

La **actividad minera** también se desarrolla a nivel artesanal y aporta el 0,6 por ciento del PIB regional. Incluye principalmente minería no metálica con extracciones de talco, zeolita, arcilla, cuarzo, arena silíceo y carbonato de calcio.

Para 2020, la Estrategia de Desarrollo Regional proyecta la siguiente **Imagen Objetivo 2020**:

*“Una Región rural-moderna, con tradición y futuro, que, apuesta a convertir a Chile en potencia alimentaria y forestal en base al conocimiento, innovación y el emprendimiento, fruto de una sostenida articulación público-privada. Con una fuerte identidad regional asociada a su patrimonio histórico, natural y cultural, fortaleciendo así el desarrollo del turismo de intereses especiales y posicionando al Maule en el concierto nacional y mundial.”*

## 2.4 Área de estudio

### 2.4.1 Descripción territorial del área de estudio

Las comunas que componen el área de estudio corresponden a Villa Alegre, San Javier, Yerbass Buenas, Colbún, Linares, Retiro, Parral, Longaví y Cauquenes, y de acuerdo al siguiente cuadro se inscriben en las siguientes provincias.

**Tabla n° 2. División político administrativa de las comunas en estudio**

| PROVINCIA        | CAPITAL PROVINCIAL | COMUNA                                                                                           | CAPITAL COMUNAL                                                                                  |
|------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Linares</b>   | Linares            | Villa Alegre<br>San Javier<br>Yerbass Buenas<br>Colbún<br>Linares<br>Retiro<br>Parral<br>Longaví | Villa Alegre<br>San Javier<br>Yerbass Buenas<br>Colbún<br>Linares<br>Retiro<br>Parral<br>Longaví |
| <b>Cauquenes</b> | Cauquenes          | Cauquenes                                                                                        | Cauquenes                                                                                        |

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores Ltda.

La **comuna de Villa Alegre** se ubica 34 km al sur de Talca, 10 km al sur de San Javier y 21 km al norte de Linares. Limita al norte y oeste con San Javier, al sur con Linares y al este con Yerbass Buenas. Se inscribe en la cuenca del río Loncomilla sobre una planicie suavemente ondulada, en condiciones de clima y suelo que han permitido una temprana ocupación antrópica. Se sitúa en la llamada “Isla del Maule”, debido a las aguas de los ríos Maule, Loncomilla y Perquilauquén, todos conectados entre sí. Se emplazan en la comuna las aldeas Putagán, Estación Villa Alegre y Loncomilla.

La **comuna de San Javier** limita al oeste con las comunas de Constitución y Empedrado, al norte con las comunas de Penciahue y Maule, al este con las comunas de Yerbass Buenas, Villa Alegre y Linares, al sureste con la comuna de Longaví, al sur con la comuna de Retiro y al suroeste con la comuna de Cauquenes. Su territorio oriente se suscribe en la depresión intermedia, y su parte occidental se emplaza en la Cordillera de la Costa y adquiere ahí características de seca y

<sup>26</sup>DOCUMENTO DIAGNÓSTICO: ESTUDIO: “PROPUESTA DE POLITICA REGIONAL DE DESARROLLO RURAL REGION DEL MAULE”. UNIVERSIDAD DE TALCA, ABRIL 14 DE 2009.

montañosa. La ciudad de San Javier se ubica al margen derecho del río Loncomilla. Destaca al suroeste el río Purapel, de anomalía fluvial debido a que su curso corre hacia el este. San Javier constituye la principal entidad urbana, seguida por Bobadilla. Otros poblados menores con Huerta del Maule, Nirivolo, Orilla de Purapel, Caliboro y Meloza<sup>27</sup>.

La **comuna de Yervas Buenas** tiene como límite norte a San Clemente sur a Linares, oeste a Villa Alegre y este a Colbún. Se ubica 12 kilómetros al noreste de la ciudad de Linares. Es una de las más pequeñas de la región y se ubica enteramente en la depresión intermedia. El pueblo del mismo nombre constituye la principal localidad de la comuna<sup>28</sup>.

La **comuna de Colbún** limita al este con la República Argentina y es la de mayor superficie de la provincia de Linares. Contiene toda la franja oriental de la alta cordillera andina de la provincia y cuenta con dos centros urbanos: Colbún y Panimávida, además de numerosas localidades rurales<sup>29</sup>.

La **comuna de Linares** se ubica a 50 kilómetros de la ciudad de Talca. Limita al norte con las comunas de Villa Alegre y Yervas Buenas, al sur con la comuna de Longaví, al este y noreste con la comuna de Colbún, y al norponiente con San Javier. Ésta, se ubica en la cuenca del río Achibueno y su mayor parte se emplaza en la depresión intermedia o valle central. Al oeste pertenece a la Cordillera de la Costa y al este a zona precordillerana en transición a la Cordillera de los Andes. La ciudad de Linares representa al principal centro urbano, seguido por los pueblos de Vara Gruesa y Las Obras<sup>30</sup>.

La **comuna de Retiro** se ubica 27 kilómetros al sur de Linares y 15 kilómetros al norte de la ciudad de Parral. Su límite norte corresponde a las comunas de San Javier y Longaví. Al sur limita con Parral, al oeste con Cauquenes y al este con Longaví. Las localidades de Retiro y Copihue representan las dos únicas zonas urbanas de la comuna<sup>31</sup>.

La **comuna de Parral** se sitúa al extremo sur de la Provincia de Linares, 42 kilómetros al sur de Linares y 96 kilómetros al sur de Talca. Limita al norte con las comunas de Retiro y Longaví, al oriente con la comuna de Colbún, al poniente con Cauquenes y al sur con la Región del Biobío. Se emplaza principalmente en la depresión intermedia y al oriente ocupa sectores de montaña<sup>32</sup>.

La **comuna de Longaví** se ubica en la zona oriente del valle central y en la Cordillera de Los Andes. Se ubica a 65 kilómetros de distancia de Talca a través de la ruta 5, sistema vial que atraviesa la comuna. Las localidades de Longaví y Miraflores concentran la mayoría de la población<sup>33</sup>.

La **comuna de Cauquenes** es la más extensa de la provincia del mismo nombre. Limita al norte con las comunas de Empedrado y San Javier, al sur con la Región del Biobío, al oeste con las comunas de Pelluhue y Chanco y al este con las comunas de Retiro y Parral. La ciudad de Cauquenes representa la zona urbana mientras las localidades de Coronel del Maule, Sauzal, Pilen, Quella y Pocillas el territorio rural<sup>34</sup>.

## 2.4.2 Descripción socio - estadística comparada

Respecto a población, la comuna de **Villa Alegre** cuenta con **14.563 habitantes** según estimaciones del INE para 2012, un 63% de ellos corresponden a población rural y un 37% a población urbana.

<sup>27</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE SAN JAVIER. 2013 – 2017

<sup>28</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE YERBAS BUENAS. 2008 – 2012

<sup>29</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE COLBÚN. 2013 – 2017

<sup>30</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE LINARES. 2014 – 2018

<sup>31</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE RETIRO. 2013 – 2016

<sup>32</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE PARRAL. 2010 – 2013

<sup>33</sup> ACTUALIZACIÓN PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE LONGAVÍ. 2010 – 2013

<sup>34</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE CAUQUENES. 2014 – 2018

Por su parte y de acuerdo a proyecciones del censo para el año 2012, la comuna de **San Javier** cuenta con **40.913 habitantes**<sup>35</sup>, de los cuales según estimaciones de la encuesta Casen (2009) un 58,8% corresponde a población urbana y 41,2% a población rural<sup>36</sup>.

La comuna de **Yerbas Buenas** contaba de acuerdo a proyecciones para 2012 con una población de **17.158 habitantes**<sup>37</sup> y ruralidad de casi un 90%<sup>38</sup>.

En cuanto a la comuna de **Colbún**, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), estimaba para 2012 a **18.514 habitantes**, con un porcentaje urbano de 29,3% y rural de 70,7%<sup>39</sup>.

La comuna de **Linares** contaría con una población de **91.555 habitantes** según proyecciones del INE para 2012, cuyo 18% corresponde a población rural y el 82% restante a urbana.

Por otro lado, en la comuna de **Retiro** existen **17.268 habitantes**<sup>40</sup>; el 74,5% rurales y el 25,5 urbanos.

Para la comuna de **Parral**, el INE estimó para 2012 una población de **37.362 habitantes**<sup>41</sup>, 30,4% pertenecientes al ámbito rural y el 69,6 al sector urbano<sup>42</sup>.

En el caso de la comuna de **Longaví**, la población correspondería a **28.778 habitantes**<sup>43</sup>, 77,96% de ellos pobladores rurales y el 22,04% población urbana<sup>44</sup>.

La comuna de **Cauquenes** por último tiene una población de 42.953 según proyecciones del INE, un 25,34% correspondiente a población rural mientras que el 74,66% a población urbana.

**Tabla n° 3. Población por comunas**

| COMUNA               | POBLACIÓN CENSO 2002 | POBLACIÓN PROYECTADA 2012 | VARIACIÓN PROYECTADA 2002 - 2012 |
|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------------|
| <b>Villa Alegre</b>  | 14.725               | 14.563                    | -1                               |
| <b>San Javier</b>    | 37.793               | 40.913                    | 8                                |
| <b>Yerbas Buenas</b> | 16.134               | 17.158                    | 6                                |
| <b>Colbún</b>        | 17.619               | 18.514                    | 6                                |
| <b>Linares</b>       | 83.249               | 91.555                    | 10                               |
| <b>Retiro</b>        | 18.487               | 17.269                    | -7                               |
| <b>Parral</b>        | 37.822               | 37.362                    | -1                               |
| <b>Longaví</b>       | 28.161               | 28.778                    | 2                                |
| <b>Cauquenes</b>     | 41.217               | 42.953                    | 4                                |
| <b>Regional</b>      | <b>908.097</b>       | <b>1.023.686</b>          | <b>12,73</b>                     |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de reportes estadísticos comunales 2012. Biblioteca del Congreso Nacional.

Se deduce del cuadro anterior, que Linares representa a la comuna de mayor crecimiento, en consecuencia, según el Plan de Desarrollo Comunal (Pladeco)<sup>45</sup> de la reactivación productiva en el sector agroindustrial. Al contrario, las comunas de Retiro, Villa Alegre y Parral han experimentado una fuerte disminución de su población, posiblemente debido a la migración a otros centros urbanos regionales.

<sup>35</sup> REPORTES COMUNALES. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. 2013

<sup>36</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE SAN JAVIER. 2013 – 2017

<sup>37</sup> REPORTES COMUNALES. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. 2013

<sup>38</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE YERBAS BUENAS. 2008 – 2012

<sup>39</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE COLBÚN. 2013 – 2017

<sup>40</sup> REPORTES COMUNALES. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. 2013

<sup>41</sup> REPORTES COMUNALES. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. 2013

<sup>42</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE PARRAL. 2010 – 2013

<sup>43</sup> REPORTES COMUNALES. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE. 2013

<sup>44</sup> ACTUALIZACIÓN PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE LONGAVÍ. 2010 – 2013

<sup>45</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE LINARES. 2014 – 2018

La **distribución de la población según pobreza** entrega un punto de comparación de las condiciones y calidad de vida en las distintas comunas que integra el área de estudio, en este sentido según los datos de la encuesta Casen (2009) presentaron las siguientes cifras:

**Tabla n° 4. Distribución de la población según condición de pobreza**

| COMUNA        | %POBRES NO INDIGENTES | %POBRES INDIGENTES | %TOTAL POBRES |
|---------------|-----------------------|--------------------|---------------|
| Villa Alegre  | 12                    | 4                  | 16            |
| San Javier    | 16                    | 9                  | 25            |
| Yerbas Buenas | 6                     | 1                  | 7             |
| Colbún        | 13                    | 4                  | 17            |
| Linares       | 18                    | 11                 | 29            |
| Retiro        | 19                    | 8                  | 27            |
| Parral        | 16                    | 2                  | 18            |
| Longaví       | 6                     | 5                  | 11            |
| Cauquenes     | 23                    | 6                  | 29            |
| Región        | <b>16</b>             | <b>5</b>           | <b>21</b>     |
| País          | <b>11</b>             | <b>4</b>           | <b>15</b>     |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de reportes estadísticos comunales, abril 2008. Biblioteca del Congreso Nacional

En las comunas de San Javier, Linares, Retiro y Cauquenes, el índice de pobreza supera la media regional, mientras que Yerbas Buenas y Longaví –identificadas como las de menor pobreza– se sitúan por debajo incluso de la media nacional. Cabe destacar además que las dos últimas comunas mencionadas, presentan el mayor índice de ruralidad de la Región del Maule.

En otro aspecto, la tasa de participación o fuerza de trabajo, en todos los casos se muestra por debajo de las cifras nacionales. La tasa de desocupación por su parte supera el índice nacional en las comunas de San Javier, Linares y Cauquenes, principales centros urbanos del área de estudio y zonas que arrojan además el mayor índice de pobreza.

**Tabla n° 5. Participación por comunas según ocupados y desocupados**

| COMUNA        | OCUPACIÓN | DESOCUPACIÓN | PARTICIPACIÓN |
|---------------|-----------|--------------|---------------|
| Villa Alegre  | 43        | 8            | 47            |
| San Javier    | 42        | 14           | 50            |
| Yerbas Buenas | 49        | 5            | 52            |
| Colbún        | 46        | 6            | 49            |
| Linares       | 46        | 13           | 53            |
| Retiro        | 51        | 6            | 54            |
| Parral        | 44        | 10           | 49            |
| Longaví       | 48        | 10           | 52            |
| Cauquenes     | 41        | 13           | 48            |
| Región        | <b>48</b> | <b>9</b>     | <b>52</b>     |
| País          | <b>50</b> | <b>10</b>    | <b>56</b>     |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de reportes estadísticos comunales, 2012. Biblioteca del Congreso Nacional.

Por último y al respecto de escolaridad y analfabetismo, los índices se presentan desfavorables para las comunas inscritas en el área de estudio como se observa en el siguiente cuadro.



Tabla n° 6. Tasa de analfabetismo y años de escolaridad por comuna

| COMUNA        | AÑOS DE ESCOLARIDAD <sup>46</sup> | ANALFABETISMO <sup>47</sup> |
|---------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Villa Alegre  | 8,08                              | 8,5                         |
| San Javier    | 8,60                              | 11,2                        |
| Yerbas Buenas | 7,61                              | 10,8                        |
| Colbún        | 8                                 | 10,1                        |
| Linares       | 9,24                              | 6,1                         |
| Retiro        | 7,11                              | 6                           |
| Parral        | 9,06                              | 6,9                         |
| Longaví       | 8,10                              | 12,5                        |
| Cauquenes     | 8,68                              | 8,6                         |
| Región        | <b>9,05</b>                       | <b>7,4</b>                  |
| País          | <b>10,38</b>                      | <b>3,9</b>                  |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de reportes estadísticos comunales, 2012.  
Biblioteca del Congreso Nacional

Se observa que la tasa de analfabetización supera en todos los casos al promedio nacional y excepto en las comunas de Linares, Retiro y Parral, también al índice regional. Esta situación limita el acceso a la información, brecha que en el ámbito turístico podría condicionar capacidades de emprendimiento, subsanable de todas formas mediante asesoría técnica correspondiente.

## 2.4.3 Descripción económica - productiva por comuna

### 2.4.3.1 San Javier

Del total de la mano de obra disponible en la comuna, el 31,53% se emplea en el sector primario (agricultura, ganadería, caza), el 13,08% en el sector secundario y el **55,39% en el sector terciario** (comercio y servicios), situación semejante a la realidad regional que concentra también mano de obra en el sector terciario.

En la capital comunal el 51% de la población trabaja en el sector terciario, sin embargo, el resto del territorio se caracteriza por una ocupación principalmente enfocada en el sector primario.

La comuna de San Javier se localiza en el denominado “secano interior”, zona de **condiciones agroecológicas deficitarias**, factor que restringe el desarrollo de la comuna. La calidad de los suelos y la pérdida de cobertura vegetal, limitan la variedad de cultivos, admitiendo únicamente la actividad extensiva como empastadas naturales, viñedos de rulo, cultivo de cereales y algunas leguminosas y plantaciones forestales. En efecto, el 46,2% de los suelos del territorio comunal presenta aptitudes forestales y sólo el 3% corresponde a suelos con bajas restricciones a los cultivos.

En el sector nororiental del territorio, asociado al valle del río Maule, se encuentran los mejores suelos y por lo tanto se desarrolla actividades agrícolas intensivas. En el sector suroccidental existen actividades de tipo silvícola, praderas naturales y viñedos. Se debe mencionar que existen valles interiores con aptitud agrícola que en la actualidad se ocupan para la actividad forestal.

La cobertura de riego se estima en un 91,3% a nivel comunal, también factor limitante para la actividad agrícola.

En específico respecto al **sector silvoagropecuario**, el 84,45% de la superficie comunal corresponde a explotaciones agropecuarias con tierra mientras que las explotaciones forestales sólo representaban el 15,45% del total de explotaciones hasta la fecha del censo agropecuario de 2007.

<sup>46</sup> REPORTES COMUNALES. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE.2013

<sup>47</sup> REPORTE ESTADÍSTICO COMUNAL VILLA ALEGRE. BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE.2013

Se observa por otro lado que 17,67% de la superficie total de explotaciones con tierra se concentra en un reducido número de propietarios, lo que indica concentración de la tierra y control de recursos. En la misma línea, las explotaciones menores a cinco hectáreas corresponden al 30,45% del total de explotaciones comunales, sector que representa agricultura de subsistencia localizadas principalmente en el valle y casi en su totalidad herencia de asignaciones del último proceso de reforma agraria.

Las explotaciones de subsistencia presentan una dinámica distinta a aquella dirigida al mercado; se caracteriza por realizar una agricultura tradicional en pequeños huertos familiares, cultivos de chacarera, algunos cereales y leguminosas. La crianza de animales se acota a tenencia de ganado menor, cerdos y aves.

En cuanto a cultivos anuales, a nivel comunal predomina el maíz y trigo blanco, cultivo de garbanzos, papas y porotos. Se observa poca relevancia en cultivos industriales.

Al respecto de cultivos permanentes, destaca en primer lugar el manzano rojo (19,42% de superficie plantada de frutales), seguido del kiwi (14,81%), olivo (10,72%) y el peral europeo (9,87%). Es importante mencionar que los datos arrojados por el censo agropecuario no son representativos de la realidad actual.

Destaca en la comuna la **viticultura**, vinculada mayoritariamente a cultivo de especies tradicionales de secano, cuyo 57,6% corresponde a cepa país.

La actividad silvícola se desarrolla en predios de grandes empresas (Bosques de Chile, Forestal CELCO, Forestal Mininco y Forestal Millalemu) y el tipo de explotación con mayor superficie plantada corresponde al Pino Radiata (4.297 ha.), seguido por el Pino Oregón (1.190 ha.). La actividad no se vincula a procesos productivos, pues la materia prima se procesa la planta de celulosa de Constitución, propiedad de CELCO. La actividad ha experimentado un incremento significativo principalmente desde el secano hacia el valle en suelos previamente ocupados por praderas o cultivos agrícolas de secano.

La **ganadería** está dominada por el ganado bovino seguido por el ovino, que en conjunto representan el 76,03% del total comunal. La lechería Loncomilla explica en parte el número de ganado y sus productos lácteos tienen importante distribución a nivel nacional. Sin embargo, la actividad ganadera no es significativa en la economía de la comuna, en parte debido a que se contradice con el rápido aumento de la ocupación forestal.

Aunque se encuentra en reciente desarrollo, es importante mencionar al **sector turismo**, justificado en el patrimonio histórico y cultural que presenta la comuna. Se identifica como modalidades potenciales al **turismo histórico cultural** sustentado en la arquitectura tradicional y fiestas religiosas, y al **agroturismo**, enfocado principalmente en la actividad vitivinícola.

Sin embargo, la escasez de planta turística adecuada constituye actualmente una limitante al desarrollo sustentable de la actividad.

#### 2.4.3.2 Yerbas Buenas

Respecto a la **caracterización silvoagropecuaria comunal**, se puede señalar en primer lugar que se compone de subsectores (fundos y minifundios) distintos en cuanto a tecnología y recursos productivos que utilizan. El 90% de las explotaciones agrícolas cuenta con menos de 8,5 hectáreas de riego básico. Por otro lado, la globalización de los mercados para productos de la comuna como berries genera presiones como aseguramiento de la calidad agroalimentaria, costo que los productores generalmente no pueden asumir sobre todo en explotaciones minifundistas que alcanzan el 40% comunal.

El Plan de Desarrollo Comunal para Yervas Buenas identifica ciertos atributos de la caracterización productiva del territorio. En primer lugar, detecta **fortalezas** como la generación de empleo de pequeñas producciones agrícolas que se satisface con mano de obra familiar, la importante cantidad de explotaciones familiares disponibles para innovar e introducir productos más rentables, y la disponibilidad de agua para regadío en los predios. Como **debilidades** menciona el bajo nivel tecnológico, el bajo acceso a los canales de comercialización que aumentan el poder negociador de intermediarios, acceso limitado a créditos y financiamiento, escasa asociatividad, poca claridad en el propietario campesino sobre el valor de su trabajo, y red vial deficiente y limitante para el desarrollo agrícola de la comuna.

En cuanto a **oportunidades**, identifica capacitación laboral para el sector, existencia de programas de transferencia tecnológica, capacitación en desarrollo organizacional y técnicas de comercialización, incorporación del concepto de innovación y sustentabilidad, incorporación permanente de mujeres del ámbito rural. El Pladeco advierte **amenazas** relacionadas a la gestión de grandes empresas orientadas a actividades frutícolas que no generan empleos locales debido a la mecanización de sus procesos, a la falta de poderes compradores, y a una actividad agrícola muy cambiante y vulnerable a los mercados.

#### 2.4.3.3 Colbún

La **principal actividad productiva de Colbún corresponde al sector agrícola**, cuyas empresas asociadas alcanzan el 41,8% del total de empresas de la comuna. Se ubica después el comercio con un 30,9% de las empresas comunales.

La agricultura y ganadería concentran el mayor número de empleos (39,4%), seguido por actividades de servicio comunitario, social y personal (21,5%), hoteles y restaurantes (11,9%) y construcción (9,9%).

Respecto a la **agricultura**, la superficie de explotación silvoagropecuaria en la comuna representa el 82,8% de la superficie total comunal y la actividad forestal el 17,2% restante. La producción se compone de cereales representados en el 26,4% de la superficie de cultivo, seguidos por frutales, plantas forrajeras y plantas forestales con un 53,7%. Cabe destacar que los cultivos industriales ocupan solamente el 6,4% de la superficie comunal.

En cuanto a la **ganadería**, el número de cabezas asciende a 23.983, con predominio del ganado bovino (39,3%), ovino (15,9%) y ovino (15,9%).

El **turismo** aparece como potencialidad destacada. Históricamente ha estado vinculado a aguas termales y hotelería representada en Panimávida y Quinamávida. Recientemente la construcción del lago Colbún ha incentivado la valorización de terrenos adyacentes e inversiones en casas de veraneo y camping. Destacan además manifestaciones culturales tradicionales.

El **comercio** se concentra en la localidad de Colbún y Panimávida, representado principalmente en productos de demanda ocasional.

La **producción eléctrica** en Colbún adquiere relevancia nacional, debido a la presencia de las centrales hidroeléctricas Los Cipreses, Curillinque, Pehuenche, Colbún-Machicura, entre otros. No obstante, la contratación de mano de obra local e ingresos para el sector no es significativa.

#### 2.4.3.4 Linares

La **agricultura constituye la principal actividad económica** de la comuna de Linares, representada principalmente por cultivos tradicionales como arroz, trigo, maíz y papas y recientemente por producción de frutales de exportación. Destaca también la importancia en crecimiento de servicios como banca, hotelería, comercio de maquinaria agrícola, insumos y semillas entre otros. Es relevante también la presencia de la planta procesadora de azúcar IANSA, otras

plantas de comercialización de frutas para mercados internacionales, y plantaciones forestales de grandes empresas (Mininco, Niblinto y Arauco) en la zona precordillerana.

Se advierte una transición desde los cultivos tradicionales (cereales, chacras, hortalizas, praderas sembradas) hacia cultivos de exportación representados en frutales y semilleros. Sin embargo, en la comuna sigue predominando la agricultura tradicional orientada principalmente a la subsistencia familiar y comercialización de excedentes. Se detecta como principales brechas, los bajos estándares tecnológicos, problemas de acceso a créditos y endeudamiento, inserción en los mercados y baja asociatividad. Es importante mencionar que la estructura de la propiedad revela que nueve propiedades controlan más del 40% de la propiedad agropecuaria.

Linares cuenta con la mayor presencia agroindustrial de la provincia en cuanto a número de plantas y capacidad de procesamiento, donde recibe además frutas, hortalizas y cultivos desde otras comunas de la Región del Maule.

Destaca también dentro del ámbito agropecuario, la **apicultura** (segundo lugar a nivel regional en exportaciones) y **ganadería bovina**.

Por otro lado, en cuanto a la **producción vitivinícola**, las condiciones climáticas de la comuna de Linares no han admitido un desarrollo similar al regional; cuenta sólo con tres bodegas de vinificación y 52 productores de vid.

El sector **turismo** por su parte se concentra principalmente en la precordillera de Linares, donde se estima visitas anuales de 11.300 turistas, zona donde existen potencialidades para el turismo rural. Sin embargo, la zona se encuentra aislada de los circuitos turísticos más frecuentados, no cuenta con infraestructura adecuada ni servicios turísticos suficientes.

#### 2.4.3.5 Retiro

La comuna de **Retiro se desarrolla principalmente en torno a la actividad agropecuaria**, donde se percibe ausencia de opciones para el desarrollo industrial. El territorio cuenta con un poco más de 19.900 hectáreas de cultivos, 37.500 hectáreas de praderas naturales y 2.400 hectáreas de plantaciones forestales.

Predominan los **cultivos de cereales, en especial arroz y trigo**, que ocupan más de la mitad de la superficie cultivada. En segunda importancia se presentan las plantas forrajeras, chacras y cultivos industriales y luego las plantaciones de frutales. Si bien hortalizas y flores ocupan menos de 800 hectáreas, destaca la empresa exportadora de flores Golden Coast la Cooperativa Buscando Desarrollo, a cargo de mujeres campesinas.

El principal ramal de actividad económica corresponde a la “agricultura, caza y silvicultura”, que representa al 60,15% de la población activa económicamente. Destaca también en la economía comunal la industria manufacturera y la administración pública.

A nivel urbano la agricultura concentra al 38,5% de la población económicamente activa mientras que en el ámbito rural el mismo índice asciende a más del 50%.

En relación al sector **comercio y servicios**, la comuna dispone de establecimientos comerciales de pequeña escala dedicados a venta de alimentos y bebidas alcohólicas. En efecto, Parral sirve de centro comercial para los habitantes de Retiro. Los servicios también son escasos en Retiro; las únicas instituciones presentes corresponden a una Tenencia de Carabineros de Chile, Empresa de Servicios Sanitarios del Maule, Registro Civil e Identificaciones y Posta de salud.

En el **sector industrial** destacan principalmente molinos arroceros, molinos de trigo, industria fosforera y aserradores. La arrocera Tucapel y Fósforos Copihue constituyen las empresas de mayor importancia en la comuna. En el ámbito agroindustrial destaca Golden Berries.

Con respecto al sector **silvoagropecuario**, el ámbito **pecuario** se manifiesta en más de 16 mil cabezas de bovino y 17 mil de ovino. Esta actividad explica las plantaciones de forrajeras que representan un 11,3% del total de los cultivos a nivel comunal.

#### 2.4.3.6 Parral

La comuna de Parral cuenta 125.706 hectáreas de explotaciones **silvoagropecuarias**, cuyo 73,17% corresponde a superficie agropecuaria y el 26,83% a terreno forestal.

Respecto a la **ganadería**, destaca el ganado bovino y ovino con 19.049 y 11.659 cabezas respectivamente.

Por otro lado, el Servicio de Impuestos Internos (SII) indica la existencia de 1.067 empresas en el rubro del Comercio al por mayor y menor ; 1.435 empresas en el rubro de la Agricultura, Ganadería, Caza y Pesca que cuentan con 2.993 trabajadores; 159 empresas del rubro de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones con 145 trabajadores, 157 empresas del rubro Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales que suman a 445 trabajadores; 82 empresas del rubro Industrias Manufactureras No Metálicas con 403 trabajadores, 76 empresas correspondientes al rubro de la construcción que cuentan en total con 300 trabajadores; 35 empresas con 27 trabajadores en el rubro de Intermediación Financiera; 100 empresas de 87 trabajadores pertenecientes al rubro Hoteles y Restaurantes; 54 empresas con 57 trabajadores del rubro Industrias Manufactureras Metálicas; 29 Empresas del rubro de Servicios Sociales y de Salud con 48 trabajadores, 16 empresas con 254 trabajadores en el rubro de la enseñanza; 6 empresas con 13 trabajadores en el rubro Explotaciones Mineras y Canteras; 16 empresas con 104 trabajadores del rubro Suministro de electricidad, gas y agua; y 1 empresa de 1.052 trabajadores en el rubro de la Administración Pública y Defensa, Planes de Seguridad Social Afiliación Obligatoria.

#### 2.4.3.7 Longaví

En la comuna de Longaví, al igual que en la Región del Maule, predominan como actividades económicas y productivas aquellas relacionadas a la actividad silvoagropecuaria.

Como cultivos principales, destacan en la comuna los denominados **tradicionales, frutas y hortalizas**. Éstos son producidos por empresas medianas y también pequeños y medianos agricultores de la comuna. Iansa, Chiletabacos y Maltexco constituyen la única demanda para pequeños agricultores que venden su remolacha, tabaco y cebada cervecera respectivamente.

En similar situación se encuentran manzanas, a cargo de empresas como Unifruti, Verfruty Copefrut; y frambuesas y arándanos de Kiesko Chile, Hortifrut, Río Grande y Tolfrut entre otras.

Los cultivos generan empleos, sin embargo, de carácter no calificado y de comportamiento estacional.

Los **principales cultivos** de la comuna corresponden a cereales (17,56% del total provincial), plantas forrajeras (14,65% del total provincial), frutales (21,97% del total provincial) y plantaciones forestales (6,81% del total provincial), donde predomina el Pino Radiata.

La actividad ganadera se da en menor escala, rubro en que destaca el criadero de caballos finos "Haras Matancilla".

#### 2.4.3.8 Cauquenes

En los últimos años los sectores **Agricultura y Comercio** representan cerca del 60% del aporte al desarrollo económico local en la comuna de Cauquenes y un aumento progresivo. Por su parte los sectores **Turismo y Servicios** constituyen el 25% aproximado de actividades que se desarrollan en la comuna. El 15% corresponde a los sectores **industrial, construcción y otros**.

El mencionado crecimiento del sector comercio se explica en la instalación de sucursales de grandes empresas a nivel nacional como Multicentro, Din, ABC, Cruz Verde, Salcobrand y Farmacias Ahumada.

Con respecto a la **actividad silvoagropecuaria**, la distribución según uso de suelo atribuye 7,5% a cultivos anuales, forrajeras permanentes y en barbecho, mientras que el 92,5% a praderas mejoradas, naturales, plantaciones forestales, bosque nativo, matorrales, infraestructura y terrenos estériles.

De la superficie total comunal de plantaciones silvoagropecuarias, el 63,73% corresponde a superficie agropecuaria, y el 36,27% a superficie forestal.

De un total 47.553 cabezas de ganado, lidera el **ganado ovino con 27.028 cabezas**, seguido por el bovino con 12.925.

## 2.5 Descripción histórica del territorio

### 2.5.1 El Destino y sus principales asentamientos

#### 2.5.1.1 Villa Alegre

Desde la colonia existen pobladores y actividades agropecuarias en zonas próximas al lugar donde hoy se localiza Villa Alegre, gracias a la gran fertilidad y presencia de agua. Era, al igual que ahora, era parte del camino desde Santiago, Talca y San Javier hacia Chillán y Concepción y estaba muy unida al pueblo de San Javier de Loncomilla.

El 8 de diciembre de 1851 en la aldea de Loncomilla, 6 km al norte de Villa Alegre, sucedió la batalla del mismo nombre.

En 1873 el territorio actual de la comuna formó parte de la Provincia de Linares integrándose al Departamento de Loncomilla, encabezado por San Javier de Loncomilla. Luego en 1891 se determinó que el territorio de las Subdelegaciones 3ª de Loncomilla y 4ª de Cunaco se constituyera como Comuna o Municipalidad de Villa Alegre y de esa forma se independizó del gobierno local de San Javier.

Otro hito histórico lo constituyó la llegada del tren a vapor en 1874, que benefició a sus habitantes en transporte y comunicaciones. De esta forma Villa Alegre quedó unido a Santiago, San Javier, Linares y Talca.

A finales del siglo XIX ya existían en la comuna varios canales de regadío y al menos dos molinos, uno perteneciente a la Sociedad Molino Loncomilla y en el sector de Maica propiedad de D. Mateo Andrés Doble. Con ellos se potenció la producción de harina de trigo y la exportación de cereales a Constitución, al país y además al extranjero. El tráfico se realizaba por el entonces navegable río Loncomilla a través de lanchones que llegaban al río Maule y después a Constitución, puerto regional en esos días, y además mediante el ferrocarril longitudinal.

Ya en 1897, Villa Alegre tenía Registro Civil, hito que junto a la creación de la parroquia del Niño Jesús de Villa Alegre en 1890 fortalecieron la autonomía local. El pueblo contaba en ese momento con 1.846 habitantes y la comuna con 8.559 habitantes.

A principios del siglo XX, Villa Alegre se caracterizaba por su dinamismo agroempresarial. Propiedades rurales generaban su propia energía y usaban maquinaria eléctrica, como el caso de "Trapiche", "Liucura" y "Peñaflor" junto a otras que poseían viñedos, tenían plantas embotelladoras e incluso expertos vinicultores. "Potrero Grande" contaba con canales de regadío.

Durante la I Guerra Mundial en 1915, se inauguró en Villa Alegre uno de los primeros servicios de tranvías eléctricos del país, que operó de forma ininterrumpida hasta 1930, año en que la Gran Depresión acabó con la Sociedad Ferrocarril Eléctrico de Villa Alegre fundada por el agricultor, D. Eusebio Sotomayor Bustos, rico propietario del sector. La línea unía la estación ferroviaria de Villa Alegre con el fundo “Trapiche”, propiedad de Sotomayor.

La adquisición y uso de carros usados comprados a la firma anglo-alemana de Santiago “Chilean Electric Tramway & Licht Co.” fue noticia en todo el país y motivó que se construyeran líneas en otras ciudades del valle central, como Talca, que por no ser menos que Villa Alegre inauguró rápidamente su propia línea eléctrica urbana.

Destacan como personajes ilustres Juan Ignacio Molina, científico naturalista y erudito mejor conocido como Abate Molina; Malaquías Concha Ortiz, político y reformador social chileno; Raúl Silva Henríquez, sacerdote católico, Obispo de Valparaíso, Arzobispo de Santiago y, luego, Cardenal de Chile; Mariano Latorre, destacado escritor y cuentista nacional; Daniel Rebolledo Sepúlveda, Personaje de la Guerra del Pacífico; Dr. José Ilic Toro, médico rural y otrora alcalde de la comuna; Victoria Saavedra Rojas, escritora chilena, conocida por su seudónimo “Victoria Orjikh”; Ismael Fuentes, futbolista que disputó el Mundial de fútbol de 2010 y Felipe Camiroaga Fernández, animador de televisión.

### 2.5.1.2 San Javier

La actual comuna de San Javier, con fecha 11 de diciembre de 1873, se convirtió en cabecera del Departamento de Loncomilla y en 1874 fue creada la Municipalidad de San Javier. Su primer gobernador fue Don Agustín del Solar quien nombró en 1874 a Manuel Antonio Errázuriz como primer alcalde.

La comuna de San Javier destaca por ser cuna de importantes cultores de la lírica chilena como Raimundo Echeverría Larrazábal (1897-1924) y Jerónimo Lagos Lisboa (1883-1958)<sup>48</sup>.

### 2.5.1.3 Yerbos Buenas

Según cuentan, el nombre “Yerbos Buenas” se debe a unas flores medicinales que había en época colonial, que atraían a la zona a enfermos quienes desde lugares remotos viajaban a buscar la milagrosa mejoría. La hierba habría correspondido al toronjil dulce.

El sector es reconocido por la “Sorpresa de Yerbos Buenas”, hecho que marca el inicio de la independencia de Chile y batalla en que por primera vez se enfrentaron bélicamente los ejércitos Realista y Patriota.

El hecho de armas comienza cuando Pareja se sitúa en Chiloé. El 17 de marzo de 1813 zarpó con cinco buques la expedición de 1.370 hombres para Valdivia. Ahí, el ejército realista subió a 2.070 hombres y tomó rumbo a Concepción para luego desembarcar en San Vicente el día 26. Tres días más tarde la ciudad capituló, y Pareja pudo designar intendente al obispo realista Villadres e ir rumbo a Chillán que cayó fácilmente en sus manos.

A raíz del hecho el senado otorgó el grado de brigadier a José Miguel Carrera el 1 de abril, como también se resolvió entregarle el mando de todas las tropas del reino junto al título de General del Ejército de la Frontera. Se le encomendó además ir de inmediato al sur y rechazar la invasión de Pareja.<sup>49</sup>

Otro hito se remonta a 1835 cuando la aldea Yerbos Buenas formada entonces por seis casas alrededor de la iglesia, fue víctima de un terremoto que destruyó todo, salvo la casa de la familia Contreras, propiedad aun en pie que alberga al actual Museo Histórico.

<sup>48</sup> PROYECTO MAULE SUR

<sup>49</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE YERBAS BUENAS. 2008 – 2012

Don Heráclito Merino, arquitecto y Párroco encargado del villorio, logró que se construyera la segunda iglesia entre 1886 y 1900. La construcción de estilo ecléctico llegó a ser uno de los edificios más importantes del pueblo y la región.

Yerbas Buenas se constituyó como comuna cuando en 1891 el Presidente Jorge Montt promulgó el Decreto de creación de 195 Municipalidades y su primer alcalde fue Don Estanislao Astete Osses.

En 1913, para el Centenario de la Sorpresa de Yerbas Buenas, además de la realización de múltiples celebraciones, se comenzó a construir el primer ferrocarril que recorrió Yerbas Buenas y otras comunas aledañas.

Se recuerda también una tragedia en el año 1925. Mientras se celebraba el mes de María, la iglesia de sólo 25 años de construcción se consumió por un devastador fuego.<sup>50</sup>

#### **2.5.1.4 Colbún**

En 1 de agosto de 1549 surge la denominación “Colbún” cuando por decreto Don Pedro de Valdivia le concedió la Encomienda de Putagán al conquistador Bartolomé Blumenthal o Flores, nacido en Alemania y uno de los soldados que acampó a orillas del Mapocho en diciembre de 1540.

“Colbún” significa limpiar un terreno en mapudungún. Nace como comuna el 6 de mayo de 1906 o según ciertos antecedentes en 1904. El Municipio en un principio se encontraba en Panimávida y el 8 de enero de 1923 se trasladó a Colbún, cuando durante el Gobierno de Don Carlos Ibáñez del Campo se cambia el nombre de Panimávida a Colbún.<sup>51</sup>

#### **2.5.1.5 Linares**

Fue en 1755 cuando se realizó el primer intento –impulsado por los mismos habitantes– por fundar una villa a orillas del Batuco o bien en Pilocoyán hacia la Cordillera. Sin embargo, esa idea no llegó a puerto.

Luego fueron los habitantes de la denominada “isla del Maule”, sector entre los ríos Ancoa y Achibueno, quienes solicitaron a la autoridad que creara una ciudad en un sitio llamado “monte del apestado, cercano al “camino real”. El Gobernador Guill y Gonzága escuchó la solicitud, pero fue luego de dos años que consiguió la autorización del rey de España Carlos III para crear una villa en esa zona y la llamó San Carlos el Real. Pero la muerte del Gobernador, la burocracia de la época y el aislamiento e inseguridad de la zona, pues en la época era refugio de bandidos, vagabundos y asesinos, impidieron que se creara la villa.

Luego en 1788 el entonces intendente de Concepción Don Ambrosio O’Higgins, cuando recorrió el territorio de la Isla de Maule tuvo la idea de crear ahí una villa para lo que encomendó a su asesor, Letrado Juan Martínez de Rosas, que gestionara la iniciativa.

El Letrado Rozas alojó en las casas de doña Ángela Vásquez, dueña de la “estancia Pilocoyán” y se inclinó por fundarla en la zona de Batuco. Los vecinos connotados del sector reforzaron la idea de fundar la villa y pidieron que se le nombrara “San Ambrosio de Vallenar”. Luego de un año la Señora Ángela Vásquez cedió dos mil cuerdas para la creación de la villa, pero el Gobernador O’Higgins debió aplazar la fundación de la villa por “asuntos de la frontera” con el pueblo Mapuche.

En 1974 el Intendente de Concepción Don Francisco de la Matta Linares recorrió la zona y también se entusiasmó con la fundación de una villa en la zona de Pilocoyán y dio a conocer su idea al Gobernador O’Higgins, quien le respondió el 22 de mayo para entregarle su apoyo y manifestarle su

<sup>50</sup> HISTORIA DE YERBAS BUENAS. MUNICIPALIDAD DE YERBAS BUENAS

<sup>51</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE COLBÚN. 2013 – 2017



interés en que la villa se fundara durante la primavera. Le pidió contactar al vecindario para la construcción de la Iglesia, el Cabildo y la Cárcel.

Finalmente, la ciudad de Linares se fundó el 23 de mayo de 1794 y en diciembre del mismo año fueron delineados los solares, acción en que participó el mismo Martínez de Rozas. Los vecinos quisieron bautizar la villa en honor al gobernador, pero él se opuso y llevó el nombre del Gobernador e Intendente de Concepción, Ambrosio O'Higgins.

Debió pasar un tiempo antes de que la villa fuera ocupada y a fines de 1798 los habitantes delinearon las calles y repartieron de forma efectiva sus solares.

Según Don Diego Barros Arana “la villa de San Ambrosio de Linares estaba dividida en ocho calles que partían desde la plaza y otras cuatro que salían de las medianías de sus costados”. Tenía un aspecto humilde con muchos sitios baldíos, con paredes de las casas construidas con barro y ramas y techos de fibra vegetal. Era común ver aves de corral y animales domésticos transitando por sus mal delineadas calles. La población se concentraba en la recova o mercado pues era el centro comercial y se abastecían de agua por acequias o canales.

La primera parroquia de Linares estaba en el ángulo noroeste de la Plaza de Armas y se realizó con la intervención del padre Pablo de la Barra. El terremoto de 1835 la dejó en ruinas, pero fue posteriormente construida en el ángulo suroeste de la Plaza de Armas.

En 1805 se construyó el primer cementerio y se ubicó en la actual calle Yungay y Kurt Moller, pero a mediados del siglo XX se trasladó a las afueras de la ciudad.

El 6 de abril de 1813 el General Bernardo O'Higgins tomó la Plaza de Linares, hecho que inició el proceso que desembocaría en la Independencia de Chile.

El 26 de abril de 1826 la ciudad fue asaltada por los hermanos Pincheira y sus montoneros. El Gobernador Don Dionisio Sotomayor al defender la plaza fue tomado prisionero y degollado junto a otros destacados vecinos, mientras la montonera saqueaba la villa y raptaba a las mujeres.

En 1873 se convirtió en capital de la recién creada Provincia de Linares.

Se considera hijos ilustres de Linares al General Carlos Ibáñez del Campo, el poeta Max Jara, el abogado, político e intelectual Valentín Letelier, el historiador y periodista Julio Chacón del Campo, el sacerdote Bernardino Abarzúa, el sabio Claudio Rosales, el poeta y premio Nacional de Literatura Eduardo Anguita, el pintor Pedro Olmos y la folclorista Margot Loyola<sup>52</sup>.

#### **2.5.1.6 Retiro**

Retiro se fundó el 22 de diciembre de 1891 con el nombre de “Rinconada de Parral”. Tenía ahí su casa de descanso el Presidente Ramón Barros Luco, por lo tanto, Retiro era frecuentemente visitado por políticos conocidos de la época, motivo por el que a la propiedad de Barros Luco se le conocía como “La Moneda Chica”. El nombre “Retiro” se le otorgó justamente por ser el lugar de descanso del entonces Presidente Barros Luco<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE LINARES. 2014 – 2018

<sup>53</sup> HISTORIA DE LA COMUNA DE RETIRO. ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE RETIRO

**2.5.1.8 Parral****Tabla n° 7. Hitos Historia Comuna de Parral**

|      |                                                                                                                                                                                           |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1754 | La Comuna recibe su primer nombre como Villorrio “Natividad de Huenutil”                                                                                                                  |
| 1762 | Se cambia el nombre de la comuna como Doctrina “Florida Blanca”                                                                                                                           |
| 1771 | Se funda la Iglesia San José                                                                                                                                                              |
| 1795 | Parral es fundada como Villa Reina Luisa del Parral                                                                                                                                       |
| 1861 | Se crea el actual Cementerio San José de Parral                                                                                                                                           |
| 1885 | Aparece el primer diario “El Iris “                                                                                                                                                       |
| 1866 | Llega la primera línea telegráfica                                                                                                                                                        |
| 1867 | Se forma la primera Guardia Municipal                                                                                                                                                     |
| 1875 | Llega la primera Locomotora                                                                                                                                                               |
| 1885 | Se inaugura el primer Hospital y el segundo en el año 1927, que fue destruido por el terremoto del 27 de febrero de 2010.                                                                 |
| 1891 | Se inaugura la Ilustre Municipalidad                                                                                                                                                      |
| 1894 | Se pone la primera piedra del Convento “San Miguel”, destruido durante el terremoto del año 1939, actualmente Parroquia San Francisco. Aparecen los diarios “El comercio “ y “El Liberal” |
| 1896 | Se realiza el primer plano de la ciudad y el segundo después del terremoto del año 1939                                                                                                   |
| 1904 | Se crea la primera Industria conocida más tarde como Barraca Fuentes                                                                                                                      |
| 1904 | Nace nuestro Premio Nobel de Literatura, Ricardo Eliecer Neftalí Reyes Basoalto, Pablo Neruda                                                                                             |
| 1913 | Se funda el Deportivo Parral                                                                                                                                                              |
| 1914 | Se funda la Primera Compañía de Bomberos                                                                                                                                                  |
| 1915 | Nace el diario “La prensa” de Parral, cuyo director fue Don José Ángel Candia Bahamondez. Se inaugura el Estado Municipal, actualmente lleva el nombre de Nelson Valenzuela Rojas         |
| 1919 | Abre sus puertas el Liceo de Niñas, más tarde Liceo Mixto, actualmente Liceo Federico Heise Marti                                                                                         |
| 1928 | Se crea la Escuela Vocacional fundada por la Sra. Juanita Zúñiga Fuentes. Hoy Centro de Educación Integrada de adultos (CEIA) que lleva su nombre                                         |
| 1933 | Se funda en Parral el Rotary Club                                                                                                                                                         |
| 1939 | 24 de enero Terremoto que azotó a la zona con epicentro en la ciudad de Chillán afectando seriamente a la ciudad de Parral.                                                               |
| 1973 | Se inaugura el Gimnasio Manuel Escárte. El mismo año, un 23 de septiembre fallece el Poeta Pablo Neruda                                                                                   |
| 1998 | Aparece la primera Locomoción Colectiva en Parral                                                                                                                                         |
| 2010 | Parral es afectado por un gran terremoto y tsunami que sucedió en la zona centro sur del país.                                                                                            |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Municipalidad de Parral

### 2.5.1.10 Longaví

Donde hoy se emplaza la comuna de Longaví, antiguamente correspondía a la Hacienda de Longaví, entregada a la Compañía de Jesús en 1639. Luego de que la orden fue expulsada, asumió la propiedad el señor Mateo Sotomayor. En 1904 se conformó la Villa de Longaví, la que sería fundada oficialmente el 27 de diciembre de 1937<sup>54</sup>.

### 2.5.1.11 Cauquenes

Los inicios de Cauquenes se remontan al siglo XVIII, cuando la sociedad rural empezó a transformarse debido a la fundación de villas producto del crecimiento demográfico que experimentó el valle central, junto a la nueva política del reino español, borbónica e ilustrada, que buscaba reorganizar la administración del territorio americano, que impulsaba entre sus principales políticas la fundación de nuevos centros urbanos.

Según la corona española, a comienzos del siglo XVIII Chile presentaba una gran dispersión de la población, pues de las dieciséis ciudades que había fundado Pedro de Valdivia el siglo anterior, siete habían sido destruidas. Debido a esto muchos españoles habían emigrado al norte del Biobío, a las haciendas del centro de Chile o bien estaban dispersos en los campos cercanos.

Con la fundación de Quillota en 1717 empiezan a nacer nuevas villas y el Gobernador Manso de Velasco dio la partida definitiva al proceso. Entregó instrucciones sobre cómo proceder a la fundación de las nuevas ciudades, sobre las obligaciones de los vecinos y además respecto a la elección del lugar, en especial sobre la cercanía entre las villas y su relación con el camino real, según lo indicaba la “Recopilación de las Leyes de Indias”.

En el Maule de hecho las tres ciudades que fundó Manso de Velasco tenían esta simetría: Curicó está a 25 leguas de Talca y ésta a 30 de Cauquenes, y todas a cierta distancia equidistante de los centros más importantes: Santiago y Concepción.

Luego de un receso de casi diez años del impulso fundacional, entre 1752 y 1755 el Gobernador Domingo Ortiz de Rozas lo reanuda con las villas de Illapel, Petorca, La Ligua, Casablanca, San Javier, Coelemu y Quirihue.

Luego entre 1788 y 1796 el Gobernador Ambrosio O’Higgins fundó San Carlos, Combarbalá, Vallenar, Los Andes, San José de Maipo, y más al sur Constitución, Linares y Parral y de esa manera se configuró el actual sistema de centros urbanos de mayor importancia para la actual Región del Maule.

Específicamente la ciudad de Cauquenes se fundó el 9 de mayo de 1742 entre los ríos Tutuvén y Cauquenes con el nombre de Villa de Nuestra Señora de las Mercedes de José de Manso del Tutuvén, en territorio habitado primero por los Promaucae<sup>55</sup> del Maule como asentamiento indígena, que el cacique Ascensio Galdámez y de su esposa Micaela de Araya donan (307 cuerdas de terreno) a la corona española.

En 1826 la ciudad de Cauquenes pasa a formar parte de la Provincia del Maule –conformada por las delegaciones de Itata, San Carlos, Parral, Linares y Cauquenes– comprendida entre el río Maule y los ríos Itata-Ñuble, una de las seis provincias en las que el país fue dividido.

<sup>54</sup> ACTUALIZACIÓN PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE LONGAVÍ. 2010 – 2013

<sup>55</sup> EL TÉRMINO PROMAUCAE ES LA DEFORMACIÓN DE LA VOZ QUECHUA PURUN AUCA QUE SIGNIFICA ENEMIGO SALVAJE, REBELDE, APLICADO POR LOS INCAS A LAS POBLACIONES DE CHILE CENTRAL, QUE VIVÍAN ENTRE LOS RÍOS MAIPO Y MAULE, POBLACIONES QUE CON SU RESISTENCIA FRENARON LOS AFANES EXPANSIONISTAS DEL TAWANTINSUYO, IMPIDIENDO LA CONQUISTA DE SUS TERRITORIOS Y POR CONSIGUIENTE FIJARON EL LÍMITE SUR DE ESTE IMPERIO.

En 1848 es creada la Provincia de Ñuble, por lo que la provincia de Maule pierde el área situada al sur del río Perquilauquén y al oriente del camino público de Santiago al sur, que correspondía al departamento de San Carlos.

La Provincia de Linares se crea en 1837 y de esa forma la Provincia del Maule queda constituida por los departamentos de Constitución, Cauquenes e Itata.

En 1927, debido a cambios administrativos la Provincia del Maule se establece dividida en los departamentos de Linares, Parral, Loncomilla y Cauquenes, el que a su vez quedó constituido por las comunas de Cauquenes (anexa Coronel del Maule y Sauzal) y Chanco (anexa Curanipe).

Dos años más tarde, la Subdelegación Pocillas del departamento de Itata se anexa a la Comuna de Cauquenes y en 1936 lo hace el distrito de Tregualemu que provenía del mismo departamento. Como consecuencia del nuevo proceso de regionalización de 1974 que finaliza con el DL-2867, con fecha de publicación 26.10.1979 y promulgado el 0.09.1979, indica “Créase la provincia de Cauquenes, capital Cauquenes, que comprende las actuales comunas de Cauquenes y Chanco.”

La ciudad de Cauquenes fue una de las que se vio más afectada por el terremoto de 2010, catástrofe que provocó graves daños a varios edificios emblemáticos de la ciudad, como la Municipalidad y la Iglesia San Alfonso, además de varias casas destruidas y 16 víctimas fatales<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> PLAN DE DESARROLLO COMUNAL COMUNA DE CAUQUENES. 2014 – 2018

### 3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

#### 3.1 Antecedentes de la actividad turística

##### 3.1.1 Economía local

En los últimos años, la actividad económica en la Región del Maule, ha indicado valores inferiores a los promedios nacionales; de acuerdo al Banco Central (julio, 2014), en los últimos 12 meses alcanzan un 2,9% acumulado y una variación anual del -1,6% observada en el trimestre móvil enero-marzo 2013, situación entendida por el efecto generado por el terremoto de 2010 en el crecimiento de la región<sup>57</sup>.

Sin embargo, durante los meses de abril a junio de 2015, el Indicador Económico Regional (INACER) registró un alza de 1,9% en comparación al mismo trimestre de 2014. El resultado se explica en la evolución positiva de cuatro de los once sectores que componen la actividad económica de la Región del Maule<sup>58</sup>.

La mayor incidencia en el resultado positivo se registra en los sectores silvoagropecuario, transporte y comunicaciones y servicios sociales y personales. El sector silvoagropecuario debe su expansión al aumento de tres de los sectores que lo componen: agrícola, frutícola y silvícola.

Le sigue en incidencia positiva el sector Transporte y Comunicaciones, que presentó expansión en su actividad debido al aumento de tres de sus subsectores: servicios conexos, comunicaciones y pasajeros terrestres.

En el otro extremo, los sectores que presentaron mayores incidencias negativas corresponden a construcción, comercio, restaurantes y hoteles; e industria manufacturera. Se debe mencionar que, dentro del sector mencionado, los subsectores Restaurantes y Hoteles, evidenciaron expansión en su actividad. Destaca especialmente el sector construcción, que ha presentado descensos desde el primer trimestre de 2013. La tendencia negativa del sector aún se explica por la contracción de los subsectores de Edificación Habitacional y Obras de Ingeniería, debido a la menor ejecución presupuestaria de obras públicas<sup>59</sup>.

##### 3.1.2 Importancia del turismo como actividad económica

El Plan de Desarrollo Regional 2008-2020 para el Maule, identifica al turismo como una de las actividades emergentes y potenciales, destacando el fortalecimiento del turismo de intereses especiales.

El último informe INACER para la Región del Maule (agosto, 2015), indica que, aunque el sector “Comercio, Restaurantes y Hoteles” presentó una dinámica negativa, Restaurantes y Hoteles en específico evidencian expansión en su actividad.

Por su parte, el último informe “Evolución Económica Región del Maule” (INE, 2012), señala que, durante 2012, 196 mil 997 personas visitaron la Región del Maule, lo que representa un aumento del 20,5% respecto al año anterior. En cuanto a los turistas chilenos que visitaron el Maule durante el periodo mencionado, corresponden al 93,8%, traducible en un aumento de un 18,8% respecto al año 2011.

57 DOCUMENTO “PLAN REGIONAL DE GOBIERNO 2014-2018”.

58 INDICADOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA REGIONAL. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. 19 DE AGOSTO DE 2015.

59 ÍDEM

**Tabla n° 8. Producto interno bruto para actividad Comercio, Restaurantes y Hoteles, Región del Maule, 2010, 2011, 2012 y 2013 (Millones de pesos)**

| 2010    | 2011    | 2012    | 2013    |
|---------|---------|---------|---------|
| 257.074 | 272.707 | 315.275 | 351.635 |

Fuente: DTS Consultores basado en cifras del Banco Central

En el cuadro expuesto se observa que el PIB para la actividad “Comercio, Restaurantes y Hoteles”, a la que se suscribe el sector turismo, presenta un alza constante de 2010 a 2013.

Aunque todavía existen barreras que impiden un crecimiento balanceado y significativo del sector, el **Plan de Acción Región del Maule, Sector Turismo, 2014-2018**, reconoce ciertas ventajas en los **Destinos Turísticos Prioritarios** correspondientes al área del siguiente estudio. En primer lugar, el **destino Lago Colbún** “cuenta con un desarrollo consolidado en torno al turismo de bienestar a través de los complejos termales presentes en el destino, principalmente en las localidades de Panimávida y Quinamávida”, además de “artesanía única como la de crin de caballo de la localidad de Rari y en piedra toba de Quinamávida”.

Por otro lado, el mismo plan advierte en el **destino Linares y Cajón del Achibueno** potencial turístico dado por “actividades de turismo aventura y de naturaleza en sus cajones precordilleranos, principalmente en el Cajón del Achibueno donde se realizan actividades como pesca con mosca, cabalgatas y trekking”<sup>60</sup>.

### 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 turístico, donde confluyen oferta y demanda. Está conformado por servicios turísticos como por personas que hacen uso de dichos servicios. Para que exista un desarrollo sustentable del “sistema”, es decir que existan beneficios económicos, sociales y ambientales para quienes de modo directo o indirecto integran el sistema, 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 capítulo expresará la intervención de organismos públicos y privados sobre el territorio. En primera instancia se abocará al nivel regional para obtener una visión global de la actividad turística y la competitividad de la Región del Maule, y luego analizará la intervención a nivel comunas con el objetivo de identificar fortalezas y limitantes del territorio a intervenir.

<sup>60</sup> DOCUMENTO “PLAN DE ACCIÓN REGIÓN DEL MAULE SECTOR TURISMO 2014-2018”

### 3.2.2 Normativas Regionales

#### 3.2.2.1 Gobierno Regional

##### 3.2.2.1.1. Estrategia Regional de Desarrollo del Maule 2008-2020

Este instrumento constituye eje orientador para todas las políticas públicas regionales y tiene como objetivo coordinar e impulsar acciones públicas y privadas para la Región del Maule. El documento **distingue al sector turismo como uno de sus ejes relevantes de desarrollo y le atribuye perspectivas favorables para la Región del Maule**. Como imagen objetivo para la región, proyecta una identidad regional basada en su **patrimonio histórico, natural y cultural, fortaleciendo así el desarrollo del turismo de intereses especiales y posicionando al Maule en el concierto nacional y mundial**. La estrategia incluye cinco ejes orientadores que a su vez se organizan según lineamientos estratégicos. El turismo está suscrito en el eje denominado “Economía Regional”, que manifiesta las siguientes acciones vinculadas a la actividad:

**Inversión total:** crear un organismo o instancia para la promoción de la inversión extranjera, que tenga información disponible para la toma de decisiones, que formalice un portafolio diversificado y atractivo de productos de turismo de intereses especiales.

**Localización territorial:** identificar y gestionar en las zonas de interés regional las potencialidades económicas, productivas, naturales, culturales y turísticas que permitan a esas comunidades resolver la sostenibilidad territorial, priorizándolos con base técnica y política.

**Actividades principales:** promover y fomentar la inversión local en capacitación del recurso humano, incorporación de estándares de calidad internacional, mejoramiento de los procesos productivos, infraestructura y tecnología, gestión comercial y posicionamiento internacional, de los sectores productivos prioritarios, entre los que se considera al turismo.

**Actividades emergentes y potenciales:** diversificar la estructura productiva regional con un enfoque sostenible, es decir, sólo apoyando iniciativas y áreas que estén avaladas por estudios técnicos y criterios políticos, con especial interés en turismo y servicios intensivos en conocimiento<sup>61</sup>.

Con respecto a la **cultura**, la estrategia repara en la necesidad de construir y promover una política que reconozca la diversidad de modos de vida y formas de habitar la región, identificado y valorizando los rasgos distintivos de la cultura y de los asentamientos humanos de la costa, **secano, valle y cordillera**. De igual forma, apoyar las manifestaciones populares de fiestas costumbristas, religiosas y tradicionales, velando por su autenticidad y permanencia en el tiempo por su aporte a la identidad y a la memoria colectiva<sup>62</sup>.

En los ejes ordenadores se exponen líneas de acción que revelan al turismo como sector productivo en desarrollo, en proceso incipiente de crecimiento, por lo cual resulta necesario la ejecución de nuevos proyectos e iniciativas tendientes a consolidar su oferta y planta relacionada, con especial atención en zonas de menor consolidación. En el Anexo N° 2 del presente informe se encuentra el detalle de los lineamientos de la Estrategia Regional de Desarrollo 2008 -2020, relacionados a la actividad turística.

##### 3.2.2.1.2. Plan Regional de Gobierno Región del Maule 2014-2018

El Plan Regional de Gobierno Región del Maule para el período 2014-2018 apunta a generar condiciones adecuadas para impulsar a nivel regional una descentralización efectiva. Expone como objetivo general “generar las condiciones que permitan gestionar de una manera más eficiente la

<sup>61</sup> DOCUMENTO “ESTRATEGIA REGIONAL DE DESARROLLO MAULE 2008-2020”

<sup>62</sup> ÍDEM

planificación e inversión regional para avanzar hacia un desarrollo armónico y equitativo de los territorios en aspectos de desarrollo económico, social-cultural e infraestructura”.

Respecto al sector turismo el plan hace mención en primer lugar a la conectividad vial requerida para el desarrollo de los destinos turísticos de la Región del Maule identificados por el Ministerio de Obras Públicas (MOP)<sup>63</sup>.

**Tabla n° 9. Destinos turísticos de la Región del Maule**

| DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN |                                                 |
|----------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1                                | Ruta del vino de Curicó                         |
| 2                                | Radal Siete Tazas                               |
| 3                                | Constitución                                    |
| 4                                | Lircay y Cancha Rayada                          |
| 5                                | Hacienda Huilquilemu                            |
| 6                                | Talca                                           |
| 7                                | Casino de Talca                                 |
| 8                                | Ruta del Vino del Maule                         |
| 9                                | Vichuquén                                       |
| 10                               | Lago Vichuquén                                  |
| 11                               | Iloca                                           |
| 12                               | <b>Yerbas Buenas</b>                            |
| 13                               | <b>Villa Alegre</b>                             |
| 14                               | <b>Panimávida</b>                               |
| 15                               | <b>Rari</b>                                     |
| 16                               | <b>Cordillera del Melado (RN El Belloto)</b>    |
| 17                               | <b>Parral</b>                                   |
| 18                               | <b>Nevados del Longaví</b>                      |
| 19                               | <b>Embalses Digua, Bullileo y Laguna Amargo</b> |
| 20                               | <b>Termas de Catillo</b>                        |
| 21                               | Laguna del Maule                                |
| 22                               | Altos de Lircay                                 |
| 23                               | Vilches                                         |
| 24                               | San Clemente                                    |
| 25                               | <b>Lago Colbún</b>                              |
| 26                               | Chanco                                          |
| 27                               | Pelluhue                                        |

Fuente: Actualización Plan Director de Infraestructura MOP, 2010

El Plan 2014-2018 indica que para consolidar estos circuitos turísticos se requiere de ciertas intervenciones en las rutas. Aquellas relacionadas al área de estudio son las siguientes:

- Consolidar el **acceso a los atractivos de la cordillera**, la continuación del Arco Oriente al norte y al sur.
- Integrar transversalmente el territorio por a lo menos tres o cuatro ejes cordillera-mar: paso Vergara-Curicó-Iloca-Vichuquén; paso Pehuenche-Talca-Constitución; **Cordillera Linares-Cauquenes-Pelluhue; Bullileo-Parral-Cauquenes-Pelluhue.**
- Consolidar, igualmente, las rutas de **acceso al Parques Nacionales y Reservas Nacionales.**
- Para brindar una apropiada accesibilidad a otros sectores cordilleranos de la región, se requiere el mejoramiento completo de rutas tales como la J-65 y J-55 en la provincia de Curicó, y la **L-455, L-45 y L-75 en la provincia de Linares.** En la provincia de Talca se requiere optimizar las condiciones de transitabilidad en caminos de los sectores San Rafael, Villa Prat y Huaquén.

<sup>63</sup> DOCUMENTO “PLAN REGIONAL DE GOBIERNO 2014-2018, REGIÓN DEL MAULE”



Por otro lado, el Plan 2014-2018 manifiesta en cuanto a **recursos naturales y biodiversidad**, la importancia de bosques y formaciones vegetales nativas –esenciales en la existencia de los numerosos ecosistemas presentes en el país– y que su importancia radica en la biodiversidad y hábitat para la vida silvestre, estabilización de suelos y protección contra la erosión, regula los recursos hídricos, entrega bienes materiales, **dispone de áreas para ecoturismo, recreación, belleza escénica** entre otros.

En la misma línea el plan refuerza la “búsqueda de alternativas de manejo que llevan al mantenimiento y sustentabilidad de los recursos, no sólo para lograr la subsistencia de los ecosistemas de flora y faunas nativas, **sino que también para lograr el fortalecimiento de la industria turística y el mantenimiento de los circuitos sociales y económicos locales vinculados a estas áreas**”<sup>64</sup>.

### 3.2.2.2 Servicio Nacional de Turismo

La actividad turística nacional está a cargo del **Servicio Nacional de Turismo** (Sernatur), organismo responsable de entregar las bases para el desarrollo y obtención de resultados del sector turismo. En este capítulo se expone aquello que Sernatur y otras instituciones relacionadas al turismo han realizado durante los últimos años en la Región del Maule.

El Plan de Acción Región del Maule, Sector Turismo 2014-2018 “tiene por objeto reunir todas aquellas iniciativas de inversión, acciones y/o acuerdos que permitan abordar las brechas y desarrollar el potencial turístico que presenta la región y sus destinos”<sup>65</sup>. En los siguientes capítulos se exponen los principales ámbitos de acción del Plan.

#### 3.2.2.2.1 Áreas Turísticas Prioritarias

Sernatur junto a la Subsecretaría de Turismo en el marco de la estrategia de focalización territorial para diseño e implementación de planes, programas y proyectos en beneficio a los destinos turísticos del país, revisó antecedentes de las Áreas Turísticas Prioritarias y Destinos Turísticos Prioritarios de la Región, delimitando su extensión. Por lo tanto, los **Destinos Turísticos Priorizados** para la Región del Maule son los siguientes:

**Tabla n° 10. Destinos turísticos priorizados. Región del Maule**

| DESTINOS               | COMUNAS            | VOCACIÓN TURÍSTICA                                                                                                                                                                          | CIRCUITOS TURÍSTICOS                                                                                                                                                                                           |
|------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Iloca-Vichuquén</b> | Licantén-Vichuquén | Turismo de intereses especiales (reserva, flora y fauna, actividades deportivas, artesanía). Turismo de Naturaleza, Turismo Gastronómico, Turismo Cultural, Agroturismo y Turismo de Playa. | Ruta de las caletas<br>Ruta Costa Maule<br>Ruta de Observación de Flora y Fauna (Reserva Laguna Torca y avistamiento de aves en la cuenca del Mataquito)<br>Ruta del artesano<br>Ruta Gastronómica Campo & Mar |
| <b>Constitución</b>    | Constitución       | Turismo de playa, Turismo gastronómico, Turismo aventura (Putú) y turismo cultural.                                                                                                         | Ruta de las caletas<br>Ruta Costa Maule<br>Ruta de Observación de Flora y Fauna (en río Maule)<br>Ruta Gastronómica Campo & Mar                                                                                |

<sup>64</sup> DOCUMENTO “PLAN REGIONAL DE GOBIERNO 2014-2018, REGIÓN DEL MAULE”

<sup>65</sup> DOCUMENTO “PLAN DE ACCIÓN REGIÓN DEL MAULE SECTOR TURISMO 2014-2018”

| DESTINOS                                 | COMUNAS                                        | VOCACIÓN TURÍSTICA                                                                                                                       | CIRCUITOS TURÍSTICOS                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          |                                                |                                                                                                                                          | Ramal Turístico Talca<br>Constitución (Estaciones<br>Corinto, Curtiduría y<br>González Bastías)                                                                                                                               |
| <b>Chanco-Pelluhue</b>                   | Chanco-Pelluhue                                | Agroturismo, Turismo<br>Rural, Turismo<br>Gastronómico y Turismo<br>de Naturaleza                                                        | Ruta de las caletas<br>Ruta Costa Maule<br>Ruta de Observación de<br>Flora y Fauna (Reserva<br>Nacional Federico<br>Albert)<br>Ruta Gastronómica<br>Campo & Mar.                                                              |
| <b>Valles de Curicó</b>                  | Curicó-Molina-Sagrada<br>Familia-Romeral-Rauco | Enoturismo, Turismo de<br>Naturaleza, Turismo<br>deportivo, Turismo<br>aventura, Agroturismo,<br>Turismo gastronómico y<br>Turismo Rural | Ruta del Vino<br>Ruta de Senderos de<br>Chile<br>Ruta de la Precordillera<br>Ruta de la chicha y el ají<br>Ruta Gastronómica<br>Campo & Mar<br>Ruta de Condorito                                                              |
| <b>Radal Siete Tazas</b>                 | Molina                                         | Turismo de naturaleza y<br>Turismo aventura                                                                                              | Ruta de Observación de<br>Flora y Fauna (Parque<br>Nacional Radal Siete<br>Tazas)                                                                                                                                             |
| <b>Vilches-Altos de Lircay</b>           | San Clemente                                   | Turismo ufológico,<br>Agroturismo, Turismo de<br>Naturaleza, Turismo<br>Gastronómico y Turismo<br>Aventura                               | Ruta de Observación de<br>Flora y Fauna (Reserva<br>Nacional Altos de Lircay,<br>Los Ruiles, Los<br>Queules)<br>Ruta corredor<br>bioceánico<br>Paso Pehuenche<br>Ruta gastronómica<br>campo & mar<br>Ruta de la Precordillera |
| <b>Lago Colbún-Rari</b>                  | San Clemente-Colbún                            | Turismo de Naturaleza,<br>Turismo Aventura,<br>Turismo Gastronómico,<br>Turismo Cultural y<br>Turismo Termal                             | Ruta gastronómica<br>Ruta del artesano<br>Ruta de la Precordillera<br>Ruta de la lana Manos<br>del Pehuenche                                                                                                                  |
| <b>Linares y Cajón del<br/>Achubueno</b> | Linares                                        | Turismo de Naturaleza,<br>Agroturismo, Turismo<br>termal, Turismo<br>aventura                                                            | Ruta de la Precordillera<br>Ruta gastronómica<br>campo & mar<br>Ruta de las Termas<br>Ruta de Observación de<br>Flora y Fauna (Reserva<br>Nacional Los Bellotos<br>del Melado)                                                |

Fuente: Dirección Regional Sernatur Maule, diciembre 2014.

De los ocho destinos priorizados, dos corresponden al área de intervención de este estudio, lo que son descritos de la siguiente manera:

### Lago Colbún

El Lago Colbún abarca parte de las comunas de San Clemente y Colbún, este destino cuenta con una oferta de actividades en torno al lago del mismo nombre, además de contar con un desarrollo

consolidado en torno al turismo de bienestar a través de los complejos termales presentes en el destino, principalmente en las localidades de Panimávida y Quinamávida. Otro elemento parte de la identidad de este destino es su artesanía única como la de crin de caballo de la localidad de Rari y en piedra toba de Quinamávida.

### Linares y Cajón del Achibueno

Este destino se encuentra circunscrito a la comuna del mismo nombre, Linares es una de las tres comunas con mayor número de llegadas de la región. El potencial turístico de este destino está dado principalmente por actividades de turismo aventura y de naturaleza en sus cajones precordilleranos, principalmente en el Cajón de Achibueno donde se realizan actividades como pesca con mosca, cabalgatas y trekking.

#### 3.2.2.2 Zonas y Centros de Interés Turísticos

Aquellas áreas turísticas que han tengan especiales condiciones para la atracción del turismo pueden convertirse en **Zonas de Interés Turísticos (ZOIT)**.

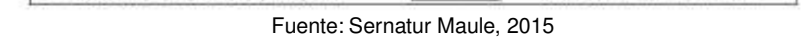
Actualmente en la Región del Maule existe únicamente una Zona de Interés Turístico ZOIT que sin embargo a la fecha no ha logrado posicionamiento, motivo por el cual Sernatur Maule apoyará la realización de un Plan de Acción para éste y otros territorios que demuestren vocación e interés turístico como es el caso del territorio **Lago Colbún-Rari**, correspondiente al área de estudio del presente informe, intención que se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla n° 11. Zonas de Interés Turístico ZOIT. Región del Maule**

| ZOIT                    | COMUNAS             | VOCACIÓN TURÍSTICA                                                                               | ESTADO DECLARATORIA                                                                                       | SITUACIÓN ACTUAL                                                                                                                                                                                                                                                       | PLANIFICACIÓN FUTURA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Chanco-Pelluhue</b>  | Chanco-Pelluhue     | Agroturismo, Turismo Rural, Turismo Gastronómico y Turismo de Naturaleza.                        | Vigente. Declarada ZOIT Resolución Ex. N° 1291 04/11/2009, Publicación Diario Oficial: 17 diciembre 2009. | Debe actualizar su declaratoria presentando un Plan de Acción fruto de un trabajo público-privado que refleje visión de desarrollo del territorio, sus principales brechas, líneas de acción, responsables y plazos. Municipios manifiestan interés de reactivar ZOIT. | Por encontrarse en un territorio declarado como Zona Rezagada se trabajará con sectores públicos y privados en actualización de declaratoria y en el reordenamiento del territorio con el fin de focalizar la inversión público-privada para el fomento del turismo, financiado con recursos del Gobierno Regional del Maule y Fondo de Convergencia para Zonas Rezagadas. |
| <b>Lago Colbún-Rari</b> | Colbún-San Clemente | Turismo de Naturaleza, Turismo Aventura, Turismo Gastronómico, Turismo Cultural y Turismo Termal | En proceso de elaboración de Plan de Acción para futuro pronunciamiento de Comité de Ministros.           | Comité 436 de Lago Colbún Rari se convirtió en Corporación Público-Privada "Corporación para el desarrollo turístico del Lago Colbún y sus alrededores", la que fue creada y                                                                                           | La futura ZOIT se propone formular el Plan de Acción y desarrollo del territorio con apoyo de SERNATUR y financiamiento del Gobierno Regional del Maule. Además, busca sumar un socio estratégico como es                                                                                                                                                                  |

| ZOIT | COMUNAS | VOCACIÓN TURÍSTICA | ESTADO DECLARATORIA | SITUACIÓN ACTUAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | PLANIFICACIÓN FUTURA                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------|---------|--------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |         |                    |                     | formalizada para la recepción de la declaratoria de Zona de Interés Turístico Lago Colbún - Rari. Esta entidad estará a cargo de la ejecución de un plan de acción para el fomento de la actividad turística en el sector declarado ZOIT y está conformada por representantes de los municipios de Colbún y San Clemente, además de Cámaras de Turismo y agrupaciones de ambas comunas. | la Empresa Colbún S.A., de modo que se genere un trabajo coordinado en torno al turismo en base a una cota acordada por las partes y que permita una sana convivencia entre las funciones hidroeléctricas del lago y la práctica de deportes acuáticos, entre otros. |

Fuente: DTS Consultores basado en Dirección Regional Sernatur Maule, diciembre 2014.



Generador de empleo, de crecimiento económico, felicidad e inclusión, el turismo apunta además a ser una actividad que recoge la identidad, cultura y tradiciones de la Región del Maule, con foco en la calidad y sustentabilidad”.

El Plan de Acción busca reunir iniciativas de inversión, acciones y/o acuerdos que permitan abordar las brechas y desarrollar el potencial turístico que presenta la región y sus destinos. Mediante lineamiento estratégicos definidos por los **cinco componentes** del **Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la Subsecretaría de Turismo**, se dirige a posicionar el turismo como una actividad económica relevante en el Maule. A continuación, se exponen los objetivos específicos para cada componente del Plan de Acción.

**Tabla n° 12. Componentes Plan de Acción sector turismo 2014-2018 y objetivos respectivos**

| COMPONENTE                                               | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Promoción Nacional e Internacional</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el posicionamiento turístico de la Región del Maule y sus destinos en los mercados identificados como prioritarios para la región.</li> <li>• Captar mayor flujo de turistas en la Región del Maule.</li> <li>• Captar turistas con mayor capacidad de gasto y menor estacionalidad en destinos.</li> <li>• Elaborar y difundir folletería en idioma inglés, francés, alemán.</li> <li>• Explorar nuevos mercados de turismo receptivo con alto nivel de gasto.</li> <li>• Aumentar la asignación de recursos para acciones de promoción interna y receptiva.</li> <li>• Implementar acciones para quebrar estacionalidad en Costa del Maule.</li> <li>• Generar e implementar Plan de Posicionamiento del Turismo Interno y Turismo Receptivo para la Región del Maule.</li> <li>• Generar alianzas estratégicas que permitan captar información estadística relevante relacionada con comportamiento de turistas que visitan la región.</li> </ul> |
| <b>Diversificación de experiencias</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer la especialización de productos turísticos regionales.</li> <li>• Lograr un trabajo asociativo entre los actores locales.</li> <li>• Desarrollar la actividad turística en el territorio Región del Maule.</li> <li>• Fomentar y desarrollar el eje Ramal Talca-Constitución con foco en turismo ferroviario junto con generar mejoras en estaciones de ferrocarriles.</li> <li>• Fomentar el trabajo público-privado para la gestión turística.</li> <li>• Fortalecer y desarrollar productos turísticos regionales.</li> <li>• Generar trabajo territorial integrado en torno al patrimonio material e inmaterial, cultural e histórico y su respectiva puesta en valor.</li> <li>• Potenciar el desarrollo turístico en Áreas Protegidas del Estado, ya sea Parque Nacional y/o Reservas Nacionales de la región.</li> </ul>                                                                                                                   |
| <b>Desarrollo de Destinos</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Catastrar las falencias en infraestructura pública habilitante en Región del Maule.</li> <li>• Generar plan de trabajo con organismos pertinentes en Infraestructura Habilitante bajo un lenguaje común.</li> <li>• Elaborar catastro de brechas en señalética, miradores, senderos u otros.</li> <li>• Participar de acciones públicas que tiendan al mejoramiento del borde costero del Maule.</li> <li>• Gestionar los Destinos Turísticos y Zonas de Interés Turístico.</li> <li>• Levantar proyectos y/o financiamiento regional en apoyo de creación y/o actualización de Zonas de Interés Turístico.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Fortalecimiento de la Calidad y el Capital Humano</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar las capacidades individuales y asociativas de los diversos actores de la industria en torno a normas de Calidad (Q).</li> <li>• Mejorar capacidades individuales y asociativas de los diversos actores de la industria en torno a principios y protocolos de Sustentabilidad (S).</li> <li>• Incentivar a servicios turísticos regionales a incorporarse a cadenas formales de comercialización.</li> <li>• Difundir existencia, beneficios y acceso a Sello de Calidad.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| COMPONENTE                                                | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Difundir existencia, beneficios y acceso a Distinción de Sustentabilidad.</li> <li>• Fomentar la generación e implementación de proyectos con financiamiento regional para la obtención de Sellos Q y S.</li> <li>• Desarrollar y fortalecer capacidades de personas en contacto con la industria turística regional.</li> <li>• Desarrollar y difundir las buenas prácticas dentro de la gestión turística.</li> <li>• Formar guías de turismo de acuerdo a normas de calidad turística a nivel regional.</li> <li>• Capacitar a actores de la industria turística regional en competencias laborales y especialidades requeridas.</li> <li>• Capacitar y/o certificar en ámbitos de primeros auxilios, cultura, historia, recursos y atractivos naturales, entre otros.</li> </ul> |
| <b>Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover programas de turismo inclusivo que apunten al quiebre estacional.</li> <li>• Generar acciones comunicacionales que promuevan el turismo en temporada baja.</li> <li>• Fomentar el acceso de grupos focalizados al turismo y viajes.</li> <li>• Elaborar proyectos con foco regional para turismo interno.</li> <li>• Gestionar recursos financieros que promuevan el turismo interno con enfoque inclusivo.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Otros</b>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar y coordinar con servicios públicos pertinentes los sectores con potencial turístico que requieran conectividad, agua potable, servicios sanitarios u otro.</li> <li>• Fomentar el trabajo en Comité de Seremis del Turismo con foco en levantamiento de brechas, proyectos, infraestructura habilitante, etc.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Fuente: DTS Consultores basado en Dirección Regional Sernatur Maule, diciembre 2014.

Como se expuso y detalló anteriormente y de acuerdo al presente plan, los destinos turísticos priorizados para la Región del Maule quedaron delimitados a los siguientes territorios, **dos de ellos correspondientes al área de intervención del presente estudio**:

- Iloca-Vichuquén
- Constitución
- Chanco-Pelluhue
- Valles de Curicó
- Radal Siete Tazas
- Vilches-Altos de Lircay
- **Lago Colbún**
- **Linares y Cajón del Achibueno**

Por otro lado, el Plan manifiesta “potenciar la habilitación de infraestructura adecuada en las Áreas Silvestres Protegidas del Estados, ASPE, de la Región **—una de ellas correspondiente al área del presente estudio—** según la planificación futura para cada unidad que se expone a continuación.

**Tabla n° 13. ASPE y Planificación futura**

| ASPE                              | COMUNAS               | PLANIFICACIÓN FUTURA                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parque Nacional Radal Siete Tazas | Molina                | Diseño de Infraestructura Habilitante, Mejoramiento de accesos, Regularización de terrenos, Implementación de puesta en valor.                                                                                                             |
| Reserva Nacional Los Ruiles       | Chanco/<br>Empendrado | Posicionamiento de la RN como un atractivo natural de la región (realizar acciones de promoción y difusión como viajes de prensa, reportajes, folletería, entre otros) y acciones de puesta en valor a través de programa Zonas Rezagadas. |

| ASPE           |                 |            | COMUNAS       | PLANIFICACIÓN FUTURA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------|-----------------|------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Reserva        | Nacional        | Los        | Pelluhue      | Posicionamiento de la RN como un atractivo natural de la región (realizar acciones de promoción y difusión como viajes de prensa, reportajes, folletería, entre otros) y acciones de puesta en valor a través de programa Zonas Rezagadas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Reserva</b> | <b>Nacional</b> | <b>Los</b> | <b>Colbún</b> | <b>Posicionamiento de la RN como un atractivo natural de la región (realizar acciones de promoción y difusión como viajes de prensa, reportajes, folletería, entre otros). Seguimiento de medidas de compensación de empresa hidroeléctrica Chupallar instalada en el territorio, comprometida a realizar capacitaciones en temas de turismo, agroturismo y ecoturismo a la comunidad; elaboración de folletería de puesta en valor del territorio; mejoramiento de senderos de exploración en RN. Incorporación como atractivo natural y puesta en valor en Plan de Desarrollo Turístico Destino Maule Termal, Natural y Cultural, financiado por Gobierno Regional del Maule.</b> |
| Reserva        | Nacional        | Laguna     | Vichuquén     | Posicionamiento de la RN como un atractivo natural de la región, el segundo más visitado después del PN Radal Siete Tazas (realizar acciones de promoción y difusión como viajes de prensa, reportajes, folletería, entre otros).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Reserva        | Nacional        | Federico   | Chanco        | Posicionamiento de la RN como un atractivo natural de la región (realizar acciones de promoción y difusión como viajes de prensa, reportajes, folletería, entre otros), además de acciones de puesta en valor a través de programa Zonas Rezagadas. Incorporación como atractivo natural y puesta en valor en Plan de Desarrollo Turístico Destino Talca y Valle del Río Maule, financiado por Gobierno Regional del Maule.                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Reserva        | Nacional        | Altos de   | San           | Posicionamiento de la RN como un atractivo natural de la región, el tercero más visitado en el Maule (realizar acciones de promoción y difusión como viajes de prensa, reportajes, folletería, entre otros).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Lircay         |                 |            | Clemente      | Acciones de posicionamiento de Cámara de Turismo Rural de Vilches con miras de generar más servicios que incorporen actividades de turismo aventura asociadas a la RN.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Fuente: Elaboración propia en base a información de la Dirección Regional Sernatur Maule, diciembre 2014.

### 3.2.3 Normativas comunales

#### 3.2.3.1 Plan de Desarrollo Comunal

Los Planes de Desarrollo Comunal (PLADECO's) representan 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 este instrumento.

En los siguientes apartados, se rescata lo que los PLADECO's sostienen con respecto a la actividad turística en cada una de las comunas que conformarán el Plan de Desarrollo Turístico, lo que implica generar un encadenamiento con los proyectos a proponer para el territorio.

De las nueve comunas que conforman el destino Maule Sur, solo Villa Alegre no posee un PLADECO o algún documento que explique los lineamientos estratégicos del gobierno local.

- **PLADECO Comuna San Javier**

El PLADECO de la comuna de San Javier, elaborado en un horizonte de cuatro años (2013 – 2017) presenta un incipiente desarrollo en la actividad turística, no obstante, presenta ventajas para el desarrollo de actividades relacionadas al patrimonio histórico y cultural, principalmente en la arquitectura tradicional.



Se destacan dentro de las estrategias de desarrollo turístico para la zona, lineamientos y objetivos asociados a: conservación del patrimonio existente, vinculación y capacitación de los actores en torno al sector, y desarrollo de una plataforma turística adecuada. En relación a este último punto, deben implementarse servicios de comida, alojamiento y recreación, entre otros, acordes al desarrollo de la actividad.

De este modo el plan tiene por *finalidad “avanzar hacia una economía local más competitiva y por sobre todo un territorio atractivo para la localización de la industria vitivinícola y silvo-agropecuaria, y de posicionamiento de una marca territorial de fuerte denominación de origen de sus productos principales”*.

Asimismo, el plan considera la capacitación y fomento para la creación de pequeñas unidades que permitan dar un mayor valor agregado a los productos del campo, fomentando así el agroturismo y artesanado.

- **PLADECO Comuna Yerbos Buenas**

El PLADECO correspondiente a la comuna de Yerbos Buenas, se proyecta a un periodo de cuatro años (2008 – 2012). Este presente como eje fundamental en el desarrollo turístico, la protección de su identidad cultural y patrimonio histórico, constituido por una arquitectura representativa de la vivienda rural del primer cuarto del siglo XIX. Así también, Yerbos Buenas mantiene vestigios de guerra (*sorpresa de Yerbos Buenas*), consolidándose como registro evolutivo de su población. Por otra parte, tiene incipiente desarrollo la venta y cultivo de berries.

Dentro del marco turístico expuesto en el Plan, parte de las actividades asociadas realizadas a la fecha, radican en tradiciones folclóricas, rayuela, rodeos, carreras chilenas, fiestas huasas y producción de comida típica, entre otros. En cuanto a infraestructura de oferta turística, hoy se encuentra en un mismo sector el local artesanal de Aperos de Huaso, Casino del Huaso, Museo Histórico “Casa de Pareja”, Biblioteca Municipal, Complejo Cultural Criollo, Centro Artesanal.

Además, se proponen proyectos tales como: potenciar realización de los primeros juegos tradicionales campesinos y la feria agrícola comunal, mejoramiento y construcción de espacios públicos, mantención de la infraestructura colonial en zona típica, creación de un monumento para potenciar un circuito histórico.

Vale mencionar que para el año 2009, Yerbos Buenas se adjudicó el proyecto “El patrimonio y las raíces yerbos bueninas, a través de la expresión artística de nuestros habitantes”, con talleres en el complejo cultural criollo, de poesía y lectura, fotografía y pintura al óleo y retablos, música, y fotografía con una duración de 8 meses.

- **PLADECO Comuna Colbún**

El PLADECO de la comuna de Colbún, elaborado en un horizonte de cuatro años (2013 – 2017) pone énfasis en el aspecto turístico, presentándolo como uno de los potenciales más importantes de la comuna. De esto se destaca un fuerte flujo histórico de turistas asociados a disponibilidad de aguas termales y a las instalaciones hoteleras de Panimávida.

En este sentido, es importante mencionar la construcción del lago Colbún, que ha permitido recientemente, la valorización de los terrenos adyacentes, con inversiones en casas de veraneo y camping, las que se han extendido al resto de la comuna, experimentado un creciente y sostenido desarrollo en el ámbito turístico, justificado por la diversidad y riqueza de los recursos naturales existentes.

Entre las actividades de carácter tradicionales y recreativas realizadas actualmente, se encuentran: encuentros de cantoras y trilla a yegua suelta, noche de San Juan – Rari, rodeos, muestra de tradiciones y artesanías en Panimávida, Rari y Quinamávida desarrolladas en el mes de febrero, y fiesta de San Sebastián en Panimávida.

En términos generales, el Plan considera *“constituir y/o fortalecer las unidades de Turismo, cultura, seguridad pública y aseo & ornato, donde destaca el manejo de la Basura tanto en la zona urbana como rurales”* y presenta como visión comunal, posicionarse como *“una comuna con desarrollo agrícola y de infraestructura Armónico con el medioambiente, que fomente el turismo, el rescate de la Identidad cultural...”*

- **PLADECO Comuna Linares**

El PLADECO de la comuna de Linares, elaborado en un horizonte de cuatro años (2014 – 2018) plantea un fuerte énfasis en el área turística, puntualmente en el turismo rural, ecoturismo y turismo aventura, potenciando por medio de la revalorización de las costumbres y tradiciones locales. Así, durante el año 2012 el gobierno central dispuso de recursos para el desarrollo del turismo en la comuna, mediante el mecanismo de Programas y Proyectos por adjudicación, con el fin de financiar ideas, proyectos y emprendimientos turísticos.

Otro foco de interés corresponde a la Red de Turismo Rural a nivel regional, que potencia y difunde dicha temática, teniendo efectos positivos en los ingresos de las personas que ofrecen sus servicios (alojamiento, merienda, venta de artesanías, música y presentaciones folclóricas, transporte, guía, etc.).

Dentro del Plan se mencionan oportunidades potenciales para el desarrollo del turismo, tales como; Construcción del paso Pehuenche con Argentina, Existencia de Fondos Concursables para fomento productivo a nivel nacional, Creciente desarrollo del turismo en la Región y atractivos naturales que incentivan la actividad.

En términos concretos, para impulsar un desarrollo turístico destacan el valorar y proteger el mundo rural y precordillerano y sus formas de vida ancestrales y culturales, como el reconocimiento de los principales hitos urbanos, y en general de todos los elementos Patrimoniales, naturales y paisajísticos existentes en la comuna.

En complemento a lo anterior, el plan determino diseñar una política de atracción de inversiones para mejorar considerablemente la infraestructura turística, basada en el desarrollo de equipamiento recreacional, mejoras en señaléticas viales y turísticas junto al mejoramiento de caminos para una óptima accesibilidad.

Asimismo, se establece como misión del municipio de Linares *“la realización de un levantamiento de información oficial sobre potenciales nichos turísticos, posibilidades de tecnificación y diversificación que den cuenta y expandan el horizonte de posibilidades de oferta/demanda intra como intercomunal, permitiendo así solventar y rentabilizar nuevos emprendimientos turísticos en la zona”*.

- **PLADECO Comuna Retiro**

El Plan de Desarrollo Comunal para la comuna de Retiro, planteado para un plazo de tres años (2013 – 2016). *Esta localidad se caracteriza por funcionar como articulación entre la zona productiva central y la zona pie cordillerano, quedando inserta dentro del sistema turístico-forestal constituido, además, por las localidades de Digua y Bullileo.*

Retiro cuenta con un desarrollo turístico incipiente, en el que se destaca su patrimonio cultural intangible junto al valor escénico de su entorno natural.

Entre las celebraciones desarrolladas a la fecha se pueden mencionar: El festival de la Canción Retiro Canta en verano y el festival de Villaseca, de carácter costumbrista. *“Cabe señalar que, en gran cantidad de poblados chilenos, se realizan semanas recreativas, las que tienen por objeto aportar una alternativa festiva en la época estival”*.

En cuanto al patrimonio intangible *las tradiciones de Retiro, como enclave de la zona central, se vinculan a sus tradiciones campesinas, en donde las carreras a la chilena son un elemento que merece ser rescatado y puesto en valor*. Por otra parte, el valor escénico de la comuna, se ve representado por el camino la balsa, y su contexto, el cual corresponde a un hito natural de interés turístico. En este se desarrollan deportes náuticos realizados por turistas externos.

- **PLADECO Comuna Parral**

El PLADECO de la comuna de Parral, contemplado para el periodo 2014 – 2017, no presenta grandes menciones para el ítem turismo. Reconocen en él, la ausencia de acciones que permitan potenciar el turismo en la comuna, de modo concreto.

Por otra parte, se tiene conciencia a nivel municipal de la importancia de otorgar apoyo en el emprendimiento de todos los niveles, como agricultura, comercio, artesanía y turismo entre otros.

Pese a no ser proyectos de relación directa con el desarrollo turístico, se pueden mencionar algunas propuestas para el área de desarrollo económico local, como mejoramiento de la infraestructura urbana en espacio público y en acceso poniente a la comuna.

- **PLADECO Comuna Longaví**

Para la comuna de Longaví, el Plan de Desarrollo Comunal considerado para el periodo 2015 – 2016, no abarca grandes lineamientos existentes en cuanto al fomento turístico.

Sin embargo, se mencionan trabajos realizados con la comunidad, en donde se consultó por las prioridades asignadas a distintas áreas de desarrollo comunal. Así, para el componente turístico, se destacó la entrega de información sobre la comuna, creación de atracciones accesibles, transporte asequible y la creación de una oficina de turismo.

Pese a no ser proyectos de prioridad a la fecha, se tiene conciencia tanto a nivel municipal como comunitario sobre la importancia de pronunciar y dictar normas acerca de la protección del patrimonio natural, cuidando así la clara identidad rural que perdura en la comuna.

- **PLADECO Comuna Cauquenes**

PLADECO de la comuna de Cauquenes, realizado para los años 2014 al 2018, manifiesta un alto grado de atención para el desarrollo turístico comunal, *buscando potenciar Cauquenes como una comuna relevante en el circuito turístico nacional, generando una nueva fuente laboral para las comunidades locales*. Entre los atractivos que se pueden mencionar, se destaca la tradicional arquitectura colonial de la zona rural chilena, junto a atractivos naturales como Cerro Name y un humedal del mismo nombre, *prioritario para la conservación de la biodiversidad biológica en Chile*.

Es de relevancia mencionar que los sectores Turismo y servicios componen el 25% aproximadamente de las actividades desarrolladas a nivel comunal, siendo un dato potencial hacia el desarrollo de esta área.

Actualmente, la línea de gestión cultural expuesta en el PLADECO, presenta propuestas que apuntan principalmente a potenciar la identidad cultural y el folclor comunal, ambos estrechamente relacionados con el turismo.

Algunos de los proyectos asociados a turismo que hoy se encuentran en etapa de ejecución, corresponden a difusión de iniciativas de apoyo municipal existente, fomento en circuitos turísticos y talleres de gestión de turismo de interés especial, fomentar la proyección turística de la comuna y mejora de señalética comunal con énfasis turístico.

En definitiva, el PLADECO proyecta prioridad en la línea de propuesta para Gestión Turística, donde las soluciones planteadas apuntan principalmente a potenciar la proyección turística de la comuna, la formación de circuitos turísticos y señalética afín. Los responsables por alcanzar estos objetivos son la Dirección de Desarrollo Comunitario y la Secretaría Comunal de Planificación.

### 3.2.3.2 Plan Regulador Comunal (PRC)

La región del Maule en la actualidad, posee instrumentos de planificación territorial bastante antiguos, que se enfocan en regular los límites urbanos y, si bien son instrumentos vigentes, no tienen relación con la realidad actual de las comunas. Por lo anterior, se hace sumamente necesario replantear instrumentos 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.

En el siguiente cuadro se muestran los instrumentos vigentes en las nueve comunas en estudio del territorio Maule Sur.

**Tabla n° 14. Instrumentos vigentes PRC Comunas de estudio**

| COMUNA        | INSTRUMENTO VIGENTE | AÑO DE PUESTA EN VIGENCIA | ACTUALIZACIÓN ESTADO                                                                 | AÑO  |
|---------------|---------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Villa Alegre  | Límite Urbano       | 1964                      | Formulación PRC<br>En aprobación -<br>Informe técnico                                | 2015 |
| San Javier    | PRC                 | 1990                      | Modificación PRC<br>En aprobación -<br>Informe técnico                               | 2014 |
| Yerbas Buenas | Límite Urbano       | 1937                      | Formulación PRC<br>En aprobación -<br>Toma de Razón<br>Contraloría                   | 2015 |
| Colbún        | PRC                 | 2014                      | -                                                                                    | -    |
| Linares       | PRC                 | 1990                      | Modificación PRC<br>En Aprobación -<br>Toma de Razón<br>Contraloría                  | 2015 |
| Retiro        | Límite Urbano       | 1953                      | Formulación PRC<br>En Aprobación -<br>Revisión Informe<br>Ambiental                  | 2015 |
| Parral        | PRC                 | 1990                      | Modificación PRC<br>En Aprobación -<br>Toma de Razón<br>Contraloría                  | 2015 |
| Longaví       | Límite Urbano       | 1939                      | Formulación PRC<br>En Aprobación -<br>Consulta pública,<br>exposición y<br>audiencia | 2015 |
| Cauquenes     | PRC                 | 2009                      | Modificación                                                                         | 2014 |

Fuente: Elaboración propia del Consultor

A partir del año 2000, la institucionalidad pública aunó esfuerzos para actualizar los instrumentos de planificación territorial de la región contratando los estudios para diversas comunas. Sin embargo, y a pesar que estos estudios fueron realizados entre los años 2003 y 2007, ninguno de ellos ha logrado entrar en vigencia ya que mayoritariamente se han quedado entrapados en el proceso de tramitación municipal y aprobación ciudadana.

En los siguientes apartados, se realiza un breve análisis de los Planes Reguladores Comunales en estudio para cada comuna.

- **Villa Alegre**

La Comuna de villa Alegre cuenta solo cuenta con la definición de un Límite Urbano vigente desde 1963. Sin embargo, en la actualidad se encuentra en proceso de construcción tanto de un Plan Regulador como de la actualización de su Plan de Desarrollo Comunal. Medios locales de comunicación señalan que el PRC se encuentra en su etapa final, en ajuste de modificaciones y a la espera de ingresar a trámite para su aprobación por el CORE.

- **Comuna de San Javier**

El Plan Regulador para la comuna de San Javier (mayo 2015) es el resultado de años de trabajo, en los cuales se estudiaron diversas materias tendientes a elaborar la planificación del área urbana de esta localidad, buscando actualizar el antiguo plan regulador vigente desde 1997. Este Plan regulador establece como ejes de desarrollo tres principios fundamentales para la planificación urbana.

**Ciudad para los ciudadanos:** Las personas son el principal objetivo del desarrollo territorial, valorando aspectos tales como la integración de los ciudadanos con su ciudad y la calidad de vida que éstos alcancen. Este principio reconoce como principal elemento ordenador de la ciudad al espacio público, especialmente el espacio social de recorrido y estar, constituido por calles y áreas verdes y, el espacio de identidad para la ciudad, constituido por los barrios y los hitos relevantes. Así también se valora las conexiones, una adecuada accesibilidad interna y externa, que asegure una integración eficiente entre el centro urbano a su contexto territorial.

**Ciudad y medio natural:** La relación Hombre – Medio Ambiente conforma un sistema que se entrelaza y condiciona recíprocamente, propiciando una ciudad que crezca en forma sustentable con respeto a su entorno, y no sea un simple consumidor de suelo. Este principio implica que el plan regulador requiere prever los efectos de la expansión de la ciudad sobre el medio rural, analizando los bordes de ella en relación a su entorno, propiciando en general una atención y protección al medio natural.

**Ciudad eficiente:** Se refiere a que el instrumento debe propender como objetivo principal, el “lograr la mejor calidad urbana posible”, a través de la optimización de su capacidad instalada; de mantener vivo sus centros cívicos y comerciales; de reservar espacios para futuras funciones que se deben prever y contribuir a un uso racional del transporte.

Dentro de la propuesta al Limite urbano, se zonificación plantea tres macro áreas.

1. **Área Consolidada:** Son las Áreas Urbanas que cuentan efectivamente con urbanización, entendiéndose por tales, aquellas en que se ha capacitado el suelo para ser dividido y para recibir edificación debidamente conectada a las redes de servicios de utilidad pública o que cuenten con otro sistema autorizado por la reglamentación vigente.
2. **Área de Expansión:** corresponden a todas aquellas áreas planificadas contiguas al área consolidada y que están orientadas a acoger el crecimiento previsto de los centros poblados, en el marco de los horizontes temporales de vigencia del Plan.
3. **Áreas Especiales:** Son las áreas planificadas atendiendo a su especial destino o naturaleza y que están sujetas a restricciones de diverso grado en cuanto a uso de suelo y normas específicas.

**El Plan Regulador reconoce los atributos ambientales y patrimoniales de la comuna, planteando entre sus desafíos incentivar el uso turístico recreativo de las riberas de canales y del Río Loncomilla en este aspecto el estudio de riesgos del Plan Regulador, reconoce los desbordes de cauces como uno de los principales factores de cuidado al momento de establecer límites urbano**

e infraestructura. También propone incentivar el rol de San Javier como centro Patrimonial y cultura a través del cambio del uso de suelo con fines turísticos y/o comerciales, y activando un sistema de parques urbanos y áreas verdes. Estas acciones se complementan con el reconocimiento de 30 inmuebles de valor patrimonial que presentan las condiciones para ser declarados Inmuebles de Conservación Histórica, además de una Zona de Conservación Histórica junto a la Plaza de Armas de la comuna.

- **Comuna de Yerbos Buenas**

La comuna de Yerbos Buenas no cuenta con un plan regulador vigente, el único instrumento de planificación que posee es un Límite Urbano que data de 1937. Sin embargo, en agosto del 2013 se ingresó un Informe Ambiental correspondiente al proceso de Evaluación Ambiental Estratégica del Estudio de Análisis y Adecuación del Plan Regulador Comunal de Yerbos Buenas. Este informe plantea **potenciar la aptitud turística de la comuna, lograr la equidad territorial e incentivar la protección y manejo sustentable de los recursos naturales de la comuna**. Para ello se proponen tres grandes objetivos ambientales.

I. Lograr un crecimiento armónico entre el área urbana y el sitio geográfico donde se emplaza definiendo un límite urbano acotado a la superficie urbana consolidada y una posible área de expansión futura acorde con el crecimiento de la población.

II. Mantener el patrimonio histórico como parte importante del valor socio-cultural, estableciendo una normativa adecuada a la Zona Típica e inmuebles de conservación histórica existentes en el pueblo de Yerbos Buenas, permitiendo que las intervenciones y nuevas edificaciones mantengan la imagen patrimonial del pueblo.

III. Proteger los componentes físicos del ecosistema natural donde se emplaza la localidad, de manera de preservarlos con fines ambientales y turísticos, mediante la definición una zona AV (Área Verde), que no permite el uso antrópico invasivo, permitiendo solo el uso de equipamiento de esparcimiento y deporte al aire libre.

El proyecto de diseño del PRC de Yerbos buenas recoge los lineamientos del Plan Regional de Desarrollo Urbano de la Región del Maule, buscando generar una red vial que conecte los diferentes sectores turísticos de la región. El Plan de Desarrollo Comunal, que busca incorporar acciones que desarrollen la potencialidad turística de la comuna, definiendo zonas que permitan la actividad de turismo y otras que protejan los elementos naturales y sus atractivos.

- **Comuna de Colbún**

Vigente desde el año 2014, el PRC de Colbún establece una serie de criterios de desarrollo a partir de la necesidad de ordenar los asentamientos territoriales y desarrollo inmobiliario de cada una de las localidades de la comuna. Con ello, pretende incorporar a la comuna al circuito recreativo turístico del borde cordillerano de la región, por lo cual, entre sus objetivos generales pone un gran énfasis en evitar la pérdida de suelos, protección de cursos hídricos y el mejoramiento de la calidad ambiental del medio urbano.

Se reconoce el potencial turístico de la comuna, territorio con grandes posibilidades de desarrollo en áreas como el Embalse Colbún, lo que, unido a la propuesta de desarrollar una unión al camino internacional a Argentina, generaría toda una nueva perspectiva al sector turístico.

El estudio de los factores Físicos Ambientales y Paisajísticos de la comuna hace notar la relevancia del paisaje como un actor fundamental en el desarrollo del turismo en la comuna. Del mismo modo, en los indicadores económicos del PRC, posicionan a la industria del turismo como una de las principales áreas de desarrollo debido a la alta concentración de atractivos naturales asociados a la presencia de un significativo patrimonio natural representativo de la región, junto con numerosas lagunas y sistemas fluviales.

La inexistencia de interconexiones viales y se identifica como principal dificultad para el desarrollo del turismo en las localidades de Colbún, Panimávida y Borde Lago.

En términos patrimoniales se establecen criterios de protección del patrimonio urbano a través de la protección de inmuebles de conservación histórica, zonas de conservación histórica.

Los objetivos específicos para el desarrollo de cada localidad son:

#### Localidad de Colbún

Se propone la definición de los límites urbanos del pueblo, la construcción de un nuevo núcleo urbano alternativo al centro histórico, generando normativas que realcen los valores arquitectónicos o naturales que son propios de su origen histórico rural y son consecuentes con el estilo de vida y urbanidad propio de sus habitantes.

#### Localidad de Panimávida

Precisas los límites urbanos, y definir la trama de espacios públicos o naturales que aseguren y consoliden una especialidad urbana de gran convivencia con los bienes naturales del sector (arborizaciones, parques, termas, cursos de aguas), fundamental para resguardar la esencia y originalidad propia de la localidad.

#### Localidad de Borde Lago

Consolidación de una trama vial que permita la conectividad con los sectores de la localidad y aseguren especialmente la accesibilidad pública a la orilla del lago y Establecer una zonificación de uso de suelo acorde con las características naturales del sector

- **Comuna de Linares**

El Plan Regulador Comunal de Linares fue publicado en 1990, defiende entre otras cosas cosas, el límite urbano de la comuna, sus macro áreas, su zonificación, usos de suelos y normas específicas y vialidad. En la actualidad se encuentra en proceso de modificación a esperas de ser aprobado por la Contraloría para su publicación oficial.

Respecto a las áreas destinadas para el desarrollo de la industria turística. La Ordenanza del PRC de Linares publicada el 2012, establece que “Áreas Rurales en general” como las principales zonas de de intervención turística. En ellas se plantea la posibilidad de habilitar Balnearios o campamentos turísticos. Este uso permitido de suelo se replica en áreas restringidas al desarrollo urbano en áreas de ribera potencialmente inundables y áreas de riesgo por actividad volcánica. Del mismo modo, se permite este tipo de usos en sitios prioritarios de biodiversidad, dando énfasis al desarrollo de un turismo rural y ecológico.

- **Comuna de Retiro**

Los instrumentos de ordenamiento territorial vigentes de la Comuna de Retiro se restringen a Límites urbanos para las localidades de la Ciudad de Retiro, Copihue, Villaseca y el Ajial promulgados entre los años 1953 y 1958. De ellos, solo se aplica el Límite Urbano de la ciudad de Retiro ya que la planimetría para las demás localidades no permite la descripción de los límites indicados en los decretos.

La ausencia de un PRC para la comuna se reconoce como una de las principales deficiencias de la comuna, sin embargo, en el Plan de Desarrollo Comunal 2013 - 2016 queda establecido el diseño de un PRC como un desafío y una prioridad.

- **Comuna de Parral**

La comuna de parral cuenta con un PRC vigente desde 1990. Sin embargo, este instrumento de planificación se encuentra en proceso de actualización desde el 2011, en estos momentos se encuentra en observación por parte de la Contraloría General de la República. Dentro de los documentos estudiados no se pudo identificar el turismo como un área de desarrollo prioritaria, sin embargo, se hace referencia a la protección y preservación de los Recursos Naturales comunales y conservación del patrimonio, integración de los recursos naturales y productivos al instrumento regulador y el rescate de los elementos valóricos espaciales y construidos del patrimonio histórico y colectivo de la comuna.

- **Comuna de Longaví**

La comuna de Longaví no cuenta en la actualidad con un Plan Regulador como instrumento de ordenamiento territorial, sin embargo, cuenta con una definición de su límite Urbano desde 1939, y una modificación para la zona de Los Cristales de 1968, actualmente se encuentra desarrollando el Plan Regulador de Longaví, en concordancia con las políticas regionales de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo del Gobierno Regional del Maule.

- **Comuna de Cauquenes**

La comuna de Cauquenes forma parte del Plan Regulador Intercomunal de Cauquenes-Chanco-Pelluhue desde el año 2003 actualizado a través de un estudio de diagnóstico durante el 2008. Este instrumento determina las áreas preferentes para el desarrollo turístico, reconociendo entre otros sectores, la importancia de los terrenos fiscales ribereños de la comuna que podrán ser cedidos en concesión para el desarrollo de proyectos de índole turística, equipamiento vecinal y servicios

La identificación de zonas urbanas para el desarrollo turístico comunal se concentra en la comuna de chanco, y las localidades de Loanco, Pelluhue y Curanipe. No existe dentro de este PRC una identificación de zonas urbanas con potencial turístico.

El año 2009 se presenta la Ordenanza del Plan Regulador de para la Comuna de Cauquenes localidades de Cauquenes, Barrio Estación y Santa Sofía, sin embargo, este se somete a las indicaciones de los instrumentos normativos vigentes hasta la actualidad Ley General de Urbanismo y Construcciones (LGUC), la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones (OGUC) y Plan Regulador Intercomunal de Cauquenes-Chanco-Pelluhue (PRI) Regulador Intercomunal. En él se identifican zonas de interés patrimonial (ZCH Zona de Conservación Histórica) sin embargo no hacen referencia explícita al desarrollo de la industria turística en la zona. No obstante, este instrumento contrasta en su contenido con las intenciones manifestadas en el PLADECO 2014 - 2018 de Cauquenes, donde se destaca la relevancia de convertir a la comuna en un nodo de paso que posibilite un desarrollo turístico hacia el sistema costero del Maule, planteando el desafío de recoger los intereses comunales en materia de desarrollo turístico en las actualizaciones de futuros Planes Reguladores.

### **3.2.3.3 Plan de Desarrollo Turístico Comunal**

En la actualidad, sólo la comuna de San Javier cuenta con un Pladetur, que data del año 2006. En tanto, la comuna de Linares se encuentra en proceso de termino de este instrumento.

Se reconoce, sin embargo, la intención de la región del Maule de crear PLADETUR's intercomunales para el fortalecimiento de destinos turísticos con potencial de desarrollo o ya consolidados. El año 2012 se elabora el PLADETUR del destino Costa Maule, el 2013 el destino Curicó, mientras que entre el 2015 - 2015 se encuentran en elaboración los PLADETUR para el destino Valle del Río Maule y el que justifica este informe Destino Maule termal, natural y cultural.



### 3.2.3.4 Plan Integral de Regeneración Urbana

Tras el terremoto del 27 de febrero del 2010, y enfrentarse a las consecuencias tanto del movimiento telúrico como la destrucción del borde costero producto del tsunami. Chile se vio en la necesidad de generar un plan de reconstrucción integral que abarcara todas las comunas y localidades afectadas. Este programa denominado Programa de Reconstrucción Nacional “Chile Unido Reconstruye Mejor” levantado por el Ministerio de vivienda y urbanismo desarrolló 110 Planes Maestros de Regeneración Urbana (PRU) cuyo principal objetivo es el de generar, potenciar y/o recuperar la capacidad de los territorios afectados por el terremoto del 27 de febrero de 2010, de conformar áreas socialmente integradas y con mejores estándares de calidad urbana.

El objetivo de estos Planes Maestros es orientar la toma de decisiones respecto a la planificación de estas ciudades, incentivar el desarrollo sustentable en lo económico, social y ambiental, incorporar instancias de participación ciudadana e integrar aquellas variables que permitan elevar el estándar urbano de nuestro país. En los siguientes apartados se exponen algunos resultados más importantes de los PRU de las comunas del Maule Sur involucradas en el presente estudio.

### 3.2.3.5 PRU Colbún

Diagnóstico Localidad de Colbún:  
Cabecera Comunal Administrativa y Puerta Turística.

- Sistema Urbano dependiente de redes intercomunales
- Superposición de jerarquías de Transito: (transporte, acceso y circulaciones urbanas)
- Carencia de Imagen Cívica Administrativa
- Centralidad saturada con fortaleza patrimonial.
- Existen espacios públicos con alto potencial.
- Dependencia y cercanía de embalses
- Centro potencial del Sistema Turístico (Yerbas Buenas, Embalses, corredores turístico Pehuenche, Panimávida, Rari, Quinamávida)
- Alto valor espacial Rural

Imagen Objetivo – Conclusiones del Diagnóstico:

- Centro de servicios comunales y potencial Capital de un circuito turístico.
- Mejorar la integración de los distintos sectores de Colbún
- Generar un anillo estructurante
- Intervención del espacio público de los ejes O'Higgins, Adolfo Novoa, los Aromos y Chiburgo.
- Mejoramiento de las principales centralidades

El plan tiene los siguientes Ejes Estratégicos:

- 1) Generar elementos de unidad urbana que ordenen el crecimiento
- 2) Integrar sectores segregados de la localidad
- 3) Articular los elementos del programa urbano existentes

### 3.2.3.6 PRU Parral

Diagnóstico Localidad de Parral

- La localidad de Parral es cabecera comunal Puerta Regional Sur
- Área urbana central con alto deterioro por Terremoto.
- Problemas de infraestructura:
  - Vial, por superposición de jerarquía de tránsito
  - Espacios públicos deteriorados
  - Zonas urbanas periféricas sin atributos de espacios públicos equipados

- Deterioro de Sistema Naturales
- Una «área central» y áreas periféricas
  - Estructura urbana con elementos jerárquicos de valor simbólico
  - Sistema de Avenidas
  - Alameda de las Delicias
  - Calles de Comercio (Aníbal Pinto e Igualdad)
  - Estero Parral
  - Canal Digua
  - Eje Fundacional (Av. Buenos Aires-Igualdad)

#### Imagen Objetivo – Conclusiones del Diagnóstico

- Modelo central patrimonial, de atributos naturales y artificiales de valor recreativo, cultural y ambiental favorables a un desarrollo urbano más equilibrado, social, funcional y espacial.
- Mejorar la integración del sector de Buenos Aires al centro de Parral en términos espaciales y funcionales.
- Intervención del espacio público del eje Buenos Aires con elementos unitarios que fortalezcan los esfuerzos de reconstrucción.
- Mejoramiento de la calle Igualdad en el sector central de Parral, potenciando su calidad urbana de espacio público.
- Reconocer urbanamente el Estero Parral y el Canal Digua.

El Plan tiene los siguientes Ejes Estratégicos:

- 1) Generar elementos urbanos que fortalezcan la reconstrucción.
- 2) Integrar sectores segregados de la localidad
- 3) Reconocimiento urbano de los elementos hídricos del entorno
- 4) Articular los elementos del programa urbano existentes

#### 3.2.3.7 PRU Villa Alegre

##### Objetivo General

Consolidar en Villa Alegre su vocación de ciudad soporte de actividades agrícolas, potenciándola como “destino turístico” o pueblo de interés patrimonial, generándole interioridad mediante nuevas actividades que evidencien y potencien los valores del pueblo, a través de una propuesta de ciudad valorada, activa y recorrible.

#### 3.2.3.8 Plan Integral de Reconstrucción Patrimonial

El sismo ocurrido el pasado 27 de febrero del 2010, que alcanzó los 8.8 grados en la escala de Richter, dejó un enorme nivel de destrucción física y social, localizada principalmente en la zona central de Chile. Esto, no sólo produjo pérdidas humanas, fuentes de trabajo, y pérdidas materiales como infraestructura, si no también destrucción física de las construcciones, tanto monumentales, como domésticas, tradicionales, e históricas. Con esto último quedó en evidencia la desprotección y fragilidad del patrimonio cultural inmueble y la necesidad de contar, en el sector público, con incentivos económicos y a la vez criterios de conservación, intervención y más aún de reconstrucción en las edificaciones y conjuntos patrimoniales. En esta materia es donde el Ministerio de Vivienda y Urbanismo, en el marco del Plan “Chile Unido Reconstruye Mejor” desarrolla un Plan de Reconstrucción Patrimonial, que permita reparar y reconstruir las viviendas en zonas patrimoniales de las comunas gravemente afectadas, manteniendo características y valores tradicionales que otorgan la identidad e imagen urbana/rural en cada caso.

El Plan de Reconstrucción Patrimonial cuenta con 140 Zonas Patrimoniales en 97 comunas de las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O’Higgins, Maule y Biobío. De ese total, 21 zonas se

encuentran vigente por el Consejo de Monumentos Nacionales para Zonas Típicas (ZT) o Pintorescas, 25 zonas por Planes Reguladores para el caso de las Zonas de Conservación Histórica (ZCH) y 94 zonas por Resolución de la SEREMI para los casos donde la Zona Patrimonial está propuesta por el CMN o PRC o simplemente no está declarada.

**Tabla n° 15. Zonas Patrimoniales Región del Maule**

| ZONAS TÍPICAS O PINTORESCAS VIGENTES POR EL CMN | ZONAS CONSERVACIÓN HISTÓRICA VIGENTE POR EL PRC | ZONAS PATRIMONIAL VIGENTE POR RESOLUCIÓN SEREMI | TOTAL ZONAS PATRIMONIALES |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------|
| 7                                               | 1                                               | 25                                              | 33                        |

Fuente: Plan de Reconstrucción patrimonial (2011)

Dentro de las comunas en estudio, es posible percibir según el catastro del año 2011 la debilidad entorno a la protección del patrimonio inmueble de las comunas, producto de la falta de resguardo y un marco legal abocado al resguardo del patrimonio físico de estas localidades.

Dentro del Plan de Reconstrucción Patrimonial se han priorizado 21 localidades que requieren de mayor intervención y cuya Zona Patrimonial se encuentra vigente. Dentro de ellas es posible identificar a Villa Alegre, San Javier, Yerba Buenas, Linares, Retiro, Parral y Cauquenes, quedan excluida de esta lista las comunas de Colbún y Longaví.

**Tabla n° 16. Estado del Patrimonio Inmueble en zonas de estudio**

| COMUNA               | LOCALIDADES   | VIVIENDAS PATRIMONIALES A POSTULAR | ZONAS TÍPICAS | ZONAS DE CONSERVACIÓN HISTÓRICA | ZONAS DE INTERÉS PATRIMONIAL |
|----------------------|---------------|------------------------------------|---------------|---------------------------------|------------------------------|
| <b>Villa Alegre</b>  | Villa Alegre  | 65                                 | SI            | -                               | -                            |
| <b>San Javier</b>    | San Javier    | 0                                  |               | -                               | SI                           |
| <b>Yerbas Buenas</b> | Yerbas Buenas | 30                                 | SI            | -                               | -                            |
| <b>Colbún</b>        | -             | -                                  | -             | -                               | -                            |
| <b>Linares</b>       | Linares       | 3                                  | -             | -                               | SI                           |
| <b>Retiro</b>        | Retiro        | 28                                 | -             | -                               | SI                           |
| <b>Parral</b>        | Parral        | 0                                  | -             | -                               | SI                           |
| <b>Longaví</b>       | -             | -                                  | -             | -                               | -                            |
| <b>Cauquenes</b>     | Cauquenes     | 0                                  | -             | -                               | SI                           |

Fuente: Plan de Reconstrucción patrimonial (2011)

La estrategia de intervención está dividida en tres partes. Primero, es necesario definir el concepto de intervención patrimonial a utilizar. Segundo, se identifican las localidades priorizadas que requieren de una urgente intervención. Tercero, se determinan tipos de intervención, en relación a si la vivienda requiere re-construirse o sólo repararse. Por último, se define un modelo de gestión que permitirá estructurar en cuatro etapas el Plan.

El Plan de Restauración Patrimonial contempla la ejecución de proyectos destacados que busquen reinterpretar los valores propios de la zona de interés histórico a abordar, de acuerdo a los valores patrimoniales.

### 3.2.3.9 Sauzal Proyecto destacado Comuna de Cauquenes

La propuesta en esta localidad, ha sido desarrollada gracias a un convenio de cooperación público privado firmado por el MINVU, la Junta de Vecinos de Sauzal, el Municipio de Cauquenes, la Universidad Mayor y la EGIS Gesta Consultores. Esto con el apoyo de Grupos de Amigos de Sauzal

(Miguel Ángel Lara y Alejandro De Giorgis) y de Grupo de Arquitectos por la Reconstrucción (Jorge Hoehmann, Vicente Joannon, Pablo Saric y Cristian Winkler) en conjunto con la comunidad quienes se han organizado y participado en todo el proceso de re-construcción y reparación de sus viviendas.

### 3.3 Caracterización de la oferta turística

#### 3.3.1 Consideraciones previas

El capítulo que a continuación se presenta, corresponde a la caracterización y análisis del sistema turístico de las comunas que conforman el destino turístico Maule Termal, Natural y Cultural, correspondiente a las comunas de Villa Alegre, San Javier, Yervas Buenas, Colbún, Linares, Retiro, Parral, Longaví y Cauquenes. La oferta está condicionada por la conjunción de distintos elementos de un territorio y que integrados podrían constituirse en un destino turístico, si es que estos elementos se encuentran planificados, ordenados y gestionados de manera sostenible.

Los elementos que conforman la oferta turística son; atractivos, planta (alojamiento, alimentación, tour operadores) e infraestructura de apoyo. En el caso de la oferta turística, el territorio a abordar cuenta con atractivos y una planta turística que en algunos casos se encuentra en estado de recurso y en otros casos en que aún no han sido puesta en valor.

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.

El catastro de equipamiento turístico se realizó, en una primera instancia, sobre bases de datos entregadas por SERNATUR y los municipios, información que luego fue chequeada durante las campañas de terreno, en donde se agregaron o eliminaron (según corresponda) otros establecimientos o servicios que conforman el equipamiento turístico del área de estudio.

En tanto, el catastro de atractivos y actividades fue realizado sobre la base de datos oficial de SERNATUR. Este catastro, al igual que el de planta turística es factible que sufra modificaciones en informes posteriores, por cuanto de manera paralela a este documento se están ejecutando talleres participativos y entrevistas a actores clave, lo que puede significar que exista nueva información para ser incorporada.

Toda la información que se relevó y se sigue relevando en las campañas en terreno, cuentan con el componente de georreferencia del equipamiento y recursos. Lo anterior, sirvió como base para la elaboración de un **Sistema de Información Geográfica** desarrollado especialmente para estos fines en base al Datum WGS 84, huso 19. El sistema de coordenadas utilizado es el UTM.

A través de esta las campañas en terreno se crearán las diversas coberturas:

- Atractivos naturales y culturales
- Servicios de Alojamiento
- Servicios de Alimentación
- Otros Servicios

Es fundamental destacar que este catastro se encuentra en elaboración, y para esta etapa se ilustra sólo el avance a la fecha, por lo tanto, este se irá complementando en etapas siguientes durante el desarrollo del presente estudio.

### 3.3.3 Atractivos turísticos

SERNATUR define como atractivo turístico a todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, estos pueden ser atractivos naturales o culturales.

La Región del Maule cuenta con gran diversidad de atractivos turísticos, según el catastro de SERNATUR, cuenta con un total de 286 atractivos clasificados en distintas categorías. Las comunas de estudio que componen el territorio MauleSur, cuentan con un total de 74 atractivos, lo que representa un 26% del total regional.

**Tabla n° 17. Atractivos Turísticos presentes en el territorio MauleSur**

| COMUNA           | NOMBRE                                            | JERARQUIA | CATEGORIA                                                 |
|------------------|---------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------|
| <b>Cauquenes</b> | Río Cauquenes                                     | Local     | Sitio Natural                                             |
|                  | Laguna Ciénagas del Name                          | Local     | Sitio Natural                                             |
|                  | Embalse Tutuven                                   | Regional  | Realización Técnica, Científica O Artística Contemporánea |
|                  | Sauzal                                            | Local     | Folklore                                                  |
|                  | Cauquenes                                         | Regional  | Realización Técnica, Científica O Artística Contemporánea |
|                  | Ruta Los Conquistadores                           | Regional  | Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea |
|                  | Feria Libre de Cauquenes                          | Local     | Folklore                                                  |
|                  | Casa de la Cultura y Museo Histórico de Cauquenes | Local     | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                  | Iglesia San Alfonso de Cauquenes                  | Regional  | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                  | Mercado Municipal de Cauquenes                    | Regional  | Folklore                                                  |
|                  | Artesanía de Pilen                                | Local     | Folklore                                                  |
|                  | Festival de Los Barrios                           | Local     | Acontecimiento Programado                                 |
| <b>Colbun</b>    | Termas de Panimavida                              | Nacional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Termas de Quinamavida                             | Nacional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Sector Cordillerano El Melado                     | Nacional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Lago Colbún                                       | Regional  | Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea |
|                  | Reserva Nacional Los Bellotos del Melado          | Nacional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Laguna Del Dial                                   | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Sector Precordillerano Rabones                    | Local     | Sitio Natural                                             |
|                  | Tramo Sendero de Chile Los Bellotos               | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Tramo Sendero de Chile Río Melado                 | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Río El Melado                                     | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                  | Noche de San Juan en Rari                         | Regional  | Acontecimiento Programado                                 |
|                  | Artesanías en Crin de Rari                        | Nacional  | Folklore                                                  |
|                  | Museo Antropológico y Arte Rupestre De Colbún     | Local     | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                  | Telares de Quinamavida                            | Regional  | Folklore                                                  |
|                  | Fiesta de San Sebastián en Panimavida             | Regional  | Acontecimiento Programado                                 |

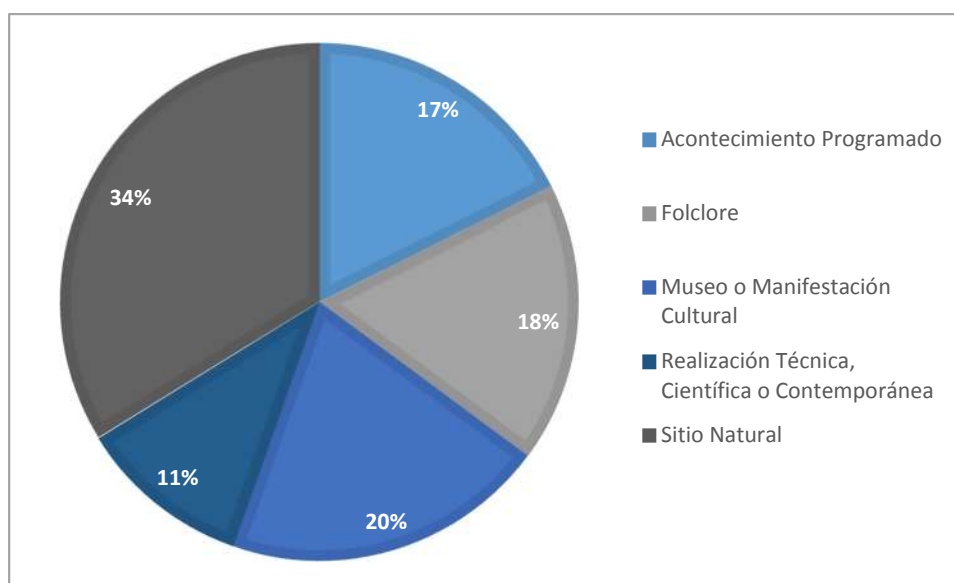
| COMUNA            | NOMBRE                                      | JERARQUIA | CATEGORIA                                                 |
|-------------------|---------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------|
|                   | Fiesta de La Esquila de Quinamavida         | Local     | Acontecimiento Programado                                 |
|                   | Fiesta del Crin de Rari                     | Regional  | Acontecimiento Programado                                 |
|                   | Muestra de Artesanía y Folklore Nacional    | Nacional  | Acontecimiento Programado                                 |
| <b>Linares</b>    | Valle Ancoa                                 | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Cajón de Vegas de Salas                     | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Estero Pejerrey                             | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Sectores Pejerrey y Monte Oscuro            | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Río Achibueno                               | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                   | Catedral de Linares                         | Regional  | Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea |
|                   | Río Ancoa                                   | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                   | Parroquia Corazón de María (Mh)             | Nacional  | Museo O Manifestación Cultural                            |
|                   | Museo de Arte y Artesanía de Linares (Mh)   | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                   |                                             |           |                                                           |
| <b>Longavi</b>    | Nevado de Longaví                           | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                   | Laguna Achibueno                            | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Festival Longaví Canta                      | Local     | Acontecimiento Programado                                 |
| <b>Parral</b>     | Termas de Catillo                           | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                   | Laguna Amargo                               | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Embalse Bullileo                            | Regional  | Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea |
|                   | Embalse Digua                               | Regional  | Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea |
|                   | Centro Conmemorativo Pablo Neruda           | Regional  | Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea |
|                   | Puente Ferroviario de Perquillauquen (Mh)   | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                   | Fiesta de La Cerveza de Parral              | Local     | Acontecimiento Programado                                 |
|                   |                                             |           |                                                           |
| <b>San Javier</b> | Valle del Río Maule                         | Local     | Sitio Natural                                             |
|                   | Huerta del Maule (Zt)                       | Nacional  | Folklore                                                  |
|                   | Fiesta Cultura y Vinos de San Javier        | Regional  | Acontecimiento Programado                                 |
|                   | Pueblo de Nirivilo (Zt)                     | Nacional  | Folklore                                                  |
|                   | Puente Ferroviario Sobre El Río Maule (Mh)  | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                   | Iglesia de Nirivilo (Mh)                    | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural                            |
|                   | Río Loncomilla                              | Nacional  | Sitio Natural                                             |
|                   | Artesanía en Mimbres Loma de Las Tortillas  | Local     | Folklore                                                  |
|                   | Fiesta de La Virgen Campesina de Nirivilo   | Local     | Acontecimiento Programado                                 |
|                   | Fiesta de San Francisco en Huerta del Maule | Regional  | Acontecimiento Programado                                 |
|                   | Río Perquillauquen                          | Regional  | Sitio Natural                                             |
|                   | Pichaman                                    | Local     | Folklore                                                  |
|                   | Fiesta de la Cultura y el Vino en Corinto   | Local     | Acontecimiento Programado                                 |

| COMUNA        | NOMBRE                                                             | JERARQUIA | CATEGORIA                      |
|---------------|--------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|
| Villa Alegre  | Camino Interior San Javier-Villa Alegre                            | Local     | Sitio Natural                  |
|               | Villa Alegre                                                       | Nacional  | Folklore                       |
|               | Sector de los Hombres Ilustres del Cementerio De Villa Alegre (Mh) | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural |
|               | Museo del Vino de Loncomilla Rigoberto Urrutia                     | Local     | Museo o Manifestación Cultural |
|               | Museo Municipal y Casa de La Cultura de Villa Alegre (Mh)          | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural |
|               | Templo Parroquial Niño Jesús de Villa Alegre (Mh)                  | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural |
|               | Sector de Villa Alegre (Zt)                                        | Nacional  | Folklore                       |
|               | Festival de La Naranja de Plata en Villa Alegre                    | Regional  | Acontecimiento Programado      |
| Yerbas Buenas | Yerbas Buenas                                                      | Regional  | Folklore                       |
|               | Plaza La Recova de Yerbas Buenas                                   | Local     | Museo o Manifestación Cultural |
|               | Sector Plaza de Armas y Adyacente del Pueblo De Yerbas Buenas (Zt) | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural |
|               | Casa del Brigadier Pareja (Mh)                                     | Nacional  | Museo o Manifestación Cultural |

Fuente: catastro de atractivos turísticos 2013, Sernatur.

El gráfico a continuación indica que la mayoría de los atractivos turísticos presentes en el territorio corresponde a la categorización de Sitio Natural, correspondientes al 34% del total del territorio.

**Gráfico n° 1. Atractivos Turísticos por categoría**



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

**Tabla n° 18. Atractivos Turísticos según Jerarquía**

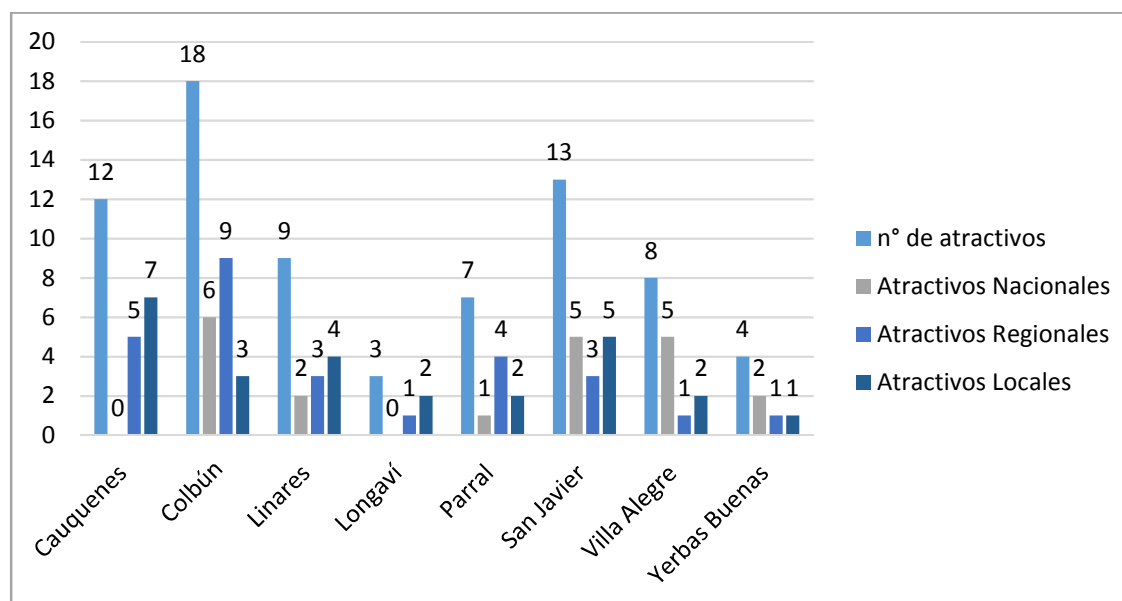
| ATRATIVOS TURISTICOS POR JERARQUÍA |          |          |       |       |
|------------------------------------|----------|----------|-------|-------|
| Internacional                      | Nacional | Regional | Local | TOTAL |
| 0                                  | 21       | 27       | 26    | 74    |

Fuente: Catastro de Atractivos turísticos 2013, SERNATUR.

Las categorías de jerarquización son dictaminadas por SERNATUR, y tienen que ver con la capacidad de atracción que pueda tener un atractivo por sí mismo (la jerarquización más alta corresponde a la internacional, y la más baja a la local). Considerando lo anterior, se observa que, del total de los atractivos turísticos, la mayoría corresponde a atractivos de jerarquía regional (36%).

Al analizar los atractivos por comuna de estudio, la comuna de Colbún es la que cuenta con mayor número de atractivos, con un total de 18 catastrados, de estos 6 son de jerarquía nacional, 9 regional y 3 locales. Así mismo, es la comuna que presenta el mayor número de atractivos con jerarquía nacional, mientras que la comuna de Retiro no registra oficialmente ningún atractivo turístico. En el siguiente gráfico, se observa el número de atractivos por comuna y su jerarquía, mientras que el detalle de cada atractivo por comuna es posible encontrarlo en el Anexo N° 3 (archivo Excel).

**Gráfico n° 2. Atractivos Turísticos según Comuna y Jerarquía**



Fuente: Catastro de Atractivos turísticos 2013, SERNATUR.

### 3.3.3.1 Festividades locales

Además de los atractivos turísticos, existe una oferta complementaria, correspondiente a las festividades, las cuales se dividen en: fiestas religiosas y fiestas costumbristas. Este tipo de actividades se constituyen como elementos atrayentes de demanda turística.

**Tabla n° 19. Festividades locales Territorio MauleSur**

| COMUNA  | NOMBRE FESTIVIDAD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Linares | Fiesta costumbrista trilla a yegua suelta<br>Fiesta religiosa de San Sebastián<br>Fiesta tradicional del Criancero<br>Fiesta religiosa Virgen de Lourdes<br>Fiesta de la tortilla al rescoldo<br>Fiesta del rescate del folclor<br>Fiesta costumbrista del ají de Palmilla<br>Fiesta de la Cruz de Mayo<br>Fiesta del vino navegao<br>Fiesta típica campesina de Linares |
| Colbún  | Trilla a yegua suelta sector Lomas de Putagán. San Sebastián<br>Muestra de artesanía y tradiciones Margot Loyola<br>Festival de la frambuesa                                                                                                                                                                                                                             |



| COMUNA        | NOMBRE FESTIVIDAD                                                                                                                                                                                                  |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | Noche de San Juan en Rari<br>Festival de carretas engalanadas<br>Fiesta de la primavera                                                                                                                            |
| Retiro        | Fiesta del pernil                                                                                                                                                                                                  |
| Parral        | Festival de música Neruda Rock<br>Fiesta de la primavera                                                                                                                                                           |
| San Javier    | Virgen campesina de Nirivilo<br>Festival de San Javier<br>Fiesta San Javier, cultura y vino<br>Fiesta Santo del Niche. Codellima<br>Festival Canciones de Tierra Larga<br>Fiesta de San Francisco. Huerta de Maule |
| Yerbas Buenas | Fiesta del chanco<br>Juegos tradicionales campesinos<br>Festival de la voz de Yerbas Buenas                                                                                                                        |
| Villa Alegre  | Fiesta de la chicha con naranja<br>Fiesta religiosa de San Francisco de Asís                                                                                                                                       |
| Longaví       | Fiesta de Cruz de Mayo<br>Semana Mirflorina                                                                                                                                                                        |
| Cauquenes     | Fiesta de San Pedro<br>Fiesta de la virgen del Rosario de Sauzal                                                                                                                                                   |

### 3.3.3.2 Áreas silvestres protegidas

La Región del Maule posee un Parque Nacional y siete Reservas Nacionales. De estas últimas, sólo una se ubica en el territorio de estudio, correspondiente a la Reserva Nacional Los Bellotos del Melado, localizada en la comuna de Colbún. La descripción y el detalle de servicios de esta Reserva se indica en el cuadro a continuación.

**Tabla n° 20. Área Silvestre Protegida del destino**

| NOMBRE                                   | PROVINCIA/<br>COMUNA       | JERARQUÍA | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | SERVICIOS                                                               |
|------------------------------------------|----------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Reserva Nacional Los Bellotos del Melado | Linares / Comuna de Colbún | Nacional  | La unidad destaca por la protección de las especies de fauna, de las cuales las aves son las que tienen mayor representación en el área. Entre estas están el carpintero negro, halcón peregrino, águila, loica y chuncho. Entre los mamíferos se encuentran el chingue, el gato colocolo, güiña, puma, quique, vizcacha, zorro culpeo y zorro chilla. En cuanto a flora, destaca el belloto del sur, que le da el nombre a la unidad, como también el roble maulino, el raulí, coigüe, ciprés de la cordillera, canelo y peumo, entre otras especies. Su principal sendero de trekking es el sendero San Sebastián – El Portezuelo el Melado. | Cuenta con senderos, no tiene zona de camping ni lugares para merienda. |

Fuente: Elaboración propia del equipo consultor en base a información del sitio web de CONAF/ [www.conaf.cl](http://www.conaf.cl)

### 3.3.3.3 Monumentos nacionales en el territorio en estudio

El Consejo de Monumentos Nacionales, es el organismo técnico del Estado de Chile encargado de la protección y tuición del patrimonio cultural y natural de carácter monumental. Fue creado en 1925

y depende del Ministerio de Educación. La Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales le asigna las siguientes funciones básicas:

1. Otorgar protección oficial a bienes del patrimonio cultural: declaraciones de Monumentos Nacionales por Decreto (Monumentos Históricos, Zonas Típicas y Santuarios de la Naturaleza). Implica gestión de solicitudes y pronunciamiento a Ministro de Educación.
2. Proteger y velar por la conservación de los Monumentos Nacionales que tienen por el sólo ministerio de la ley protección oficial: Monumentos Arqueológicos, Monumentos Paleontológicos y Monumentos Públicos.
3. Supervisar y autorizar las intervenciones en Monumentos Nacionales: intervenciones arquitectónicas y urbanísticas, restauraciones, investigaciones en arqueología y paleontología, obras de infraestructura con incidencia en los Monumentos Nacionales, etc.
4. Elaborar proyectos y normas de intervención (Planes de Manejo, instructivos) en Monumentos Nacionales; ejecutar y/o promover la realización de labores de conservación y promoción.
5. Gestionar la adquisición por parte del Estado de los bienes que convenga que sean de su propiedad, toda vez que los Monumentos Nacionales pueden ser de propiedad pública, fiscal o privada.
6. Llevar el Registro de Museos, autorizar préstamos de colecciones que son Monumentos Nacionales, autorizar salida al extranjero de Monumentos Nacionales y de colecciones de Museos del Estado y colaborar en el combate del tráfico ilícito de los bienes culturales.
7. Participar en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental en lo relativo a patrimonio monumental. (A partir de la dictación en 1994 de la Ley N° 19.300 sobre Bases del Medio Ambiente).
8. Operar como organismo técnico encargado de los bienes culturales de la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de la UNESCO (aprobada por la Conferencia General de este organismo internacional en 1972 y ratificada por Chile en 1980).

En el destino de estudio se ubican los siguientes Monumentos Nacionales, que además son considerados atractivos oficiales jerarquizados.

**Tabla n° 21. Zonas Típicas Territorio MauleSur**

| NOMBRE                                                              | JERARQUIA | CATEGORIA   | COMUNA     | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Radio urbano con sus límites actuales del Pueblo de Nirivilo</b> | Nacional  | Zona Típica | San Javier | Declarado Zona Típica D.S. 1162 del 30/12/1985. Nirivilo destaca por el estilo arquitectónico colonial presente en la mayoría de sus construcciones. Asimismo, destaca su iglesia, que fue declarada Monumento Nacional. También es señalado por la historia como el lugar donde el Padre de la Patria don Bernardo O'Higgins recibió su bautismo. |

| NOMBRE                                                                     | JERARQUIA | CATEGORIA   | COMUNA        | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Localidad denominada Huerta de Maule</b>                                | Nacional  | Zona Típica | San Javier    | Declarado Zona Típica D.S. 1162 del 30/12/1985. La localidad denominada Huerta del Maule fue fundada en 1754, lo que la convierte en la más antigua de la provincia de Linares. Huerta del Maule adquirió notoriedad y fama gracias a la pluma de Mariano Latorre. Están ahí retratados la típica arquitectura criolla, con corredores, pórticos de pilares labrados, bases de piedra tallada, techos de coligüe, pilares de esquina, aleros y tejas.                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Pueblo de Villa Alegre</b>                                              | Nacional  | Zona Típica | Villa Alegre  | La existencia de habitantes y actividades agrícolas en la zona se puede remontar a los años de la Colonia, dada la presencia de varias haciendas que confluían en el sector donde hoy se emplaza el pueblo. Poco a poco, se formó en el área un caserío, que fue dando paso al pueblo. Villa Alegre se caracterizó por ser un lugar de mucho dinamismo económico y empresarial. En 1915, se inaugura allí uno de los primeros servicios de tranvías eléctricos del país.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Sector que rodea y adyacentes de la Plaza de Armas de Yervas Buenas</b> | Nacional  | Zona Típica | Yervas Buenas | Declarado Zona Típica D.S. 548 del 28/07/1987. El pueblo de Yervas Buenas es un exponente de los pueblos tradicionales de la zona central donde destaca por sus construcciones, antigüedad, contexto histórico y singularidad. En el sector cercano a la Plaza se pierde el corredor y las construcciones se aíslan de la calle por medio de gruesos muros de adobe y la casa permanece cerrada al exterior con un portón en la fachada. Entre sus calles destaca la Avenida Centenario que se caracteriza por sus viviendas con elementos típicos de la arquitectura colonial chilena (casas de adobe, con corredores en la fachada, cubierta de techumbre de tejas artesanales de arcilla, planta arquitectónica en torno a patios, etc.). |

Fuente: Catastro de Atractivos Turísticos 2013 y [www.monumentos.cl](http://www.monumentos.cl)

**Tabla n° 22. Monumentos históricos territorio MauleSur**

| NOMBRE                                | JERARQUIA | CATEGORIA           | COMUNA    | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------|-----------|---------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parroquia San Luis Gonzaga de Sauzal  | Nacional  | Monumento Histórico | Cauquenes | Declarada Monumento Histórico D.E. 01975 del 11/10/2007. Parroquia creada el 28 de febrero de 1835, alrededor de la cual se formó el poblado de Sauzal.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Parroquia Corazón de María de Linares | Nacional  | Monumento Histórico | Linares   | Declarada Monumento Histórico D.E. 677 del 15/12/1995. El templo Corazón de María, actualmente Parroquia de Linares, fue construido entre los años 1896 y 1905 por los Padres Claretianos, que habían arribado recientemente a la localidad. El diseño del inmueble se inspira en el estilo propio de los siglos XII y XIII, caracterizados por la transición del románico al gótico. Daños por el terremoto del 27/02/2010: Una de las torres en riesgo de colapso, daño generalizado al interior. |
| Museo de Arte y Artesanía de Linares  | Nacional  | Monumento Histórico | Linares   | La casa donde se ubica el museo fue declarada Monumento Histórico D.E. 389 del 18/07/1996. El Museo de Arte y Artesanía de Linares se fundó el 12 de octubre de 1966 y sus colecciones se formaron gracias a la generosidad de los artistas nacionales que reunieron más de 200 obras de arte, abarcando un período centenario de producción plástica nacional (1880-1980) y a los aportes realizados por el Museo Histórico Nacional y el Museo Nacional de Bellas Artes.                          |
| Puente ferroviario de Perquillauquén  | Nacional  | Monumento Histórico | Parral    | Declarado Monumento Histórico D.E. 11 del 13/01/2000. Hacia 1893 se inició la construcción de ramales en la región del Maule, esto es tendidos ferroviarios que unían la línea central con la zona costera, las de mayor ambición y perspectiva fueron el Ramal Constitución y el de Parral-Cauquenes.                                                                                                                                                                                              |

| NOMBRE                                               | JERARQUIA | CATEGORIA           | COMUNA       | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------|-----------|---------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Iglesia parroquial de Nirivilo                       | Nacional  | Monumento Histórico | San Javier   | Declarada Monumento Histórico D.S. 502 del 14/08/1984. Daños por terremoto del 27/02/2010: Corredor lateral derrumbado, colapso en parte de la techumbre. Alrededor de 1823 llegaron a este pueblo familiares del Libertador Bernardo O'Higgins (familia Riquelme Meza). La Iglesia de Nirivilo es un edificio de una nave y un techo a dos aguas, que posee una de sobria arquitectura con gruesos muros de adobe de 1,20 metro de espesor y cubierta de tejas de barro, con un corredor hacia el lado Norte.            |
| Templo Parroquial del niño Jesús de Villa Alegre     | Nacional  | Monumento Histórico | Villa Alegre | Declarado Monumento Histórico D.S. 2248 del 03/09/1979. Este templo fue construido en 1890. En él descansan los restos del sabio Juan Ignacio Molina desde 1969 en una cripta que exhibe un mural del destacado pintor chileno (y que viviera por largos años en Buenos Aires) Pedro Olmos. En su construcción se utilizaron adobe, piedras, ladrillo, roble y fierro galvanizado. Su volumen es de una sola nave alargada de 30 mts. por 90 mts. Su arquitectura posee influencias neoclásicas.                          |
| Museo Municipal y Casa de la Cultura de Villa Alegre | Nacional  | Monumento Histórico | Villa Alegre | Declarado Monumento Histórico D.E. 1013 del 26/10/1998. El actual Museo y Casa de la Cultura de Villa Alegre es una de las edificaciones más antiguas del pueblo, y su construcción responde al patrón de casa chilena de la zona central, tanto por su materialidad (adobe, madera y teja), como por su espacialidad (casa en forma de U con patio interior rodeado de corredores) con detalles, características y ornamentos típicos como lo son los aleros con canes falsos en madera labrada, pilares de madera, etc. |

| NOMBRE                                                                        | JERARQUIA | CATEGORIA           | COMUNA        | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sector de los hombres Ilustres del cementerio de Villa Alegre                 | Nacional  | Monumento Histórico | Villa Alegre  | Declarado Monumento Histórico D.E. 888 del 12/09/2002. El año 1989, al interior del Cementerio de Villa Alegre se inició la construcción de un mausoleo destinado a acoger en él los restos de aquellos hombres destacados de Villa Alegre, que, por su obra, talento o merecimientos especiales, han honrado a ese lugar. Construido en piedra rosada de Pelequén.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Casa ubicada en calle Juan de Dios Puga S/Nº de la localidad de Yervas Buenas | Nacional  | Monumento Histórico | Yervas Buenas | Declarada Monumento Histórico D.S. 511 del 22/08/1984. Con graves daños por el terremoto del 27 de febrero de 2010. El Museo Histórico de Yervas Buenas se encuentra alojado en el edificio que es el de mayor mérito y antigüedad del pueblo y sus alrededores. Se le considera el único testigo que subsiste de los albores de la independencia de Chile. Sus muros son de adobe, el piso, de ladrillo cuadrado, el cielo, de coligüe amarrado con cuero, las vigas a la vista, y la techumbre, de tejas de arcilla. Ésta fue la casa donde se hospedó el General español Brigadier Antonio Pareja, comandante del ejército realista, la noche del 26 de abril de 1813. Está inserta en el sector declarado Zona Típica. |
| Museo Histórico de Yervas Buenas                                              | Nacional  | Monumento Histórico | Yervas Buenas | El Museo Histórico de Yervas Buenas está ubicado en el pueblo de Yervas Buenas, en la región del Maule, a 12 kilómetros de la ciudad de Linares. El edificio que alberga al Museo es la llamada "Casa del Brigadier Pareja", debido a que en ella se hospedó el Brigadier Pareja la noche del 26 de abril de 1813, cuando los patriotas se dejaron caer sobre los españoles. El 29 de octubre de 1976, el edificio fue convertido en Museo Histórico y Biblioteca Pública Nº 20 de Yervas Buenas. En 1984 fue declarado Monumento Histórico Nacional, quedando así preservado para que nuevas generaciones conozcan este sitio de indudable valor histórico y patrimonial.                                                 |

Fuente: Catastro de Atractivos Turísticos 2013 y [www.monumentos.cl](http://www.monumentos.cl)

### 3.3.3.4 Productos turísticos

La recopilación de información que tuvo como objetivo visualizar el estado del arte del turismo en el territorio, lleva a determinar que no existen productos turísticos puestos en valor, ya sea circuitos, rutas y otros, en el Territorio MauleSur. Esta afirmación se respalda en el hecho de la inexistencia de productos y circuitos operativos. Los productos que se identificaron corresponden más bien a una orientación al turista ya que, en su mayoría, no existen como tales de manera oficial ni organizada. Son principalmente rutas que funcionan de manera auto guiada.

No obstante, fue posible identificar dos productos turísticos que son promocionados por Sernatur, correspondiente a las Rutas del Vino Valle del Maule, cuyo territorio abarca a la comuna de San Javier, y la Ruta Termal, la cual abarca las comunas de Colbún y Parral. Asimismo, se identificó además un producto, correspondiente a un programa turístico, ofrecido por un tour operador local, ofrecido actualmente en diversos medios y canales de promoción. El detalle de estos productos se especifica en el cuadro a continuación:

**Tabla n° 23. Productos turísticos Territorio MauleSur**

| NOMBRE                                     | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ACTIVIDADES                                                                                                     | UBICACION                    |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>Ruta del Vino del Valle del Maule</b>   | La integran viñas de las Provincias de Talca y Linares. Surge en el año 2000 para dar a conocer el origen de los vinos del valle del Maule.<br>Las viñas que componen la ruta son: Balduzzi, Botalcura, Casas Patronales, Corral Victoria, El Aromo, Gillmore Estate, Hugo Casanova, J.Bouchón, TerraNoble, Valle Frío, Vía Wine y Chilean Wines Company. | Visita a viñas para conocer el proceso de producción del vino, cata de vinos, recorridos por las instalaciones. | Comuna de San Javier         |
| <b>Ruta Termal</b>                         | Abarca las localidades de Panimávida, Quinamávida y Catillo, además de diversos baños termales naturales en la Cordillera.                                                                                                                                                                                                                                | Baños termales, masajes de relajación, talaxoterapia, aromaterapia.                                             | Comunas de Colbún y Parral.  |
| <b>Programa Linares Termas y Aventuras</b> | El programa tiene ues ofertado por la empresa tour operadora Turismo Maule, con una duración de 3 días, incluye un Full Day de actividades en cordillera, visitando el pueblo típico de Rari, excursión de día completo a Laguna del Maule visitando Laguna, Saltos del Maule, Termas Naturales y Termas de Panimávida o Quinamávida.                     | Cabalgatas, excursiones, deportes nauticos, baños termales, masajes de relajación, talaxoterapia, aromaterapia. | Comunas de Colbún y Linares. |

Fuente: Equipo consultor en base folletería turística y al sitio [www.turismomaule.com](http://www.turismomaule.com)

### 3.3.3.5 Sendero de Chile

Esta es una iniciativa que nace desde el sector público donde dependía de la Comisión Nacional del Medioambiente (CONAMA), para luego transformarse en la Fundación Sendero de Chile. Como objetivo persigue generar un corredor de desarrollo ecoturístico y educativo, que permita conocer y disfrutar la diversidad de paisajes y culturas del país, a través de recorridos de uso pedestre, ecuestre y/o ciclistico, con una extensión superior a los 8.500 km.<sup>66</sup> Al respecto, la región del Maule y específicamente el territorio MauleSur, posee un sendero, denominado “Rio Melado- Reserva Nacional Los Bellotos del Melado”, el cual se detalla en el cuadro siguiente.

**Tabla n° 24. Sendero Rio Melado- Reserva Nacional Los Bellotos del Melado**

| NOMBRE                                                      | LOCALIZACION      | MODALIDAD              | DIFICULTAD | EXTENSIÓN | DETALLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------|------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Rio Melado- Reserva Nacional Los Bellotos del Melado</b> | Comuna de Linares | Trekking/<br>Cabalgata | Baja       | 18,3 kms  | Este sendero se inicia a un poco más de 2,5 km. al sur del sector Corral de Salas, en la confluencia de la Quebrada Vallical (o Vallita) con el río El Melado. Específicamente, en la ribera sur del río, cruzando el Puente El Látigo. Con rumbo noroccidente, por una antigua huella usada hasta la actualidad por los arrieros del sector para trasladar sus animales, el sendero recorre 12, 7 km., hasta llegar al sector de la Quebrada de Medina y luego 4,9 km. más, para alcanzar la administración de la Reserva Nacional Los Bellotos del Melado. Puede ser realizado, tanto a pie como a caballo. |

Fuente: [www.senderodechile.cl](http://www.senderodechile.cl)

### 3.3.3.6 Rutas Patrimoniales

Programa que desarrolla y conserva terrenos fiscales con alto valor natural y cultural – histórico y ofrece interesantes alternativas de recreación en lugares atractivos y poco accesibles del territorio. Son recorridos transitables a pie, bicicleta y/o cabalgata, que potencian el turismo sustentable y contribuyen a una identidad local. Cada ruta patrimonial está compuesta por una señalética de mínimo impacto y una guía con los datos imprescindibles sobre la ruta; localidades cercanas y puntos estratégicos del área.

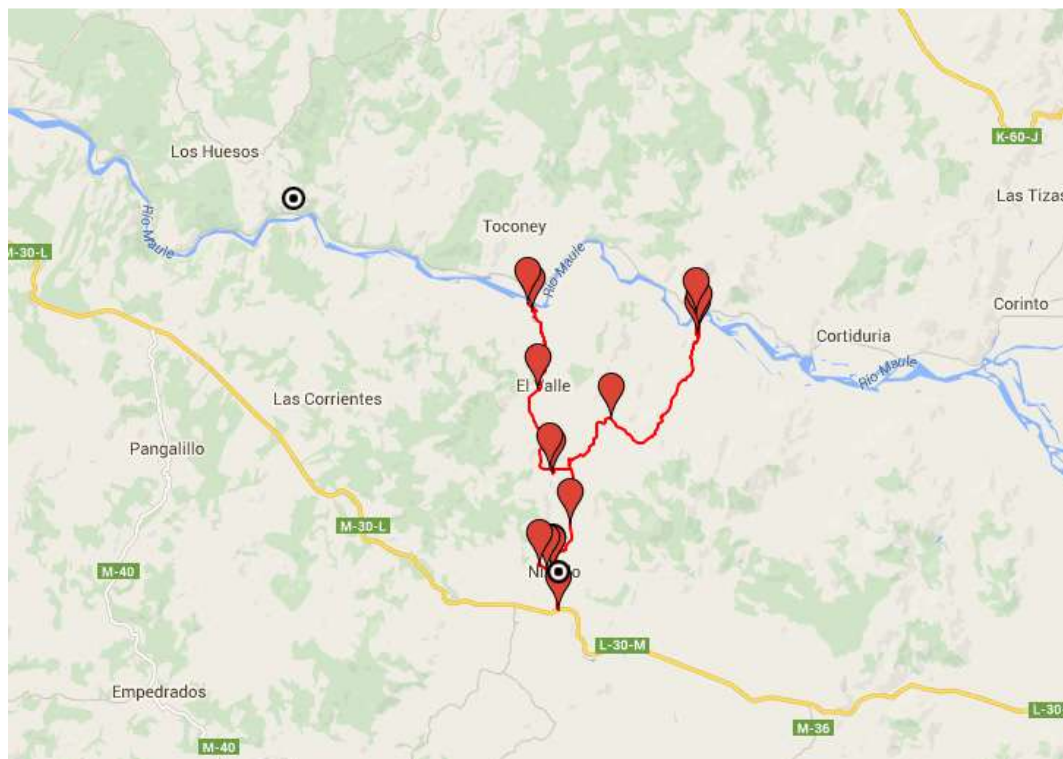
Dentro del territorio MauleSur se desarrolla la Ruta: ” **Valles de Nirivilo y Pichamán – Ruta Patrimonial N°51**”, la cual se describe a continuación:

- **Ruta Valles de Nirivilo y Pichamán- Ruta Patrimonial N° 51:** la ruta está inserta entre las provincias de Talca y Linares, las que son divididas por el curso del río que da nombre a la región. La Ruta comienza en el pueblo de Nirivilo (comuna de San Javier) y finaliza en el sector de Pichamán, con una longitud de 21.046 kilómetros. La Ruta está compuesta por dos tramos:

<sup>66</sup>[HTTP://WWW.SENDERODECHILE.CL/1302/PROPERTYVALUE-13010.HTML](http://WWW.SENDERODECHILE.CL/1302/PROPERTYVALUE-13010.HTML)



- Tramo N° 1 Nirivilo- González Bastías
- Tramo N° 2 Barrancas- Valle de Pichamán



### 3.3.5 Planta turística

Las bases de datos de la planta turística y fotografías de los establecimientos se encuentran en Anexo N° 4 (carpeta comprimida).

#### 3.3.5.1 Alojamiento turístico

La oferta de alojamiento que se expone en el presente capítulo, corresponde al catastro oficial elaborado por SERNATUR en base al registro que este posee y que se ha entregado para el desarrollo de este estudio. Cabe destacar que se ocupa este catastro como base para determinar los principales antecedentes como una muestra de la oferta total del Destino. El catastro final se realizará a lo largo del presente estudio.

El Territorio MauleSur, 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 la planta de alojamiento concentre su oferta principalmente en esos periodos, por lo cual varios de estos establecimientos no funcionan el resto del año o bien reciben muy poca demanda.

La oferta de servicios turísticos hace referencia a la baja competitividad del sector, elemento fundamental que obstaculiza su desarrollo, donde además existe otro factor importante y que es la existencia de mercados cercanos, caracterizados por una fuerte capacidad de atracción. La oferta turística del destino, se caracteriza por la escasez de servicios complementarios. En la actualidad, el alojamiento y servicios de alimentación comprenden la mayor parte del equipamiento, sin que exista una plena implantación de otros servicios colaterales.

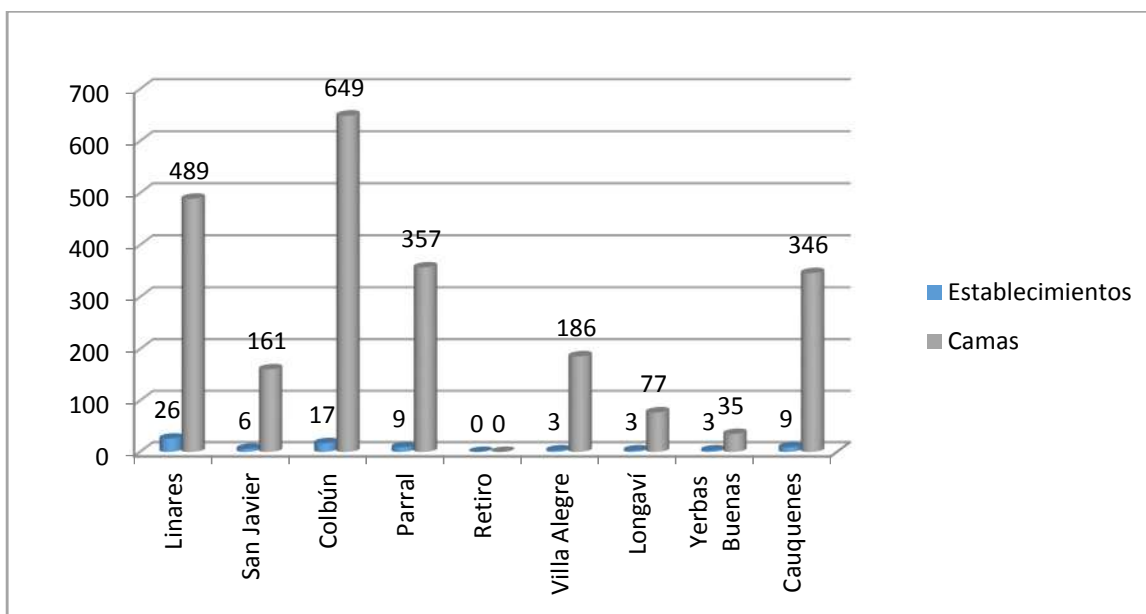
El mercado local se caracteriza, asimismo, por la ausencia de productos turísticos y puntos establecidos de comercialización que definan una identidad local, lo que impide a su vez la realización de la promoción efectiva.

Según el catastro oficial de SERNATUR, existen 76 establecimientos de alojamientos turísticos registrados en el destino, que equivalen a una capacidad de 2.300 camas. A nivel comunal, la distribución es la que se muestra en el cuadro.

**Tabla n° 25. Distribución de la oferta de alojamiento turístico, territorio MauleSur.**

| COMUNA                      | PROVINCIA | ESTABLECIMIENTOS | CAMAS        |
|-----------------------------|-----------|------------------|--------------|
| Linares                     | Linares   | 26               | 489          |
| San Javier                  | Linares   | 6                | 161          |
| Colbún                      | Linares   | 17               | 649          |
| Parral                      | Linares   | 9                | 357          |
| Retiro                      | Linares   | 0                | 0            |
| Villa Alegre                | Linares   | 3                | 186          |
| Longaví                     | Linares   | 3                | 77           |
| Yerbas Buenas               | Linares   | 3                | 35           |
| Cauquenes                   | Cauquenes | 9                | 346          |
| <b>Total según catastro</b> |           | <b>76</b>        | <b>2.300</b> |

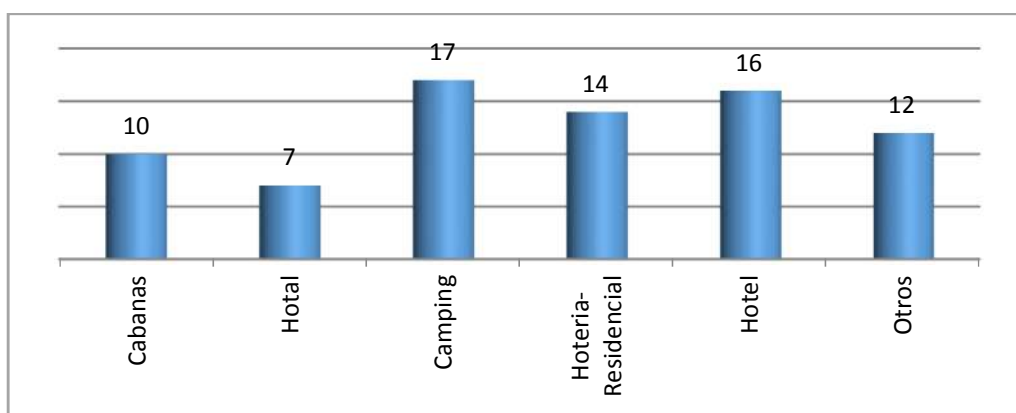
Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

**Gráfico n° 3. Número de camas y establecimientos de alojamiento en las comunas del territorio MauleSur**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

Como se observa en el gráfico, la concentración de establecimientos de alojamiento turístico se encuentra en las comunas de Linares, Colbún, Parral y Cauquenes. Las dos primeras se ubican hacia la zona precordillerana que es justamente el centro de la actividad del destino termal.

El promedio de camas a nivel de destino es de 32 camas por comuna. Esto refleja un número bajo de establecimientos con una alta capacidad de alojamiento individual, lo que incide en el nivel de prestación de servicios, en la capacidad para participar en un proceso de mejoramiento continuo de los servicios y en la cantidad y calidad de la ocupación.

**Gráfico n° 4. Tipo de establecimientos de alojamiento en las comunas del destino**

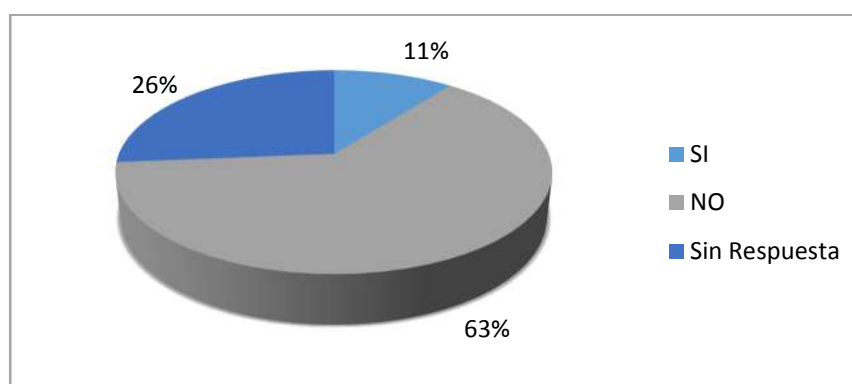
Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

La oferta se concentra en establecimientos de tipo camping, hotel y hostería-residencial, encontrándose de 14 a 17 establecimientos por cada tipo de alojamiento. Seguido de ello, se encuentran otro tipo de establecimientos, tales como albergues, alojamientos familiares, centros turísticos y termas, encontrándose estos últimos en las comunas de Colbún, Parral y Villa Alegre.

En cuanto a la infraestructura, existe un promedio de 16 baños por establecimiento en el destino turístico, lo que demuestra la existencia de establecimientos con baño privado en la mayor parte de la oferta de habitaciones, donde el promedio general es de 14 habitaciones por establecimiento turístico.

La implementación de equipamiento e infraestructura con características accesibles, entendiendo que es la capacidad de un establecimiento para recibir personas que tienen problemas con su movilización, es bastante baja en el destino. Tal como se aprecia en el gráfico, sólo un 14% de los establecimientos se han preparado o poseen una adecuación a su infraestructura para recibir a turistas con condiciones restringidas, encontrándose la mayoría escasamente preparadas o sin condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad.

**Gráfico n° 5. Infraestructura accesible**

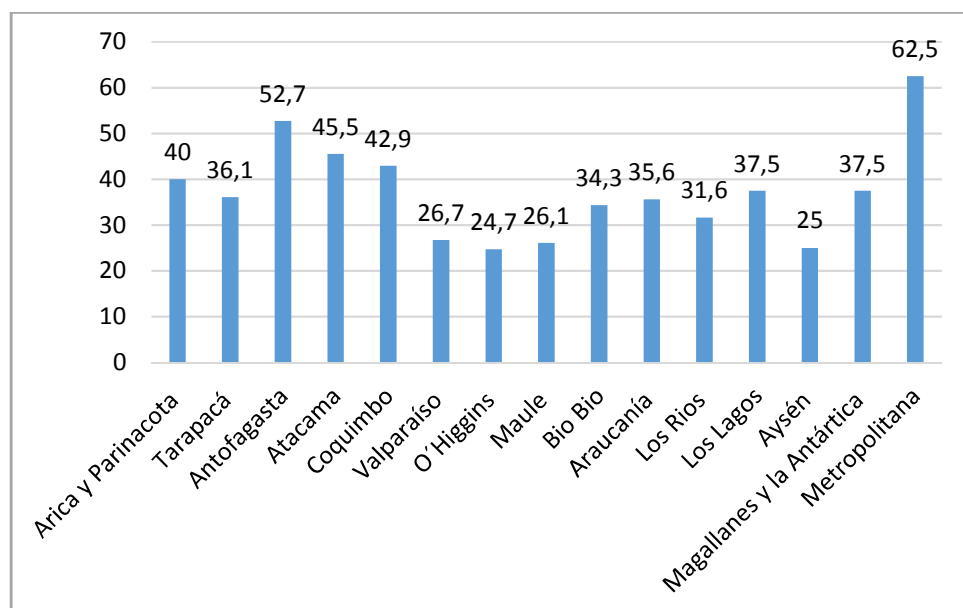


Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

En relación a la estacionalidad de la demanda, la mayoría de las empresas consideran que los meses de alta demanda corresponden al período de diciembre a marzo, no obstante, un número menor de empresarios reconocen que entre la temporada se extiende entre los meses de septiembre a abril. El porcentaje promedio de ocupación en temporada alta es de un 76% y el resto del año sólo un 22%.

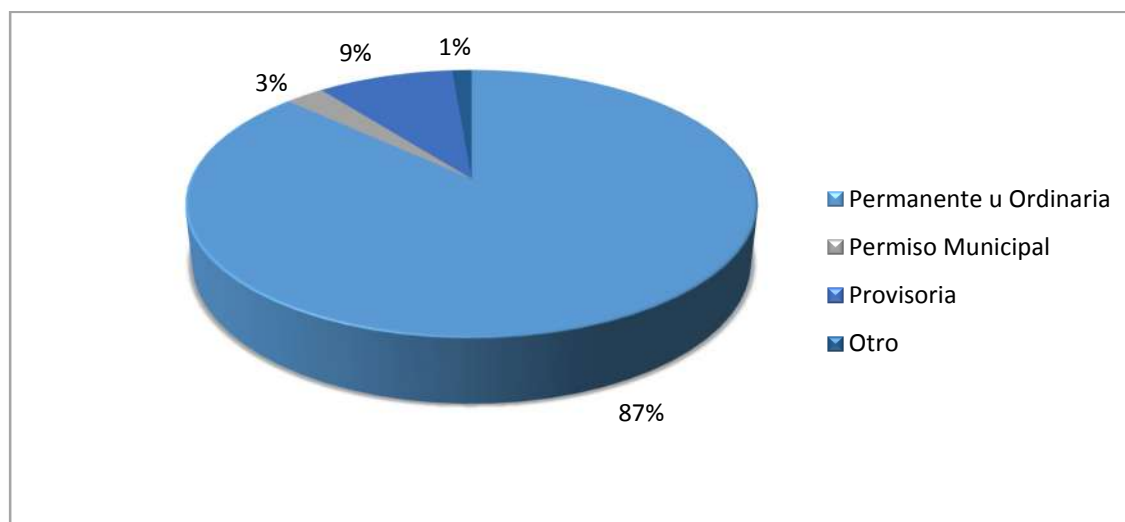
En relación a la realidad regional, la tasa de ocupabilidad para el año 2014<sup>67</sup>, de la totalidad de los establecimientos, llegó al 26,1%, inferior al promedio nacional del 42,2%. Por sobre este promedio nacional sólo se encuentran las regiones Metropolitana, Antofagasta, Atacama, entre otras, con una demanda asociada a pasajeros de negocios.

<sup>67</sup> Estadísticas de Alojamiento Turístico. INE – SERNATUR 2014

**Gráfico n° 6. Tasa de ocupabilidad de habitaciones**

Fuente: Estadísticas de Alojamiento Turístico. INE – SERNATUR 2014

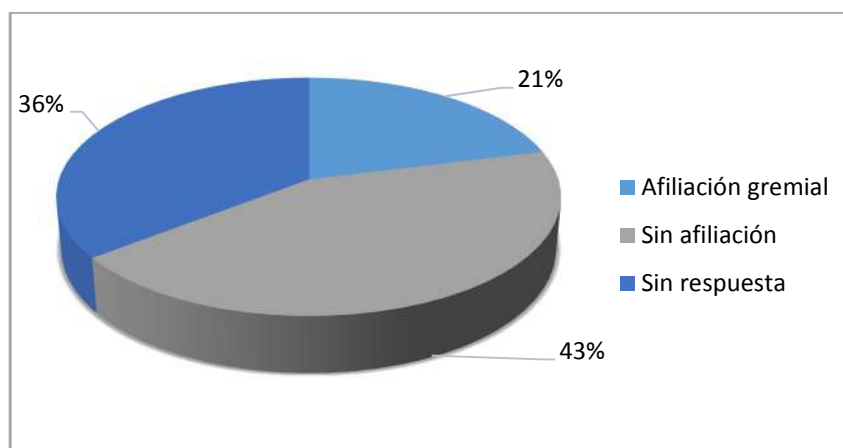
Estas cifras dan cuenta de una brecha importante en la región y la existencia de una gran capacidad ociosa, factores que los empresarios deben considerar en su política de precios y promoción. Es por esto que en la región existe un bajo nivel de formalización de alojamientos turísticos.

**Gráfico n° 7. Tipos de patentes de alojamiento en las comunas del destino**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

Según el catastro de SERNATUR, el 87% de los establecimientos de alojamiento turístico posee patente permanente, un 8% posee patente temporal, un 3% permiso municipal y un 1% permiso provisorio o de otro tipo.

Se puede apreciar a la vez que existe un nivel bajo de participación en gremios y cámaras de turismo comunales, dando como resultado sólo un 21% de empresas que participan activamente en asociaciones turísticas en el destino y la región.

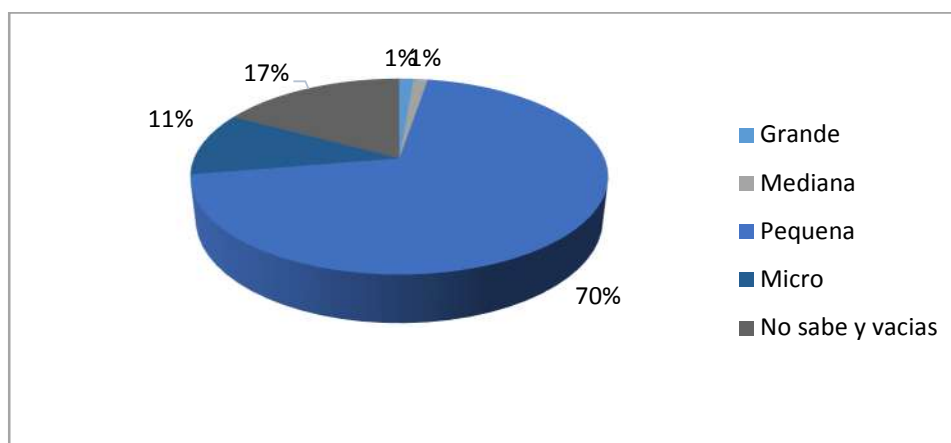
**Gráfico n° 8. Nivel de participación en asociaciones en las comunas del destino**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

La gran mayoría (70%) de los establecimientos del destino son pequeñas empresas (entre M\$50.000 y M\$520.000), donde como promedio existen ocho trabajadores permanentes en el año, aumentando a cinco trabajadores adicionales en promedio en la temporada alta.

La gran empresa (más de M\$2.100.000) se presenta en el destino solo en un 1% al igual que la mediana empresa (entre M\$ 520.001 y M\$ 2.100.000), mientras que la microempresa familiar (Menos de M\$ 50.000), solo se presenta en un 11% entre los establecimientos de alojamiento del destino.

La mayoría de los trabajadores permanentes no tiene contrato de trabajo (48%) y mucho menos los trabajadores adicionales que se incorporan durante la temporada alta, en consideración que muchos de ellos son familiares.

**Gráfico n° 9. Tamaño de establecimientos de alojamiento en las comunas del destino**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

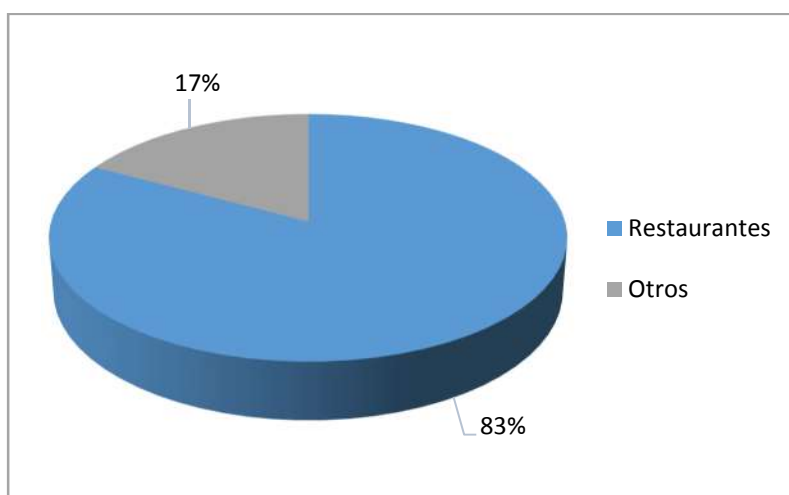
Como datos adicionales a los entregados, la mayoría de los establecimientos posee un registro de pasajeros y la forma de comercializar es directa y se promocionan principalmente a través de sitios web y redes sociales, seguido también, aunque en menor importancia, por tarjetas de presentación. La difusión a través de la radio local es cada vez menos utilizada.

### 3.3.5.3 Servicios de alimentación

Los servicios de alimentación del territorio MauleSur, cuentan con distintos tipos de gastronomía, siendo la principal la gastronomía vinculada a platos típicos y comida chilena.

De acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, del año 2015, el número de establecimientos que ofrece el servicio de alimentación en el destino Maule Sur y que corresponden a establecimientos turísticos, son 35 locales, de los cuales, casi la totalidad son de tipo restaurantes, encontrándose solo algunos pocas cocinerías y salones de té. De esta forma, se puede señalar que en el destino no existe una gran oferta de servicios de alimentación e inclusive la especialización en rubro es baja; algunos de ellos forman parte de establecimientos de alojamiento turístico. Según el catastro de establecimientos de alimentación año 2015, el 83% corresponden a restaurantes y un 17% otros establecimientos relacionado con cocinerías, fuentes de soda, salones de té y otros.

**Gráfico n° 10. Tipo de establecimientos de servicio de alimentación en las comunas del destino**



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

La ocupación de los establecimientos de alimentación ocurre durante todo el año, no diferenciándose entre los empresarios, la temporada alta de la temporada baja. Existe un total de 3.546 sillas y 676 mesas, lo que da un promedio de cinco sillas por mesa aproximadamente.

El 51% de los servicios de alimentación se ubican dentro del segmento de pequeña empresa (entre M\$ 50.000 y M\$ 520.000) que tienen en promedio siete trabajadores, de los cuales la mayoría no se encuentra contratado, y solo un 34% de los establecimientos requiere incorporar mano de obra durante la temporada. En el destino no existen grandes empresas, el tamaño mediano es el de mayor envergadura.

El 100% de las empresas comercializa de forma directa, sin embargo, no cuentan con registro de clientes y solo tres establecimientos declaran realizar promoción o difusión a través de la web. Sumando a ello, las empresas no se vinculan con otros prestadores de servicios para ofrecer un mejor producto.

### **3.3.6 Análisis del sistema de certificación de calidad**

#### **3.3.6.1 Consideraciones previas**

El sistema de calidad para los servicios turísticos, constituye uno de los principales pilares para el desarrollo del sector en Chile. Su finalidad, es la de mejorar la oferta a través de la implementación y certificación de los requisitos de calidad establecidos en normas técnicas desarrolladas por la propia industria, en los ámbitos de equipamiento, infraestructura, seguridad y otros.

Como parte del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los prestadores de servicios turísticos, el primer desafío ha sido el proceso de “Normalización” para el turismo. Este proceso busca otorgar estructuración, orden y orientación para los prestadores de servicios, tales como; Servicios de Alojamiento Turístico, Guías de Turismo, Agencias de Viaje, Tour Operadores y Servicios de Turismo Aventura, a través de 48 normas técnicas establecidas y generadas por la propia industria.

Un segundo paso dentro del sistema de calidad se refiere al “Registro”, el que busca reunir de manera oficial a los más de 15 mil prestadores turísticos a nivel nacional, calificándolos y clasificándolos de manera de poder contar con un sistema único y estandarizado.

Toda empresa de servicios turísticos que se haya registrado en SERNATUR, puede acceder a la “Certificación de Calidad”, donde actúan como guías las normas técnicas que correspondan según la actividad de este servicio. Esta certificación es voluntaria para Servicios de Alojamiento, Guías Turísticos, Agencias de Viaje y Tour Operadores.

Los servicios turísticos que cuenten con la certificación de calidad de acuerdo a su actividad, pueden solicitar el Sello Turístico de Calidad a SERNATUR. De esta forma, el prestador de servicios certificado pasa a ser parte de un grupo especial, el que contará con una promoción destacada y la obtención de beneficios por parte del servicio.

Finalmente, la Ley de Turismo otorga a SERNATUR un rol de “Inspección” del sistema, debiendo velar por el cumplimiento de las normas relativas al sistema; a la certificación de calidad y estándares de seguridad, incluyendo el correcto uso del sello.

#### **3.3.6.2 Grado de conocimiento sobre las normas de calidad para los servicios de alojamiento**

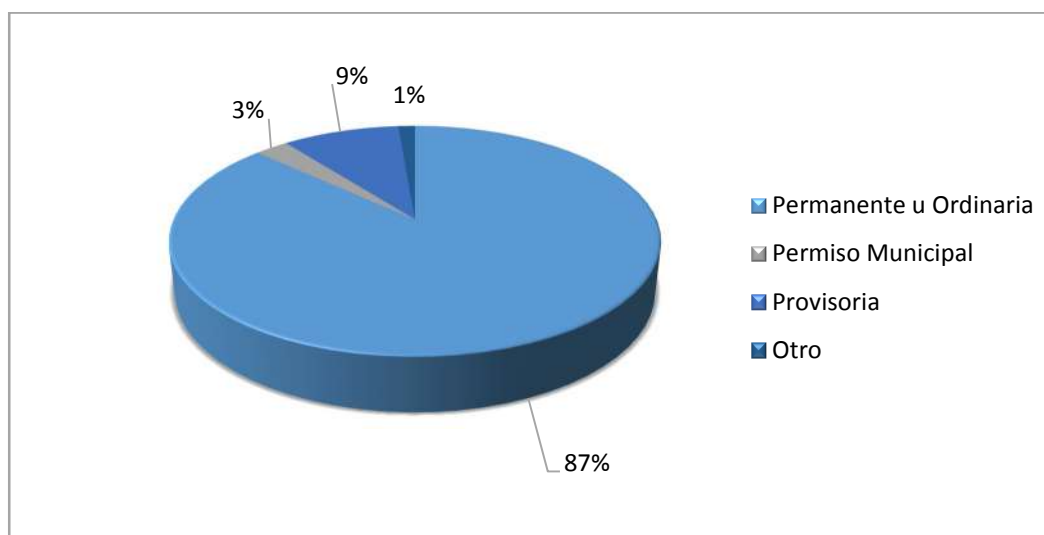
##### **3.3.6.2.1 Antecedentes legales**

Durante el proceso de actualización del catastro de servicios que entregara SERNATUR como base, el equipo consultor realizó una entrevista a cada actor. Algunas de las preguntas apuntaban a contar con la información del grado de conocimiento y/o implementación de las normas de calidad en turismo.

Es así que para este análisis se cuenta con la información entregada por 76 establecimientos de alojamiento en el territorio MauleSur, cuyos resultados se exponen en los siguientes párrafos.

Como se revisó anteriormente, del total de establecimientos de alojamiento, un 87% cuenta con patente comercial permanente u ordinaria (66 establecimientos del total). De estos, siete establecimientos cuentan con patente provisoria o temporal y el resto tiene patente municipal u otro tipo de patente.



**Gráfico n° 11. Establecimientos de alojamiento que cuentan con patente comercial**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

Además, se encuentra la modalidad especial para la actividad turística la "patente de turismo". Esta está establecida en el art. 140 de la Ley N° 17.105, es una patente de alcoholes que se otorga por las Municipalidades a los hoteles, apartoteles, moteles, hosterías o restaurantes, que hayan sido declarados necesarios para el turismo por el Presidente de la República, previo informe favorable del Depto. de Defensa de la Ley de Alcoholes y del Servicio Nacional de Turismo.

La tramitación correspondiente se efectúa en la municipalidad respectiva, quien remite los antecedentes al Ministerio del Interior, el que luego de obtenidos los informes dicta una resolución firmada por orden del Presidente de la República, declarando el establecimiento necesario para el turismo.

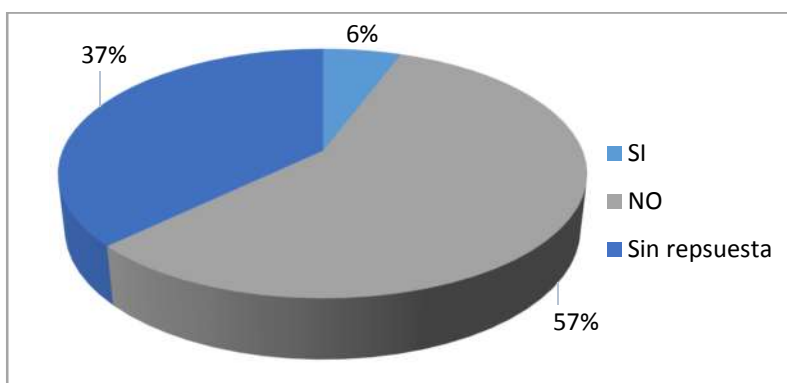
Del total de establecimientos, un 45% cuenta con patente en turismo, es necesario considerar que de este total un 21% (16 establecimientos) corresponde a empresarios "Sin Patente" o no entregó la información consultada.

Por otra parte, el 100% de los establecimientos que ha sido catastrado, cuenta con Iniciación de Actividades y de ellos el 71% cuenta con Resolución Sanitaria.

### 3.3.6.2.2 Conocimiento de las Normas

Según los resultados obtenidos, un 92% de los entrevistados reconoce que se encuentra sin certificación, mientras que un 8% indica que cuenta con certificación de normas de calidad en turismo. En el siguiente apartado, se detallará que empresas específicas se encuentran en este proceso y el porcentaje de cumplimiento para lograrlo.

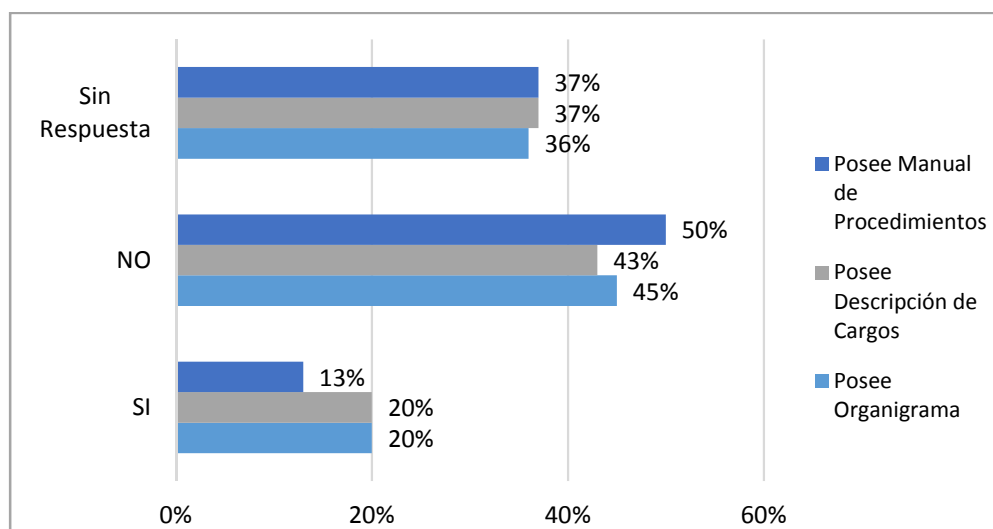
El siguiente gráfico, muestra la respuesta de los actores que no se encuentran certificados frente a la pregunta si les interesaría certificarse bajo las normas de calidad turística. Del total de establecimiento que no cuenta con documentación (70 establecimientos), solo un 6% de los entrevistados respondió que, si le interesaría certificarse, mientras que un 57% señaló que no se encuentra interesado en el proceso.

**Gráfico n° 12. Interés por certificarse bajo las normas de calidad turística**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

La gráfica que sigue, muestra algunos requisitos de organización, si los establecimientos de alojamiento cuentan con estos elementos claves para la organización como: organigrama con división de responsabilidades, descripción de cargos escrita y con un manual de procedimientos claros y escritos. Los mayores porcentajes se concentran en la respuesta “No Posee” con cifras cercanas al 50%, en cada uno de los elementos.

Sólo un 20% del total de establecimientos de alojamiento entrevistados, cuenta con un organigrama con división de responsabilidades y descripción de cargo y un 13% posee un manual de procedimientos escritos.

**Gráfico n° 13. Organización de los Establecimientos de alojamiento**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

### 3.3.6.3 Grado de conocimiento sobre calidad para el servicio de alimentación

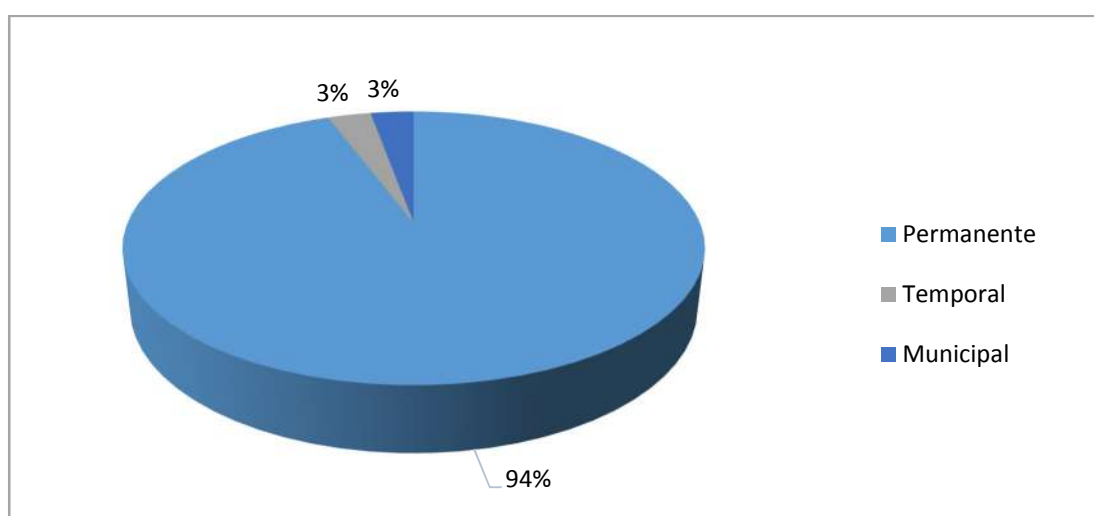
#### 3.3.6.3.1 Antecedentes legales

Si bien no existen normas de calidad turística específicas para los servicios de alimentación, en el siguiente acápite se analizará la situación de los establecimientos entrevistados.

Mediante el catastro otorgado por SERNATUR y considerando otros establecimientos levantados durante las campañas en terreno, para este análisis se han considerado un total de 35 establecimientos en el territorio MauleSur.

Primeramente, del total de establecimientos de alimentación un 94% cuenta con patente comercial permanente u ordinaria y un 3% con patente temporal o provisoria. Asimismo, el 3% restante cuenta con patente municipal.

**Gráfico n° 14. Establecimientos de alimentación que cuentan con Patente Comercial**



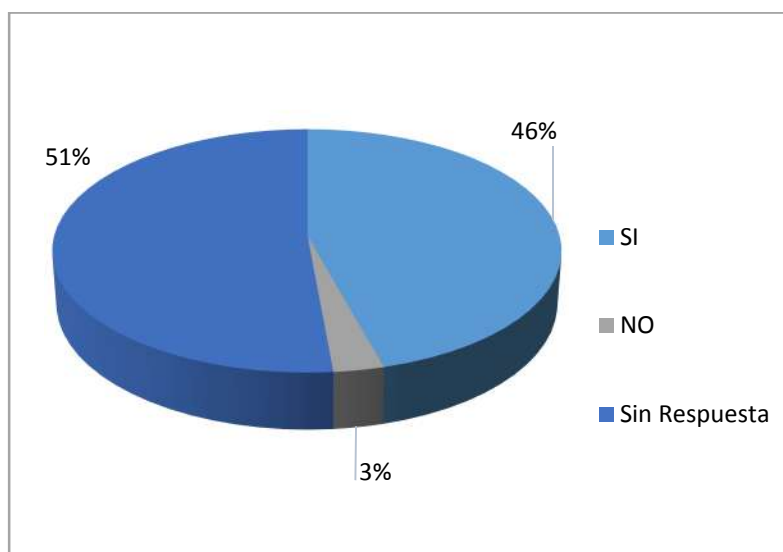
Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

En la modalidad especial para la actividad turística "patente de turismo", cinco de los establecimientos de alimentación cuentan con esta patente y además con patente comercial permanente u ordinaria. Por otra parte, un 40% del total de establecimientos que ha sido catastrado, cuenta con iniciación de actividades y un 51% cuenta con resolución sanitaria.

#### 3.3.6.3.2 Conocimiento sobre la certificación

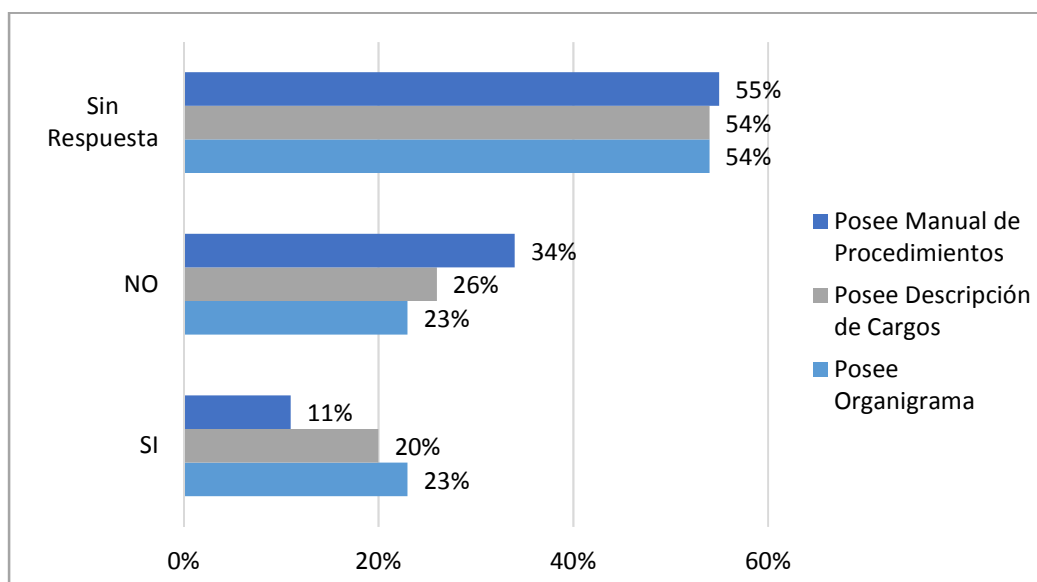
De los establecimientos de alimentación, 10 conocen algún tipo de norma para su negocio, el porcentaje restante desconoce cualquier tipo de norma relacionada al rubro o no responde a la pregunta.

El siguiente gráfico, muestra las respuestas de los entrevistados frente a la pregunta si les interesaría certificarse por alguna norma relacionada con la calidad en la alimentación o si existiese alguna norma de calidad turística relacionada, teniéndose que un 46% se encontraría interesado en certificarse y solo un 3% no estaría dispuesto.

**Gráfico n° 15. Interés por certificarse bajo las normas de calidad relacionadas**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

En cuanto a los requerimientos de organización, entre el 11 y el 23% de los encuestados señala que si posee Manual de Procedimiento, Descripción de Cargos y Organigrama. Mientras que entre el 23% al 34% no posee ninguno de estos requerimientos. En general, se observa que un 54% de los entrevistados no responde a esta respuesta ya sea porque no posee estos elementos o porque omitió la respuesta.

**Gráfico n° 16. Organización de los Establecimientos de Alimentación**

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

### 3.3.7 Certificación de calidad en el territorio MauleSur

De acuerdo al diagnóstico del área de estudio, de la totalidad de la planta turística existente en el Destino, diez cuentan con algún tipo de certificación descrita según las bases de SERNATUR, lo que se expone en el siguiente cuadro.

**Tabla n° 26. Establecimientos turísticos con algún tipo de certificación en el destino**

| NOMBRE ESTABLECIMIENTO    | TIPO            | COMUNA     | TIPO DE CERTIFICACIÓN |
|---------------------------|-----------------|------------|-----------------------|
| Euro Charles Club         | Hotel           | San Javier | Q/ S                  |
| Termas Solares Antemávida | Cabañas         | Colbún     | Q                     |
| Hostería El Bosque        | Hostería        | Linares    | Q                     |
| Camping Las Islas         | Camping         | Linares    | Q                     |
| Hotel Real                | Hotel           | Linares    | Q                     |
| Tabonko                   | Tour Operador   | San Javier | Q                     |
| Latitud Grado Sur         | Tour Operador   | Linares    | Q                     |
| Caliboro Aventura         | Tour Operador   | San Javier | Q                     |
| María Victoria Otto       | Guía de Turismo | Linares    | Q                     |
| Hostal Wincayaren         | Hostal          | Linares    | S                     |

Q: Sello de Calidad Turística/ S: Distinción Turismo Sustentable.

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a bases de dato elaboradas por Dirección Regional de Turismo de Maule, 2015

De acuerdo a la información obtenida, se concluye que la baja certificación de prestadores de servicios en el área de estudio se debe mayormente a la falta de formalización de los servicios, a las condiciones que se exigen para la certificación y a lo extensivo del proceso (aproximadamente un año de duración).

El actual Sistema de Calidad para los Servicios Turístico (INN – SERNATUR), se puede entender como un conjunto de normas que establecen requisitos mínimos con los que debe cumplir una entidad, respecto de su organización, servicios, infraestructura y competencias de las personas que conforman la organización. Por tanto, se convierte en un importante medio que busca y posibilita la prestación de servicios turísticos de calidad certificados a nivel nacional.

Es por esto, que el Sistema de Calidad permite generar un mejoramiento de la oferta; adicionalmente, es una herramienta de marketing para las propias empresas y para el territorio, entendiéndose que el territorio puede competir por nuevos mercados o por conservar el mercado actual, en la medida que se presente una oferta de servicios turísticos de calidad certificados y que estos sean reconocidos por sus clientes.

### 3.3.8 Actividades turísticas

Las actividades turísticas desarrolladas en las comunas que conforman el territorio MauleSur son variadas debido a la dimensión del territorio analizado y a la cantidad de atractivos diversos que posee. Estas actividades están asociadas principalmente al desarrollo de actividades relacionadas con el turismo de intereses especiales, tales como el ecoturismo, turismo rural, agroturismo, turismo deportivo, enoturismo, turismo histórico, turismo cultural, turismo de salud, principalmente. A continuación, se listan las principales actividades turísticas identificadas.

**Tabla n° 27. Actividades turísticas que se desarrollan en el territorio MauleSur**

| TIPO          | ACTIVIDAD | COMUNA/ SECTOR                                                                               |
|---------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Esparcimiento | Caminatas | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yerbos Buenas/ Retiro/ Parral/ Longaví/ Cauquenes. |
|               | Baños     | Cauquenes/ Colbún/ Linares/ Longaví/ Parral/San Javier                                       |

| TIPO                                                           | ACTIVIDAD                               | COMUNA/ SECTOR                                                                               |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                | Picnic                                  | Cauquenes/ Colbún/ Linares/ Longaví/ Parral/ San Javier/ Villa Alegre                        |
|                                                                | Cabalgatas                              | Linares/ Colbún                                                                              |
|                                                                | Fotografía                              | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
| <b>Actividades deportivas</b>                                  | Velerismo                               | Colbún                                                                                       |
|                                                                | Kayaking                                |                                                                                              |
|                                                                | Rafting                                 |                                                                                              |
|                                                                | Mountainbike                            |                                                                                              |
|                                                                | Escalada libre                          |                                                                                              |
|                                                                | Pesca con mosca                         | Linares                                                                                      |
| <b>Salud y relajación</b>                                      | Baños en termas                         | Colbún/ Parral                                                                               |
|                                                                | Masajes de relajación                   |                                                                                              |
| <b>Actividades vinculadas al ambiente natural</b>              | Visita a sitios naturales               | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | contemplación del paisaje               | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | observación de flora y fauna            | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | turismo aventura                        | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | observación de procesos agrícolas       | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
| <b>Actividades vinculadas al enoturismo</b>                    | Visita a viñas                          | San Javier/ Villa Alegre                                                                     |
| <b>Actividades vinculadas al patrimonio histórico cultural</b> | Visita a lugares históricos             | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | visita a pueblos                        | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | visita a museos                         | Cauquenes/ Colbún/ Linares/ Villa Alegre/ Yervas Buenas                                      |
|                                                                | compra de artesanía                     | Cauquenes/ Colbún/ Linares/ San Javier/ Yervas Buenas                                        |
|                                                                | degustación de comida típica            | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
| <b>Eventos programados</b>                                     | Participación en festivales folklóricos | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | participación en eventos culturales     | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |
|                                                                | participación en fiestas religiosas     | Colbún/ San Javier/Villa Alegre/ Linares/ Yervas Buenas/ Retiro/ Parral/ Longavi/ Cauquenes. |

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a información recopilada en trabajo de campo.

Estas actividades, son posibles de realizar tanto de manera autónoma como con empresas establecidas que operan en el territorio y que fueron encontradas durante la consultoría.

### 3.3.9 Empresas tour operadoras y su oferta de servicios

De acuerdo al catastro de servicios turísticos levantado en terreno, se obtiene que existe un total de 21 empresas categorizadas como empresas tour operadoras o prestadoras de servicios de turismo aventura, de las cuales las siguientes ofertan servicios asociados al territorio MauleSur.

**Tabla n° 28. Empresas que ofrecen servicios y experiencias turísticas en el territorio MauleSur**

| NOMBRE DE LA EMPRESA       | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                    | COMUNA     |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Refugio Retén Viejo</b> | Cabalgatas de 2 horas y media a Casacada de los Quemados                                                                                       | Linares    |
|                            | Trekking al Cajón del Calabozo (arte rupestre)                                                                                                 | Longaví    |
|                            | Andinismo en la cumbre del Nevado de Longaví                                                                                                   | Longaví    |
|                            | Fly Fishing en los esteros La Gloria y estero Las Animas, Río Achibueno                                                                        | Longaví    |
| <b>Lodge Colbún</b>        | Trekking, kayak, paseos en mountainbike, camintas con raquetas de nieve, excursiones, cabalgatas, visitas a viñas                              | Colbún     |
| <b>Amukan Experience</b>   | Mountain bike Lago Colbún                                                                                                                      | Colbún     |
| <b>Turismo Maule</b>       | Cabalgatas, excursiones, visitas a viñas, compra de artesanía de rari, trekking Saltos del Maule, baños en termas de Panimavida y Quinamavida. | Colbún     |
| <b>Tabonko</b>             | Spa y vinoterapia                                                                                                                              | San Javier |
| <b>Pejerrey</b>            | Trekking, kayak, muro de escalada, canopy, cabalgatas, excursiones río Achibueno                                                               | Colbún     |
| <b>Fundo Millahue</b>      | Cabalgatas, kayak, senderismo, avistamiento de aves, degustación de vinos.                                                                     | San Javier |

Fuente: Equipo consultor en base a información turística regional.

En general, la oferta de actividades turísticas proporcionada por las empresas tour operadoras locales, se concentra fundamentalmente en los atractivos naturales que posee el territorio, y principalmente concentradas en las comunas de Longaví, Colbún y San Javier. Por otro lado, existen algunos guías de turismo que se encuentran en los registros operativos de SERNATUR, que ofertan sus servicios principalmente para el desarrollo de actividades vinculadas al turismo de naturaleza. En el cuadro siguiente se señala el listado de guías registrados que operan en el territorio.

**Tabla n° 29. Guías de turismo**

| NOMBRE                           | COMUNA        |
|----------------------------------|---------------|
| Fabiola Andrea Méndez Retamal    | Linares       |
| Historitour Linares              | Linares       |
| María Victoria Otto Muñoz        | Linares       |
| María José Alarcón Avalos        | Linares       |
| Nayaret Makarena Henríquez Jofré | Colbún        |
| Turismo Maule                    | Colbún        |
| Aventura Tour, Guía De Turismo   | San Javier    |
| Juan Pablo Carrillo Mardones     | San Javier    |
| Daniel Ortega Henríquez          | Yerbas Buenas |
| Verónica Farías                  | Yerbas Buenas |

Fuente: Equipo consultor en base a información turística regional.

### 3.3.10 Infraestructura de apoyo Región del Maule

La infraestructura de apoyo al turismo comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc. Para este estudio, el enfoque se realizará en la accesibilidad debido a que está directamente relacionada con el turismo, donde se generan conexiones para el transporte vehicular y público a las distintas zonas turísticas.

El acceso al territorio MauleSur, es posible realizarlo desde distintos puntos dependiendo de la comuna. Comenzando de norte a sur, para acceder a San Javier es posible directamente desde la Ruta 5, la distancia por esta ruta entre Talca y el acceso principal a San Javier es de 22 km. El camino de acceso, L-14, pavimentado tiene 2,7 km.

En cuanto al transporte, la comuna de **San Javier** está situada en una encrucijada caminera de vías transversales con la ruta 5, concentra una gran variedad de alternativas de comunicación interurbana. Asimismo, el área urbana está servida por una dotación de 99 colectivos urbanos, agrupados en 5 líneas y 33 taxis básicos. Aunque en el sector rural están registrados 19 colectivos rurales y 16 buses rurales, gran parte del territorio situado al poniente de la ciudad de San Javier (SEREMI, Transportes, 1998), tiene un servicio deficiente de transporte colectivo, el que está asociado a la mala calidad de la red caminera.

En tanto, por la comuna de **Villa Alegre** pasa la Ruta Panamericana o Autopista Talca-Chillán, que la enlaza con el resto del país. El interior de la comuna está surcada por una vía asfaltada que, en su tramo septentrional corre de norte a sur y la une con la vecina San Javier. En los últimos decenios, sobre el extremo norte de la Comuna, se construyó el nuevo acceso asfaltado al antiguo camino que, desde la época colonial, une Talca con Concepción. Esta carretera, hoy totalmente consolidada, tiene su origen en la Ruta 5 Sur, en el territorio comunal y se le denomina "Ruta de Los Conquistadores".

En esta zona no existe transporte público mayor urbano, modalidad que en la actualidad es cubierto por buses rurales, extendiendo éstos sus servicios por todo el casco urbano de la comuna. No existen taxis colectivo rurales en la comuna. En cuanto al transporte mayor rural, los recorridos presentan una excelente cobertura y las empresas presentes recorren todas las comunas, siendo sus principales destinos las comunas de Talca y Linares.

A la comuna de **Yerbas Buenas** se accede directamente desde la Ruta 5, entrando desde el norte por El Paso o bien por el sur desde Linares.

En cuanto al transporte público, los taxis colectivos rurales predominan en esta área extendiendo sus servicios entre las comunas de Linares, Yerbas Buenas y Colbún. Al igual que los buses rurales, esta modalidad también recorre los cascos urbanos de cada comuna para atracción de la demanda. Es importante mencionar que el transporte público rural es deficiente dado que los habitantes de los distintos sectores rurales han emigrado hacia los centros urbanos.

A la comuna de **Linares** se accede a través de la Ruta 5 Sur (concesión Autopista Ruta del Maule) y se conecta con el centro de la ciudad a través de la Avenida Aníbal León Bustos, la que posteriormente pasa a llamarse Av. Independencia, la cual es una de las calles principales de la comuna.

La repartición modal, de acuerdo a los vehículos, es de 123 buses urbanos y 307 taxis colectivos urbanos. El transporte público mayor urbano se concentra en una sola empresa, la que cubre todo el sector urbano de la comuna. Esta empresa cuenta con seis líneas operativas, entre las que se reparte la flota diariamente, para prestar los diferentes servicios. La calidad del servicio en esta modalidad está deteriorada por la antigüedad de la flota y los usuarios prefiere en muchos casos los taxis colectivos, los que son una amenaza constante en la ejecución diaria de los distintos servicios de buses. Respecto a los taxis colectivos, existen siete líneas operativas. En esta zona existe un



conglomerado importante de servicios de buses rurales, los que cuentan aproximadamente cerca de 100 empresas de transporte público.

A **Colbún** se accede desde la Ruta 5 por la Ruta L11. El principal eje vial de la comuna está representado por las rutas que unen Colbún – Talca y Colbún – Linares, con distancias de 56 y 25 Km., respectivamente. Ambas rutas se encuentran totalmente pavimentadas y en buen estado de conservación.

Existe un servicio público de transportes, vinculando los centros urbanos de la Comuna, principalmente con Linares y Talca. La mayor deficiencia se observa en la atención de las localidades situadas al Oriente de la ruta L-1135.

El transporte público es proveído por cuatro líneas de taxibuses interurbanos con una frecuencia diaria de 30 minutos aproximadamente; los dos primeros son Buses Colbún y Buses Ruta L-11, que cumplen el itinerario Colbún-Talca y los otros dos son las empresas Interbus y Maule Sur con un itinerario Colbún-Panimávida-Linares. Dos líneas interprovinciales conectan a Talca Santiago con una frecuencia diaria de 2 salidas (Pullman del Sur) y 1 salida (Linatal). No existe locomoción colectiva local ni taxis.

La conectividad de la comuna de **Longaví** con la región y el país, se da por medio del sistema vial a través de la Ruta 5, la cual atraviesa la comuna. Cabe mencionar que esto hace que la comuna tenga un acceso y salida tanto al norte como al sur del país muy expedito, fácil y libre para todo tipo de vehículos.

No existe servicio de transporte público mayor urbano para esta comuna, tampoco existe el servicio de taxis colectivos. Si cuenta con servicio de buses rurales, que conectan a la comuna con las comunas vecinas de Parral, Retiro y Linares. También existe el servicio de taxis colectivos.

La comuna de **Retiro** se conecta en forma expedita con el resto de la Región y el país a través de la Ruta 5. Su localización cercana a esta vía, le confiere una condición de ventaja, teniendo tres conexiones a la Ruta 5: Villaseca y Copihue (al poniente de la Ruta 5 Sur) y Los Cuarteles.

En cuanto al servicio de transporte público, la comuna no cuenta con transporte público mayor urbano, ni tampoco servicio de taxis colectivos, más si cuenta con servicio de transporte rural público.

La conexión vial de la comuna de **Cauquenes** está dada por tres Rutas de acceso: la Ruta 128, emplazada al oriente de Cauquenes, permite la conexión directa de Cauquenes con Parral; y con Ruta 5 Sur, para acceder en dirección norte a Linares, Talca y por el sur a Chillán. La Ruta M-50, Posibilita la conexión directa de Cauquenes Pueblo Hundido, Chanco y al norte con Constitución, y la Ruta 126, Corredor longitudinal conocida con Ruta Los Conquistadores. Desde el norte se conecta a Ruta 128 permitiendo el flujo San Javier- Cauquenes. Desde Cauquenes continua al sur permitiendo conexión con Quirihue, Coelemu, Concepción en la VIII Región.

En cuanto al sistema de transporte, en esta zona existe 1 sola empresa de transporte público mayor urbano. A esto se le suma el alto número de taxis colectivos (238 vehículos). La repartición modal de los vehículos que ofertan servicios rurales está dada por 41 buses y 16 taxis colectivos rurales.

Por último, la comuna de **Parral** se conecta desde la Ruta 5 a través de la Ruta L75.

La comuna no cuenta con servicio de transporte público mayor urbano, más si cuenta con servicio de taxis colectivos (tres líneas) y servicio de buses rurales.

### 3.4 Caracterización de la demanda turística

#### 3.4.1 Consideraciones previas

La información de 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 al territorio MauleSur, vinculado a las comunas de Linares, Colbún, San Javier, Parral, Villa Alegre, Retiro, Longaví, Cauquenes y Yerbabuenas.

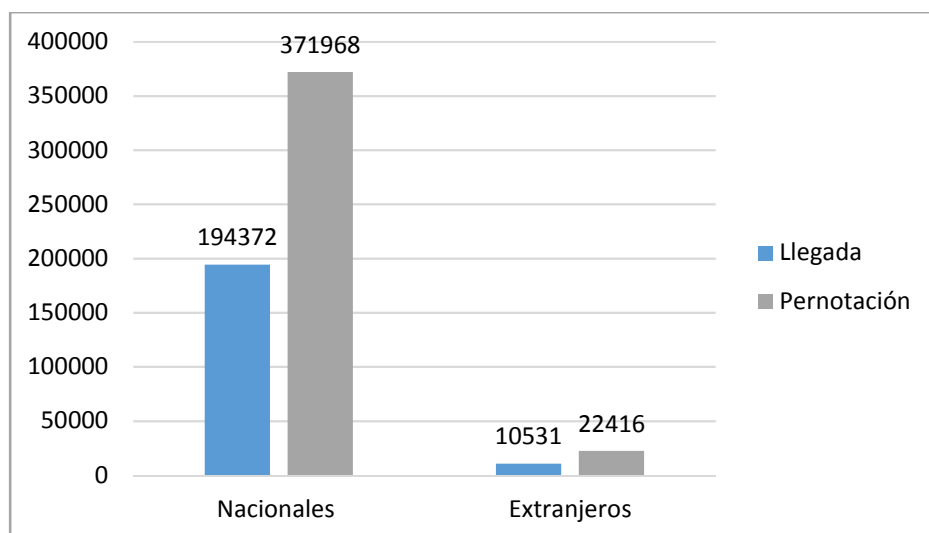
Otra fuente de información, serán las estadísticas de la Corporación Nacional Forestal (CONAF), que corresponde a la cantidad de personas que llegan hasta las reservas nacionales vinculadas al territorio, que en este caso corresponde a una: Reserva Nacional Los Bellotos del Melado.

Finalmente, y para determinar el perfil del turista que visita el territorio MauleSur, se ha recurrido a información obtenida desde el “Observatorio Turístico Región del Maule: Una herramienta para la Competitividad”, proyecto financiado por CORFO a través del Programa Innova Chile, cuyo mandante es SERNATUR y su desarrollador la Universidad de Talca. Donde una de las actividades principales es determinar el perfil del turista que visita la región y donde se especifica la información por área turística.

#### 3.4.2 Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico

Los antecedentes de llegada 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 informantes formales. El INE entrega una ficha a ser llenada por las empresas, en la que es necesario incorporar toda la información requerida, que se desagrega de manera mensual.

**Gráfico n° 17. Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico. Región del Maule**



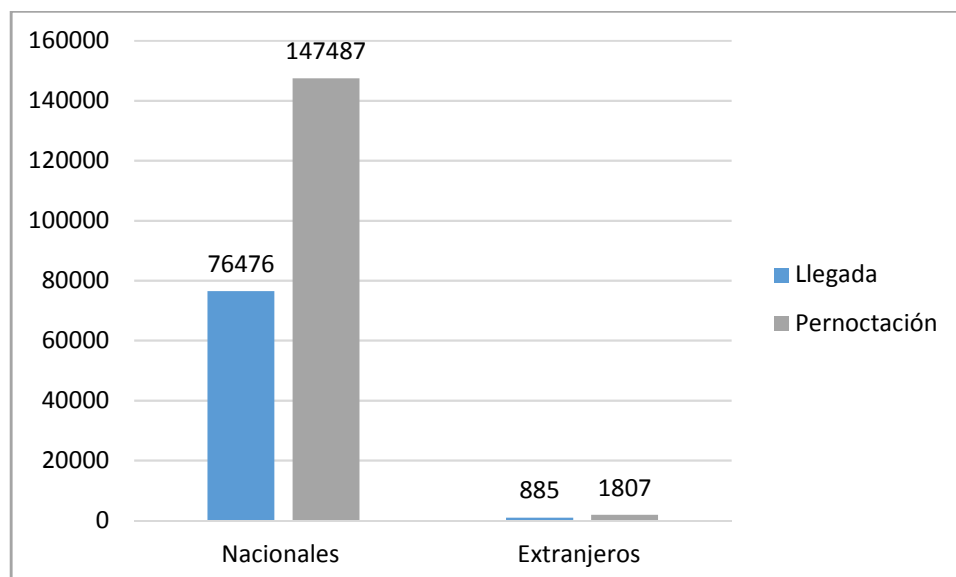
Fuente: Elaboración propia del consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico (EAT) 2014 - SERNATUR.

De acuerdo a los registros, la cantidad de turistas que llegaron a la Región del Maule en el año 2014 fue de 204.903 pasajeros, distribuidos en 10.531 extranjeros y 194.372 chilenos. El año 2013 se registraron 206.165 llegadas a establecimiento de alojamiento regionales, lo que equivale a una disminución del 6% entre los años 2013-2014.

El año 2014 se registra 394.384 pernoctaciones. En relación al año 2013 (387.522), a diferencia de las llegadas, el número de pernoctaciones de turistas nacionales y extranjeros presentó un aumento de un 1,7% entre ambos años.

Respecto a las estadísticas regionales, a continuación, se expone el detalle específico del área de estudio. El territorio MauleSur representa un 38% del total de las llegadas y un 37% del total de pernoctaciones regionales. El siguiente gráfico, muestra el comportamiento de dicho destino.

**Gráfico n° 18. Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico. Territorio MauleSur**



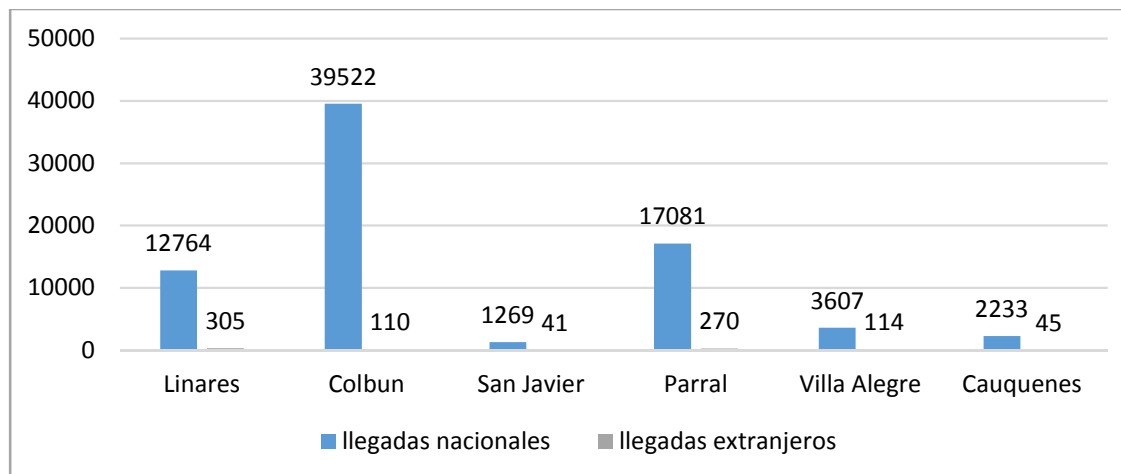
Fuente: Elaboración propia del consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico (EAT). Año 2014- SERNATUR.

De acuerdo a los registros, la cantidad de turistas que llegaron al Territorio MauleSur el año 2014 fue de 77.361 pasajeros, distribuidos en 885 extranjeros y 76.476 chilenos. Estas cifras, señalan un aumento del 9% respecto al año 2013 (76.674).

Respecto a la pernoctación de pasajeros, el año 2014 fue de 149.294, distribuidos en 1.807 extranjeros y 147.487 chilenos. El número de pernoctaciones de turistas nacionales y extranjeros, presenta un aumento de un 10,2 % respecto al año anterior (145.041).

Al desagregar las estadísticas por comuna, durante el 2014 la comuna de Colbún concentra un 51% del total de llegadas al territorio MauleSur. En segundo lugar, se ubica la comuna de Parral que concentra un 22% del total. A estos porcentajes, le siguen Linares (17%) y Villa Alegre (5%) que presentan menores registros en las llegadas a establecimientos de alojamiento turístico. Finalmente, la Comuna de Cauquenes recibe sólo un 3% del total, mientras que la comuna de San Javier registra sólo un 2%. En tanto las comunas de Retiro, Longaví y Yerbabuenas no cuentan con datos estadísticos para llegadas. El siguiente gráfico, muestra el comportamiento comunal según las estadísticas registradas por SERNATUR.

**Gráfico n° 19. Llegada de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico, por Comuna. Territorio MauleSur, 2014.**



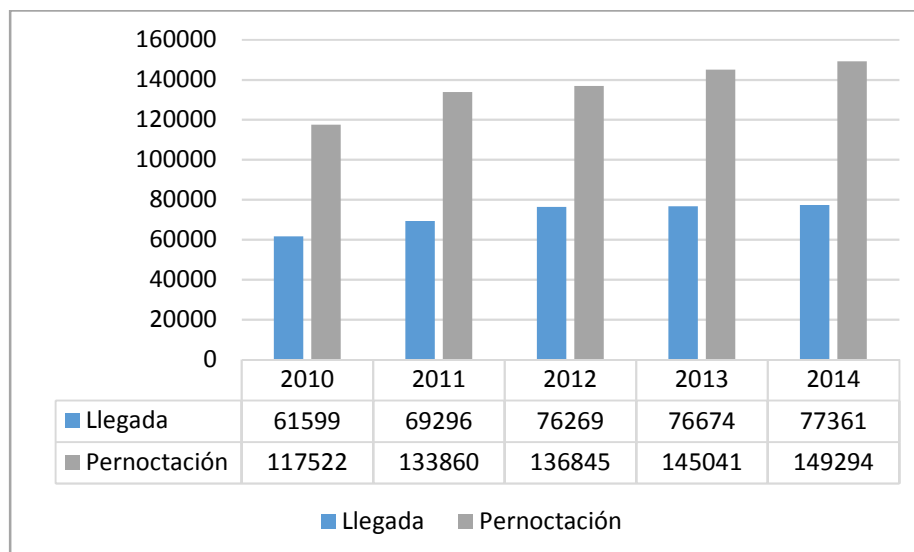
Fuente: Elaboración propia del consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2014- SERNATUR.

El número de extranjeros en el territorio MauleSur el año 2014, alcanza las 885 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico, un 1,1% del total de llegadas. De lo anterior, la comuna de Linares, alcanza un 34,4% del total de extranjeros, seguido por la comuna de Parral con 30,5 % sobre igual total.

### 3.4.3 Evolución de las llegadas y pernoctaciones de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico

Los flujos para el sector del Territorio MauleSur han tenido variaciones positivas y negativas entre los años 2010 al 2014. La baja producida entre 2010-2011 se debe claramente al terremoto y posterior tsunami que afectó a Chile, especialmente a la Región del Maule y que como consecuencia trajo una baja en los viajes turísticos a nivel nacional.

**Gráfico n° 20. Evolución de las llegadas y pernoctaciones de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Territorio MauleSur 2010-2014**

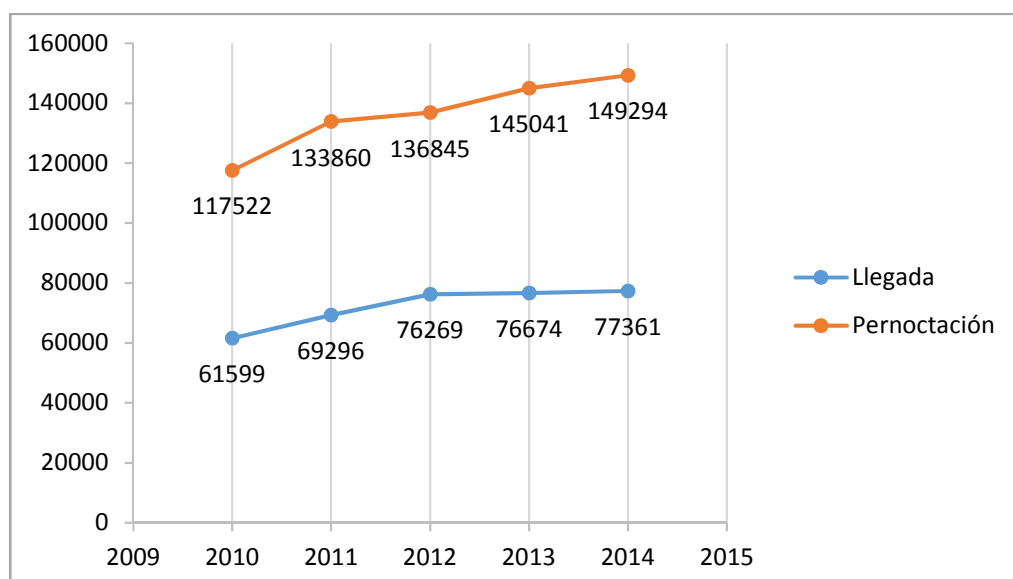


Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Años 2010 al 2014- INE

Los indicadores muestran diferentes tasas de crecimiento. Desde el año 2011 se deja ver un aumento constante en las llegadas, es así que el año 2011 se presenta un crecimiento del 12,4% en las llegadas con respecto al año anterior, mientras que el año 2012 se produce un crecimiento del 10%. Finalmente, entre los años 2013 y 2014 se produce un aumento discreto del 0,8% en la llegada de pasajeros.

Por su parte, los indicadores de pernoctaciones muestran una tasa de crecimiento del 13% para el año 2011, para el año 2012 este ascenso se incrementa a un 2,2% y para el año 2013 igualmente se produce un aumento de un 6% respecto del año anterior y para el año 2014 el aumento asciende a un 2,8%. A continuación, se presentan dichas variaciones de manera gráfica, permitiendo observar la curva en los flujos de llegadas y pernoctaciones entre los años 2010 y 2014.

**Gráfico n° 21. Variación porcentual de las llegadas y pernoctaciones de pasajeros en establecimientos de alojamiento turístico**



Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Años 2010 al 2014. SERNATUR -INE.

El siguiente cuadro muestra la evolución de las llegadas entre los años 2010 y 2014 a cada comuna que conforma el territorio MauleSur.

**Tabla n° 30. Evolución de las llegadas a las comunas del territorio MauleSur. 2011 – 2014.**

| COMUNAS |         |        |            |        |              |           |               |
|---------|---------|--------|------------|--------|--------------|-----------|---------------|
| Año     | Linares | Colbún | San Javier | Parral | Villa Alegre | Cauquenes | Total         |
| 2010    | 19.517  | 27.904 | 266        | 6.291  | 5.456        | 2.165     | <b>61.599</b> |
| 2011    | 18.539  | 30.987 | 128        | 11.172 | 5.696        | 2.774     | <b>69.296</b> |
| 2012    | 18.710  | 33.484 | 941        | 13.343 | 6.567        | 3.224     | <b>76.269</b> |
| 2013    | 16.307  | 36.530 | 886        | 14.582 | 5.815        | 2.554     | <b>76.674</b> |
| 2014    | 13.069  | 39.632 | 1.310      | 17.351 | 3.721        | 2.278     | <b>77.361</b> |

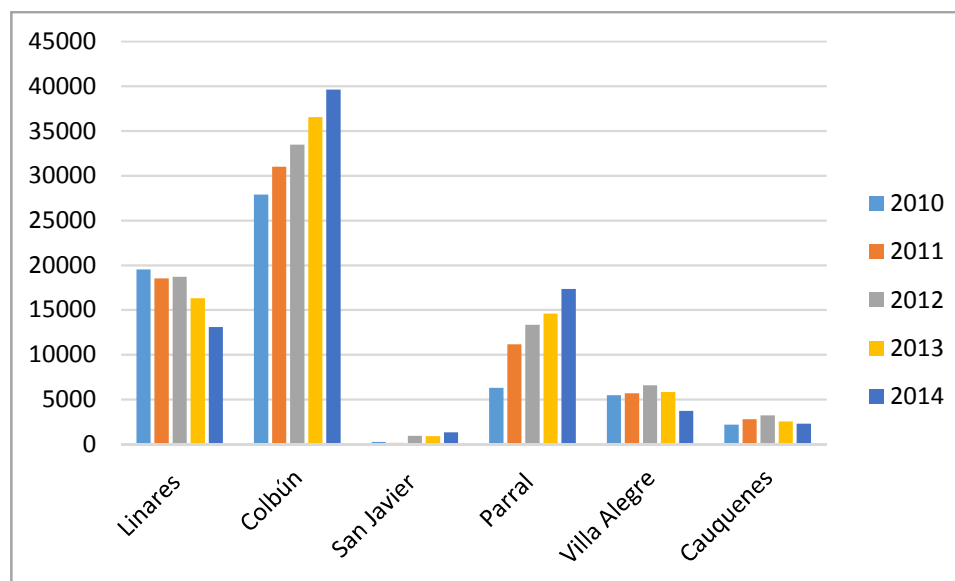
Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Años 2010 al 2014. SERNATUR -INE.

Si el cuadro es llevado a gráfico es factible apreciar, tal como se ha expuesto en los gráficos anteriores, que las comunas por si solas presentan igual movimiento que el destino en general.

En tanto, sólo las comunas de Linares y San Javier sufrieron disminución en la cantidad llegadas entre 2010 y 2011. En tanto, entre los años 2013 y 2014, Parral, San Javier y Colbún fueron las

comunas que experimentaron aumentos, mientras que Linares, Villa Alegre y Cauquenes presentaron cifras decrecientes para el mismo periodo en sus llegadas.

**Gráfico n° 22. Evolución de las llegadas a las comunas del territorio MauleSur. 2010 - 2014**

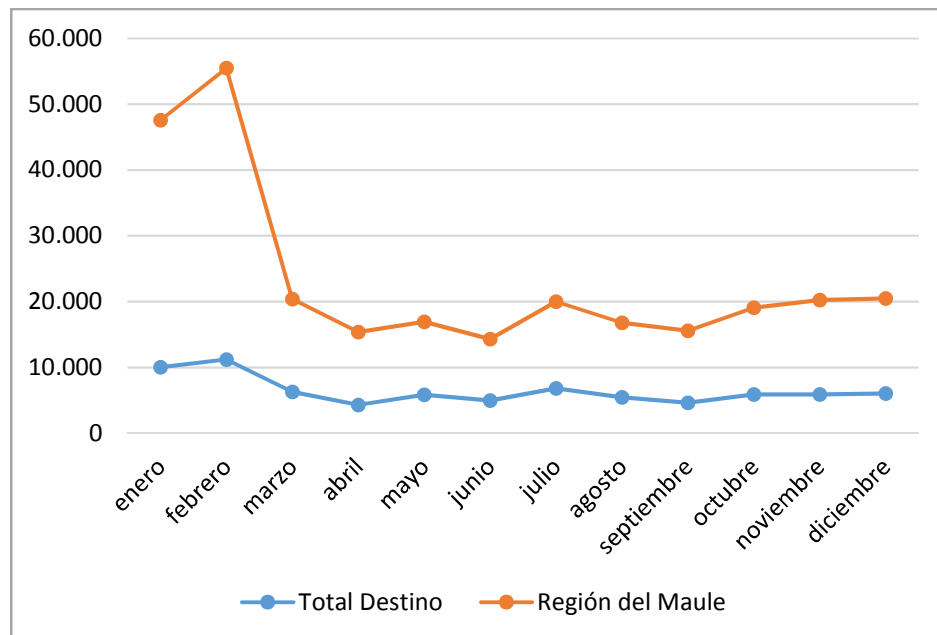


Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico por Comuna. Años 2010 al 2014. SERNATUR - INE.

#### 3.4.4 Estacionalidad de las llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico

Para medir la estacionalidad se utilizarán tres gráficos. El primero hace referencia al movimiento regional durante el año 2014, relacionado al territorio MauleSur, donde además de la estacionalidad es posible apreciar gráficamente, la diferencia existente entre las llegadas regionales y las llegadas a las comunas de estudio.

**Gráfico n° 23. Llegada a establecimientos de alojamiento turístico año 2014, por mes. Región del Maule y territorio MauleSur**



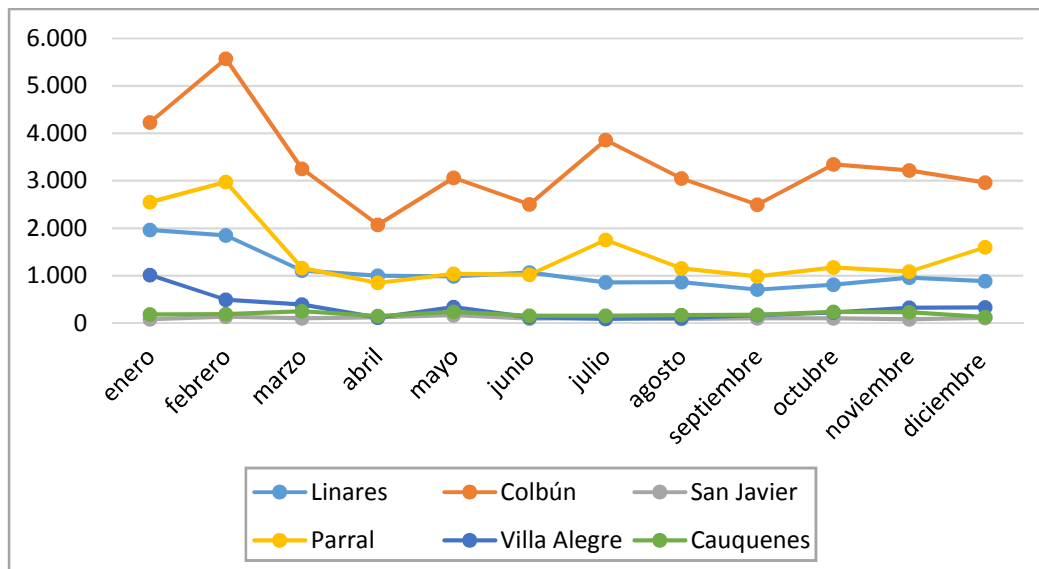
Fuente: Elaboración propia del consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2014 -INE.

De acuerdo al comportamiento de las llegadas a la Región, se observa un mayor flujo turístico durante los meses de enero y febrero, lo que es congruente con los períodos de alta temporada de verano y vacaciones a nivel nacional. La menor demanda se produce en los meses de abril y junio, con un incremento a partir del mes de julio, coincidente con el mes de vacaciones de invierno.

Las curvas son similares entre las variaciones a nivel regional y del destino, aunque esta última, representa sólo un 38% del total de llegadas a la región, por lo que se ubica por debajo de la curva regional.

En el segundo gráfico, se exponen los flujos en las llegadas, que presentan cada una de las comunas de estudio.

**Gráfico n° 24. 1 Estacionalidad de las llegadas a establecimientos de alojamiento turístico año 2014, por comuna territorio MauleSur**



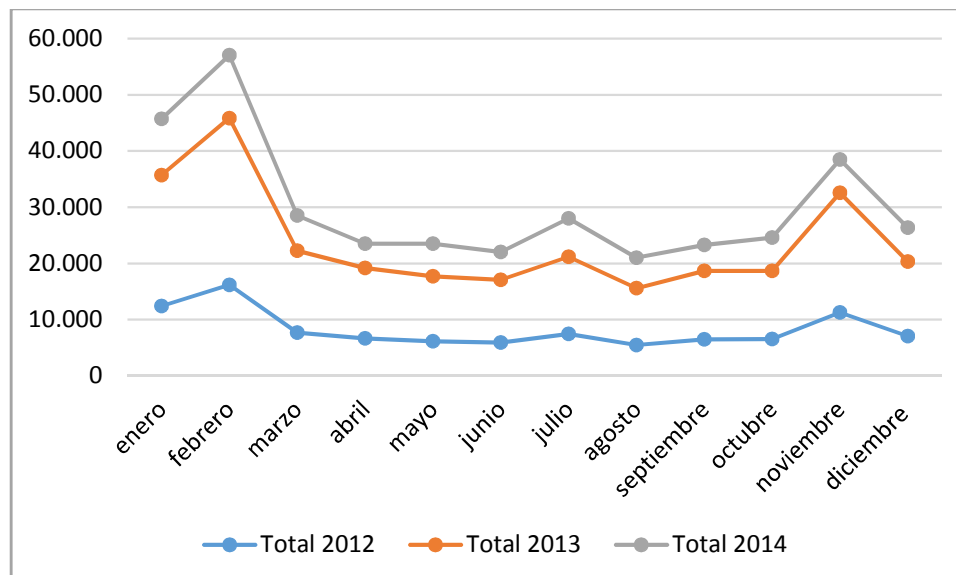
Fuente: Elaboración propia del consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2014-INE.

El análisis territorial por comuna, demuestra que los primeros dos meses del año son los que presentan mayor flujo turístico, en relación al resto del año. Colbún es la comuna que presenta mayor flujo en dicho periodo; en marzo, la afluencia de llegadas baja drásticamente, luego de eso, el flujo se mantiene homogéneo para cada comuna de estudio, remontando en meses que son congruentes con vacaciones de invierno (julio). A partir de octubre, la curva asciende y se mantiene, produciéndose un leve aumento en el flujo durante el mes de diciembre, para el caso de las comunas de Parral y Villa Alegre.

Finalmente, el tercer gráfico muestra la estacionalidad en las llegadas en el territorio MauleSur, considerando los años 2012, 2013 y 2014. En el gráfico es posible establecer las diferencias entre dichos años.



**Gráfico n° 25. Estacionalidad de las llegadas de pasajeros a establecimiento de alojamiento turístico. Territorio MauleSur años 2012-2014**



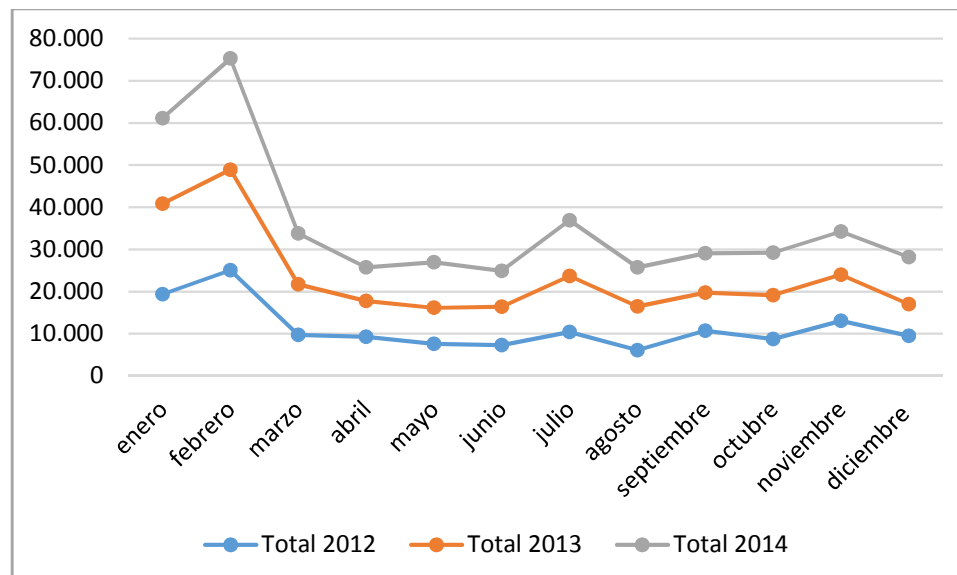
Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012- 2014. SERNATUR -INE

Las pendientes siguen mostrando una fuerte estacionalidad en el mes de febrero y las curvas siguen comportándose de similar forma a las anteriormente señaladas.

El análisis territorial por comuna, demuestra que los primeros dos meses del año son los que presentan mayor flujo turístico, en relación al resto del año. Colbún es la comuna que presenta mayor flujo en dicho periodo; en marzo, la afluencia de llegadas baja drásticamente, luego de eso, el flujo se mantiene homogéneo para cada comuna de estudio, remontando en meses que son congruentes con vacaciones de invierno (julio). A partir de octubre, la curva asciende y se mantiene, produciéndose un leve aumento en el flujo durante el mes de diciembre, para el caso de las comunas de Parral y Villa Alegre.

Finalmente, el tercer gráfico muestra la estacionalidad en las pernoctaciones en el territorio MauleSur, considerando los años 2012, 2013 y 2014. En el gráfico es posible establecer las diferencias entre dichos años.

**Gráfico n° 26. Estacionalidad de las pernoctaciones de pasajeros a establecimiento de alojamiento turístico. Territorio MauleSur años 2012-2014**



Fuente: Elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012- 2014. SERNATUR -INE

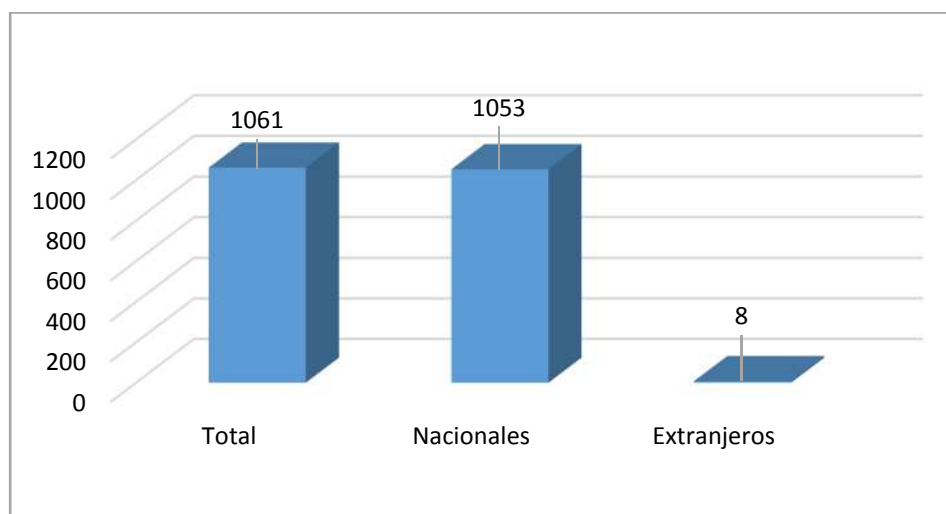
Las pendientes siguen mostrando una fuerte estacionalidad en el mes de febrero y las curvas siguen comportándose de similar forma a las anteriormente señaladas.

El año 2014 durante el mes de febrero, las estadísticas presentaban un alza de un 9,3% respecto al año anterior. Estas alzas sustanciales se presentan durante todo el período.

Para los años 2012 y 2013, la tendencia al alza se mantiene entre un año y otro. Si observamos el mes de mayor demanda, correspondiente al mes de febrero, se observa un aumento considerable del 83% respecto al año 2012. También es posible observar, que el año 2014 fue el que experimentó el mayor crecimiento en relación a las alzas del resto de los años analizados. Estas alzas permanentes y significativas nos permiten concluir que, probablemente, las acciones de difusión de la oferta turística que se han implementado post terremoto por las autoridades regionales, han servido para motivar el interés de la demanda y aumentar el número de turistas al territorio. A esto se le puede agregar el hecho del fuerte interés que ha experimentado en los últimos años en la demanda, la realización de actividades outdoor en espacios naturales y el turismo de salud, ambas actividades se encuentran presentes en el Destino analizado, sobre todo en las comunas de Colbún y Parral.

### 3.4.5 Visitantes ingresados a las áreas silvestres protegidas

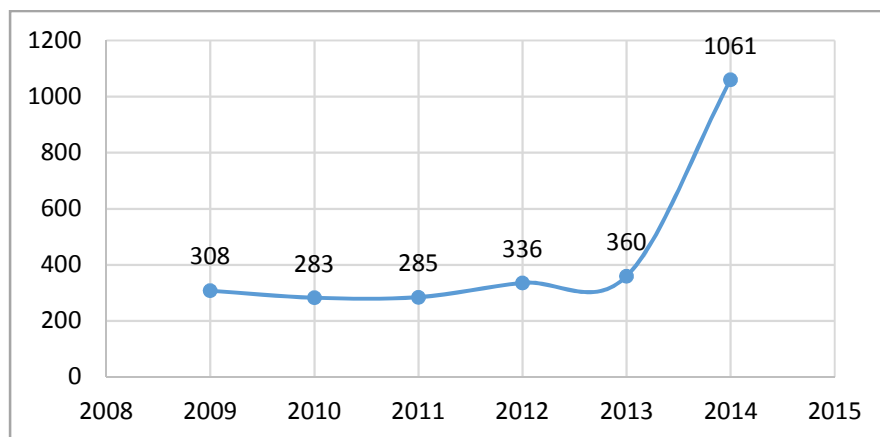
Como se ha señalado anteriormente, la Región del Maule cuenta con siete Reservas Nacionales, de este total una se ubica en el Territorio MauleSur, correspondiente a la Reserva Nacional Los Bellotos del Melado. El presente capítulo se desarrolla en base a las estadísticas de llegadas de visitantes a áreas silvestres protegidas de CONAF, año 2014.

**Gráfico n° 27. Visitas de turistas a Áreas Silvestres Protegidas**

Fuente: Elaboración propia del Consultor en base a Estadísticas CONAF 2014.

El total de visitas a Áreas Silvestres Protegidas de la región del Maule alcanza los 81.006 visitantes, mientras que el Territorio MauleSur aporta sólo el 1,3% al total regional.

Del total de visitas que presenta esta reserva, solo el 0,7% corresponde a visitantes extranjeros.

**Gráfico n° 28. Evolución de las visitas de turistas a Áreas Silvestres Protegidas 2009-2014**

Fuente: Elaboración propia del Consultor en base a Estadísticas de CONAF. Años 2009-2014.

El comportamiento histórico de la demanda en el territorio MauleSur posee un comportamiento homogéneo, experimentando alzas en los flujos entre los años 2010 -2014, siendo el último año (2014) el que ha experimentado un mayor flujo de visitantes históricamente, con un alza de un 194% en relación al año anterior.

### 3.4.6 Perfil del turista que visita el Territorio MauleSur

Para determinar el perfil y procedencia de los turistas que visitan el territorio MauleSur, se realizará un análisis al Observatorio Turístico Región del Maule, donde el marco muestral está compuesto por los Turistas y Excursionistas<sup>68</sup> mayores de 18 años que concurran a las comunas que conforman los

<sup>68</sup>**TURISTA:** VISITANTE QUE PERNOCTA. PERSONA QUE REALIZA UN VIAJE FUERA DE SU ENTORNO HABITUAL Y QUE PERNOCTA EN EL LUGAR VISITADO. DICHO VIAJE SE REALIZA POR CUALQUIER MOTIVO DIFERENTE AL DE EJERCER UNA ACTIVIDAD REMUNERADA EN EL

cuatro destinos turísticos definidos por el SERNATUR (Costa Maulina, Talca y el Valle del Río Maule, Linares Termal y Natural y, Curicó, Valle y Cordillera,). El observatorio realizó un estudio cuantitativo mediante una encuesta cara a cara, con un muestreo no probabilístico por cuotas según representación de los cuatro destinos turísticos. Para el caso de este estudio el perfil que será expuesto, es el correspondiente al Destino Linares Termal y Natural.

El instrumento fue aplicado el año 2013 en tres temporadas: vacaciones de verano (enero- febrero) vacaciones de invierno (julio) y fiestas patrias (septiembre).

**Tabla n° 31. Muestra por temporada y tipo de turistas. Territorio MauleSur**

| TEMPORADA                          | TOTAL |
|------------------------------------|-------|
| <b>Vacaciones de invierno 2013</b> | 155   |
| <b>Fiestas patrias 2013</b>        | 149   |
| <b>Vacaciones de verano 2013</b>   | 152   |

Fuente: Observatorio Turístico del Maule. CEOC Universidad de Talca 2013.

El estudio permitió obtener un perfil del turista en cada temporada, es decir el comportamiento de los Turistas y Excursionistas en el destino, identificando la frecuencia de visita, tipo de alojamiento utilizado, motivo del viaje, planificación del viaje (tiempo de anticipación con el que lo planificó y quién lo organizó), con quien viaja, medio de transporte utilizado, medio por el que se informó del destino, actividades realizadas, composición de gasto y disposición para recomendar el destino. Además, el grado de satisfacción de los servicios e infraestructura turística en el destino.

**Tabla n° 32. Perfil del turista actual según temporada**

| ITEM                              | VACACIONES DE INVIERNO                          | FIESTAS PATRIAS                                                        | VACACIONES DE VERANO                           |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>Antecedentes Demográficos</b>  |                                                 |                                                                        |                                                |
| Sexo                              | 59,2% hombres                                   | 57,5% hombres                                                          | 57% hombres                                    |
| Rango de edad                     | 28,2% entre 36-45 años                          | 36,5% entre 36- 45 años                                                | 29% entre 36- 45 años                          |
| Nivel Educacional                 | 54,9% son profesionales                         | 52,2% son profesionales                                                | 45,1% son profesionales                        |
| Situación Laboral                 | 75,6% de los turistas se encuentran trabajando. | 84,4% de los turistas se encuentran trabajando.                        | 70,9% de los turistas se encuentran trabajando |
| Residencia de Origen              | 39,8% Región del Maule                          | 39,3% Región Metropolitana                                             | 46,3% Región del Maule                         |
|                                   | 30,2% Región Metropolitana                      | 32,2% Región del Maule                                                 | 24,3% R. Metropolitana                         |
| <b>Comportamiento del Turista</b> |                                                 |                                                                        |                                                |
| Frecuencia de Viaje               | 40,5% ha visitado por primera vez               | 49,2% ha visitado de 2 a 3 veces el destino.                           | 58,3% ha visitado de 2 a 3 veces el destino    |
| Alojamiento                       | 54,3% aloja en hotel                            | 58,5% en un hotel                                                      | 43,8 en un hotel                               |
| Medio de Transporte               | 76,7% Vehículo propio/ 18,1% bus.               | 86,4% Vehículo propio / 13,6% bus.                                     | 68% Vehículo propio / 27,3% bus                |
| Grupo de Viaje                    | 48,3% Familia                                   | 46,6% familia                                                          | 41,4% Familia<br>28,1% Pareja                  |
| Motivo de viaje                   | 69% Vacaciones, recreo y ocio.                  | 83,1%.Vacaciones, recreo y ocio.<br>16,9% visita a familiares y amigos | 72,7% Vacaciones, recreo y ocio.               |
| Actividades Culturales            | 64,7% Gastronomía típica                        | 62,4% Visita a Centros Artesanales                                     | 60,4% Gastronomía típica                       |

LUGAR VISITADO (GLOSARIO TÉRMINOS TURÍSTICOS 2008. SERNATUR). **EXCURSIONISTA**: TODO VISITANTE QUE NO PERNOCTA EN UN MEDIO DE ALOJAMIENTO COLECTIVO O PRIVADO DEL LUGAR O PAÍS VISITADO (NACIONES UNIDAS, 1994). (GLOSARIO TÉRMINOS TURÍSTICOS 2008. SERNATUR).

| ITEM                                                    | VACACIONES DE INVIERNO                   | FIESTAS PATRIAS                                 | VACACIONES DE VERANO                             |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
|                                                         | 58,8% Visita a Centros Artesanales       | 60% Participación en fiestas tradicionales      | 56,8% Visita a Centros Artesanales               |
| Actividades deportivas                                  | 75% Trekking                             | 56,6% Cabalgatas<br>45,3% Trekking              | 51,4 % Cabalgatas<br>38,6% Trekking              |
| <b>Gasto promedio individual</b>                        |                                          |                                                 |                                                  |
| <b>Gasto promedio individual diario</b>                 | <b>\$64.246</b>                          | <b>\$ 49.918</b>                                | <b>\$49.315</b>                                  |
| Restaurantes                                            | \$9.696                                  | \$ 5.600                                        | \$ 5.301                                         |
| Alojamiento                                             | \$16.971                                 | \$ 6.000                                        | \$ 7.309                                         |
| Actividades                                             | \$11.687                                 | \$ 3.670                                        | \$ 6.446                                         |
| Otros                                                   | \$15.158                                 | \$ 6.014                                        | \$ 18.150                                        |
| <b>Planificación del viaje</b>                          |                                          |                                                 |                                                  |
| Anticipación en la planificación del viaje              | 53,4% menos de un mes                    | 48,3% menos de un mes                           | 47,7% entre uno a dos meses                      |
| Organización del viaje                                  | 94% de manera particular                 | 94,1% de manera particular                      | 81,3% de manera particular                       |
| Medio de información del destino.                       | 50% lo visitó antes                      | 83,9% lo visitó antes                           | 58,6% lo visitó antes                            |
| <b>Grado de Satisfacción de los Turistas</b>            |                                          |                                                 |                                                  |
| Precio/ calidad alojamiento                             | 52,6% Muy satisfecho                     | 59,3% muy satisfecho                            | 51,6% Muy satisfecho                             |
| Precio/ calidad Alimentación                            | 54,3% Muy satisfecho                     | 63,6% Muy Satisfecho                            | 60,2% Muy Satisfecho                             |
| Infraestructura terminal de buses                       | 23,3% Satisfecho                         | 9,3% satisfecho<br>87,3% no utiliza el servicio | 13,3% satisfecho<br>64,8% no utiliza el servicio |
| Infraestructura vial para llegar al destino             | 47,4% Satisfecho                         | 66,9% Satisfecho                                | 53,1% Satisfecho<br>5,5% Insatisfecho            |
| Infraestructura vial en el destino                      | 45,7% Satisfecho                         | 62,7% Satisfecho                                | 49,2% Satisfecho<br>5,5% Insatisfecho.           |
| Calidad de señalización                                 | 49,1% Satisfecho                         | 47,5% Muy Satisfecho                            | 50% Satisfecho<br>0,8% Insatisfecho.             |
| Limpieza en atractivos naturales del destino            | 62,9% Satisfecho                         | 73,7% Satisfecho                                | 49,2% Satisfecho                                 |
| Limpieza en atractivos culturales del destino           | 45,7% Satisfecho                         | 86,4% Muy Satisfecho                            | 50,8% Satisfecho                                 |
| Hospitalidad de los habitantes                          | 78,4% Muy satisfecho                     | 86,4% Muy Satisfecho                            | 69,5% Muy Satisfecho                             |
| Oferta turística en el Destino                          | 48,3% Muy Satisfecho<br>26,7% Satisfecho | 50,8% satisfecho<br>44,1% Muy satisfecho        | 58,6% Muy Satisfecho<br>2,3% Insatisfecho.       |
| <b>Recomendaría el destino Linares Termal y Natural</b> | <b>96,6% Si</b>                          | <b>98,3% Si</b>                                 | <b>87,5% Si</b>                                  |

Fuente: Observatorio Turístico del Maule. CEOC Universidad de Talca 2013.

Tabla n° 33. Perfil de los Excursionistas según temporada

| ITEM                                               | VACACIONES DE INVIERNO                                                   | FIESTAS PATRIAS                                         | VACACIONES DE VERANO                                                   |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Antecedentes Demográficos</b>                   |                                                                          |                                                         |                                                                        |
| Sexo                                               | 59,5% hombres                                                            | 53,3% hombres                                           | 56% hombres                                                            |
| Rango de edad                                      | 28,4% entre 36-45 años                                                   | 33,6% entre 26- 35 años                                 | 24% entre 26 y 35 años.<br>24% entre 46- 55 años                       |
| Nivel Educacional                                  | 47,8% son profesionales                                                  | 36,1% son profesionales                                 | 32,8% educación media<br>30,6% técnico                                 |
| Situación Laboral                                  | 66,3% de los turistas se encuentran trabajando.                          | 80,3% de los turistas se encuentran trabajando.         | 62,7% trabajando                                                       |
| Residencia de origen                               | 87,5% Región del Maule                                                   | 96,6% Región del Maule                                  | 89,1% Región del Maule                                                 |
| <b>Comportamiento del Excursionista</b>            |                                                                          |                                                         |                                                                        |
| Frecuencia de Viaje                                | 38,5% ha visitado de 2 a 3 veces el destino.<br>30,8% es la primera vez. | 25,8% ha visitado más de 10 veces el destino.           | 58,3% ha visitado de 2 a 3 veces el destino<br>19,2% es la primera vez |
| Medio de Transporte                                | 61,5% Vehículo propio/<br>28,2% bus.                                     | 90,3% Vehículo propio /<br>9,7% bus.                    | 68% Vehículo propio / 27,3% bus                                        |
| Grupo de Viaje                                     | 48,7% viaja sólo<br>35,9% viaja en pareja                                | 51,6% viaja solo                                        | 45,4% Familia<br>28,1% Pareja                                          |
| Motivo de viaje                                    | 33,3% Vacaciones, recreo y ocio.<br>17,9% Visita a familiares y amigos   | 35,5%.Vacaciones, recreo y ocio.                        | 72,7% Vacaciones, recreo y ocio.                                       |
| Actividades Culturales                             | 64,7% Gastronomía típica<br>58,8% Visita a centros artesanales           | 68,4% Gastronomía típica<br>66,5% fiestas tradicionales | 60,4% Gastronomía típica<br>56,8% Visita a Centros Artesanales         |
| Actividades deportivas                             | 75% Trekking<br>61,7% Cabalgatas                                         | 84,4% Trekking<br>12,5% pesca recreativa                | 51,4% Cabalgatas<br>38,6% Trekking                                     |
| <b>Gasto promedio individual</b>                   |                                                                          |                                                         |                                                                        |
| <b>Gasto promedio individual diario</b>            | <b>\$60.563</b>                                                          | <b>\$26.614</b>                                         | <b>\$29.549</b>                                                        |
| Restaurantes                                       | \$5.971                                                                  | \$ 12.174                                               | \$ 9.806                                                               |
| Actividades                                        | \$ 10.208                                                                | \$ 8.827                                                | \$ 12.630                                                              |
| Otros                                              | \$9.425                                                                  | \$ 16.277                                               | \$ 14.479                                                              |
| <b>Planificación del viaje</b>                     |                                                                          |                                                         |                                                                        |
| Anticipación en la planificación del viaje         | 89,7% menos de un mes                                                    | 100% menos de un mes                                    | 100% menos de un mes                                                   |
| Organización del viaje                             | 100% Directa                                                             | 100% Directa                                            | 100% Directa                                                           |
| Medio de información del destino.                  | 51,3% estuvo antes en el destino                                         | 61,3% estuvo antes en el destino                        | 62,5% estuvo antes en el destino                                       |
| <b>Grado de Satisfacción de los Excursionistas</b> |                                                                          |                                                         |                                                                        |
| Precio/ calidad Alimentación                       | 28,2% Satisfecho<br>53,8% no utiliza el servicio                         | 54,8% Satisfecho                                        | 41,7 % Muy Satisfecho                                                  |
| Infraestructura terminal de buses                  | 20,5% Satisfecho<br>53,8% no utiliza el servicio                         | 9,7% satisfecho<br>83,9% no utiliza el servicio         | 12,5% satisfecho<br>79,2% no utiliza el servicio                       |
| Infraestructura vial para llegar al destino        | 48,7% Satisfecho                                                         | 67,7% Satisfecho                                        | 62,5% Muy Satisfecho<br>4,2% Insatisfecho                              |
| Infraestructura vial en el destino                 | 43,6% Muy Satisfecho                                                     | 67,7% Satisfecho                                        | 62,5% Muy Satisfecho                                                   |
| Calidad de señalización                            | 43,6% Satisfecho                                                         | 54,8% Satisfecho                                        | 62,5% Muy Satisfecho<br>4,2% Insatisfecho.                             |
| Limpieza en atractivos naturales del destino       | 48,7% Muy Satisfecho                                                     | 67,7% Satisfecho                                        | 50% Satisfecho                                                         |
| Limpieza en atractivos culturales del destino      | 61,5% Muy Satisfecho                                                     | 74,2% Muy Satisfecho                                    | 45,8% Muy Satisfecho                                                   |

| ITEM                                                    | VACACIONES DE INVIERNO                      | FIESTAS PATRIAS      | VACACIONES DE VERANO |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Hospitalidad de los habitantes                          | 82,1% Muy Satisfecho                        | 74,2% Muy Satisfecho | 75% Satisfecho       |
| Oferta turística en el Destino                          | 51, 3% Muy Satisfecho<br>2,6 % Insatisfecho | 77,4% satisfecho     | 66,7% Muy Satisfecho |
| <b>Recomendaría el destino Linares Termal y Natural</b> | <b>92,3% Si</b>                             | <b>74,2% Si</b>      | <b>83,3% Si</b>      |

Fuente: Observatorio Turístico del Maule. CEOC Universidad de Talca 2013.

El perfil del turista que visita el territorio MauleSur, lo componen hombres y mujeres adultos, principalmente profesionales y técnicos, que se encuentran trabajando. La residencia principal de los turistas es la propia Región del Maule, seguido de la Región Metropolitana. Los excursionistas o viajeros por el día, mantienen un perfil similar al del turista.

El motivo principal de viaje es vacaciones, recreo y ocio, donde los turistas viajan principalmente en familia. En temporada de verano se refleja un aumento de viaje en pareja. El medio de transporte preferido de los turistas es el vehículo propio, con altos porcentajes, sobre el bus. Los excursionistas presentan similitudes en el perfil, viajan principalmente en familia o en parejas. El medio de transporte preferido de los excursionistas igualmente es el vehículo propio.

En cuanto al alojamiento en la encuesta de demanda se manifiesta que el principal lugar de alojamiento de los turistas corresponde a hotel.

Las principales actividades culturales realizadas en el destino, tanto para los turistas y excursionistas, es la gastronomía típica y en segundo lugar visita a centros Artesanales. En cuanto a las actividades deportivas, la motivación principal de los turistas son el trekking, seguido por las cabalgatas.

El mayor gasto promedio diario individual para los turistas se produce en vacaciones de invierno, con un promedio cercano a los \$62.000. Considerando las tres temporadas, se produce un gasto promedio individual de \$54.493 aproximadamente. La planeación del viaje es en menos de un mes y de forma directa. La mayoría de los turistas ha visitado antes el destino en más de 10 oportunidades.

En este caso los excursionistas poseen un comportamiento diferente, teniendo un gasto promedio de \$38.908, siendo más bajo que el gasto promedio de los turistas, esto se debe a que no efectúan gasto en alojamiento, y la distribución de sus gastos es principalmente en restaurantes y otros gastos. El mayor gasto se produce en temporada estival.

En términos generales los turistas y excursionistas se encuentran satisfechos con el destino, tanto en las actividades que ofrece el destino, el estado de las vías, del terminal de buses, señalética, entre otros.

Finalmente, el estudio no presenta una división por destino sobre la residencia de origen de los turistas, por medio de este estudio es posible establecer que la residencia de los turistas, considerando las tres temporadas, es en promedio un 39% turistas provenientes de la Región del Maule y 31% desde la Región Metropolitana. En cuanto a la residencia de los turistas extranjeros no es posible establecer los que visitan específicamente el destino.

### 3.4.7 Aspectos relevantes sobre la demanda potencial

Como se señaló anteriormente, en promedio un 39% de los turistas provienen de propia Región del Maule y un 31% proviene de la Metropolitana. Sobre este último punto, existe un estudio denominado "Turismo Interno: Percepción Prospectiva de Atractivos de la Región del Maule en la Región

Metropolitana”, que permite definir la percepción de los residentes en la ciudad de Santiago sobre los atractivos de la Región del Maule.

Esta técnica empleada en turistas potenciales, fue aplicada a personas pertenecientes a los grupos socioeconómicos ABC1, C2 y C3 de los diferentes grupos étnicos residentes en la Región Metropolitana y su conformación fue por conveniencia.

Se dejaron fuera de este estudio a personas pertenecientes a los GSE: D y E, debido a que su bajo ingreso hace destinar su posible presupuesto vacacional -en caso de tenerlo- a satisfacer necesidades básicas (Maslow, 1970).

Entre los aspectos relevantes sobre el perfil a considerar es que los resultados indican qué al momento de viajar, el 59 % de las personas lo hacen con la familia, un 26 % con su pareja y un 14% lo hace con amigos, solamente un 1 % son los que vacacionan solos.

Un 63% de los entrevistados plantea que la duración de sus vacaciones excede los 7 días, un 35% entre 3 y 7 días y, solamente un 2% sale de vacaciones por menos de 3 días.

El gasto por persona destinado a vacaciones se desglosa, de la siguiente manera:

- Sobre \$90.000 un 33%
- Entre \$60.000 y \$90.000 un 30%
- Entre \$30.000 y \$90.000 un 20%
- Menos de \$30.000 un 17%

Al identificar qué tipo de atractivos son preferidos por diferentes tipos de turistas es posible desprender los siguientes segmentos potenciales.

#### **a) Adultos Mayores ABC1 y C2.**

Para vacacionar, los segmentos ABC1 y C2 eligen lugares tranquilos en contacto con la naturaleza, lagos, termas. Un aspecto primordial que consideran en sus elecciones son la calidad de las habitaciones, higiene de los baños y restaurantes en donde se privilegie el estricto cumplimiento de las normas sanitarias, por sobre el lujo. También manifiestan además interés por participar en actividades culturales y compartir con otras personas.

#### **b) Adultos Jóvenes ABC1.**

Los destinos vacacionales preferidos por este grupo son los de playa y cordillera, lugares que les permitan practicar deportes aventura y realizar actividades físicas como ciclismo y natación, entre otras. Para alojar, estos participantes prefieren campings y arriendos de cabañas. Dentro de este segmento, aquellos participantes en cuyas familias existen niños pequeños, optan por pernoctar en hoteles y cabañas dotadas de comodidades para ellos básicas (mínimo 3 estrellas) e incorporan además las termas como posible opción vacacional. El destino ideal debe contar con entretenimiento nocturno, como Casino de Juegos y lugares para salir a bailar.

#### **c) Adultos Jóvenes C2.**

Los atractivos deseables para este segmento son aquéllos relacionados con playas y cordillera. Para contrarrestar el estrés laboral, prefieren la ruralidad, naturaleza y lagos, requiriendo alternativas que les permitan realizar actividades físicas de relajación. En lo referente a alojamientos, las opiniones varían dependiendo de sus particulares situaciones personales. El rango incluye hoteles, hosterías, cabañas y campings, siendo esta última opción rechazada por quienes viajan con niños pequeños.

#### **d) Adultos Jóvenes y Adultos Mayores C3.**

En el momento de planificar sus vacaciones, hay concordancia etaria en este segmento. Sus preferencias vacacionales están orientadas fundamentalmente hacia lugares en donde cuentan con algún familiar que los acoja. La segunda opción favorita es acampar. En cuanto al entorno, se inclinan por ambientes cordilleranos y playas, en donde puedan realizar actividades al aire libre que contribuyan a su bienestar personal.



Les interesa además participar en eventos de corte cultural costumbrista y durante las noches, compartir con otras personas, bailar y divertirse.

Al segmentar las preferencias por grupo etario, el segmento adulto joven posee como preferencia los atractivos relacionados a playas, cordillera y lagos. El alojamiento es principalmente hoteles, hostería, cabañas y camping y entre las actividades preferidas se encuentra deporte aventura, actividades físicas, actividades al aire libre, casino de juegos, pubs y discoteque.

El segmento adulto mayor, prefiere principalmente lagos y termas, ellos buscan calidad por sobre el lujo sus actividades son culturales, eventos de corte costumbrista, actividades al aire libre y pubs.

Finalmente se mencionan los siguientes puntos relevantes para el estudio.

- Al consultar sobre la Región del Maule, la mayor parte de los usuarios potenciales reconoció desconocer este destino. A tal punto llega el grado de desconocimiento, que para los usuarios es más relevante el atractivo particular que el destino general.
- Por ejemplo, al consultarles sobre su opinión respecto a localidades como Vichuquén y Radal Siete Tazas, un importante número de ellos reconocieron sí haber viajado a la región del Maule, desconociendo que habían estado en esta región.
- Es decir, el turista potencial no reconoce el destino Región del Maule dentro del contexto país si se considera la variable geopolítica, no así cuando se trata de algunos atractivos sueltos.
- Las localidades de Vichuquén y Colbún fueron relacionadas, en su mayoría, por su lago y represa respectivamente. Para personas con mayores ingresos, estas localidades fueron relacionadas con deportes náuticos, además.
- Las localidades de Iloca y Duao fueron relacionadas por las personas que conocían su existencia principalmente con la playa. Algunas personas relacionaron estas localidades con terremoto y maremoto del 27 de febrero, aun así, esta fue la razón principal.
- Finalmente, el destino turístico más conocido de la Región del Maule es Radal Siete Tazas. La mayoría de los participantes conocían “turísticamente” la Región del Maule por esta reserva natural.

### **3.4.8 Proyección de demanda territorio MauleSur**

Para llevar a cabo una proyección de la demanda, es necesario generar un análisis de sensibilidad que tome en cuenta diversos factores, que permitan llevar a la construcción de un modelo explicativo del comportamiento al mediano plazo de los flujos turísticos que llegan hasta las comunas del territorio MauleSur.

Para el presente análisis, se ha considerado una serie de variables que tienen que ver con las posibilidades de cada una de ellas de aportar hacia la proyección de la demanda del territorio en estudio. El observatorio de turismo de la Región del Maule no contó con proyecciones de demanda, ni análisis de sensibilidad que entregarán factores de acuerdo a la demanda potencial, por lo que no se pudo contar con esa información.

Las causas que determinan la demanda en cualquier lugar del mundo, tienen relación con factores demográficos, sociales, psicográficos o técnicos, además, de la variable turística en particular. Sin embargo, el turismo con los años ha demostrado que es altamente sensible a las externalidades, sobre todo en un mundo globalizado como el de hoy en día. Lo anterior, implica que las proyecciones en turismo sean más sensibles que en otras áreas, por lo que los análisis se realizarán en función de un mediano plazo y utilizando variables que es posible que se correspondan netamente con esta actividad económica.

- a) Variación de llegadas a las comunas del territorio MauleSur
- b) Variación de llegadas a la Región del Maule
- c) Variación de participación del sector “Comercio, Restaurantes y Hoteles” en el PIB regional

Antes de analizar cada una de estas variables, es necesario establecer que tanto la región del Maule, como el Destino en particular han tenido un comportamiento positivo durante los últimos años, los que implica que los resultados de las proyecciones normales de cada variable serán también positivos.

#### a) Variación de llegadas a las comunas del Destino

La proyección que se realiza en función de las llegadas de pasajeros hasta establecimientos de alojamiento turístico, considerando las seis comunas que son parte de este estudio y que cuentan con datos estadísticos de demanda, se elabora a partir de una tasa de crecimiento lineal.

| AÑO             | LLEGADAS | CRECIMIENTO LINEAL |
|-----------------|----------|--------------------|
| 2010            | 61.599   |                    |
| 2011            | 69.296   | <b>12,4%</b>       |
| 2012            | 76.269   | <b>10%</b>         |
| 2013            | 76.674   | <b>0,5%</b>        |
| 2014            | 77.361   | <b>0,8%</b>        |
| <b>Promedio</b> |          | <b>6%</b>          |

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

El promedio de crecimiento de las llegadas a las comunas del Territorio MauleSur entre los años 2010 y 2014, es de un 6% lo que implica un escenario positivo para los años siguientes.

#### b) Variación de llegadas a la Región del Maule

La proyección se realiza en función de las llegadas de pasajeros hasta establecimientos de alojamiento turístico a toda la Región del Maule y se elabora a partir de una tasa de crecimiento lineal.

| AÑO             | LLEGADAS | CRECIMIENTO LINEAL |
|-----------------|----------|--------------------|
| 2010            | 176228   |                    |
| 2011            | 163761   | <b>-7%</b>         |
| 2012            | 196997   | <b>20,2%</b>       |
| 2013            | 206165   | <b>4,6%</b>        |
| 2014            | 204903   | <b>-0,6%</b>       |
| <b>Promedio</b> |          | <b>4,3%</b>        |

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

El promedio de crecimiento de las llegadas a la Región del Maule entre los años 2010 y 2014, es de 4,3% lo que implica un escenario positivo para los años siguientes.

#### c) Variación de participación del sector “Comercio, Restaurantes y Hoteles” en el PIB regional

Dentro de las actividades económicas que se consideran para establecer el Producto Interno Bruto (PIB) a nivel nacional y regional, se encuentra el sector “Comercio, Restaurantes y Hoteles”. Por lo anterior, se elabora un cuadro que permite mostrar PIB, en millones de pesos (de 2003), para cada año entre el 2010 y el 2014 del sector en análisis, donde, además, se genera un análisis del crecimiento del mismo para obtener un coeficiente que permita trabajar las proyecciones de demanda.

| AÑO             | PIB COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES (MILLONES DE PESOS) | CRECIMIENTO LINEAL |
|-----------------|----------------------------------------------------------|--------------------|
| 2010            | 136.744                                                  |                    |
| 2011            | 133.813                                                  | 5%                 |
| 2012            | 144.518                                                  | 8, %               |
| 2013            | 154.345                                                  | 6,8%               |
| 2014            | 159.129                                                  | 3,1%               |
| <b>Promedio</b> |                                                          | <b>5,7%</b>        |

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

El promedio de crecimiento del PIB del sector en estudio es de un 5,7%, que se transforma en un buen indicador general para el rubro turístico y su proyección de demanda.

#### 3.4.8.1 Análisis de sensibilidad

En función del análisis de las variables anteriormente señaladas, en este apartado se realiza el cruce de las mismas conforme poder obtener una proyección de la demanda en el territorio al año 2018, sobre la base de escenarios pesimista, normal y optimista.

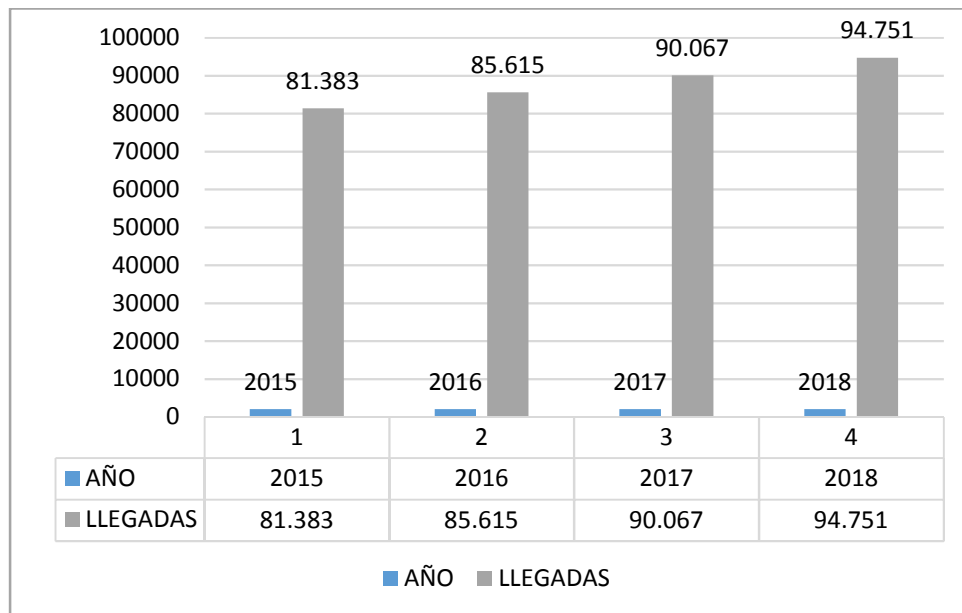
##### a) Escenarios

##### Escenario pesimista

##### Supuestos

La llegada de turistas a la zona aumentará en función del promedio de la tasa de crecimiento en conjunto de tres variables; variación de llegadas a las comunas del territorio MauleSur, variación de llegadas a la Región del Maule y variación de participación del sector “Comercio, Restaurantes y Hoteles” en el PIB regional. Este factor es de un 5,2%, lo que se traduce en los siguientes resultados:

| AÑO         | LLEGADAS |
|-------------|----------|
| <b>2015</b> | 81.383   |
| <b>2016</b> | 85.615   |
| <b>2017</b> | 90.067   |
| <b>2018</b> | 94.751   |

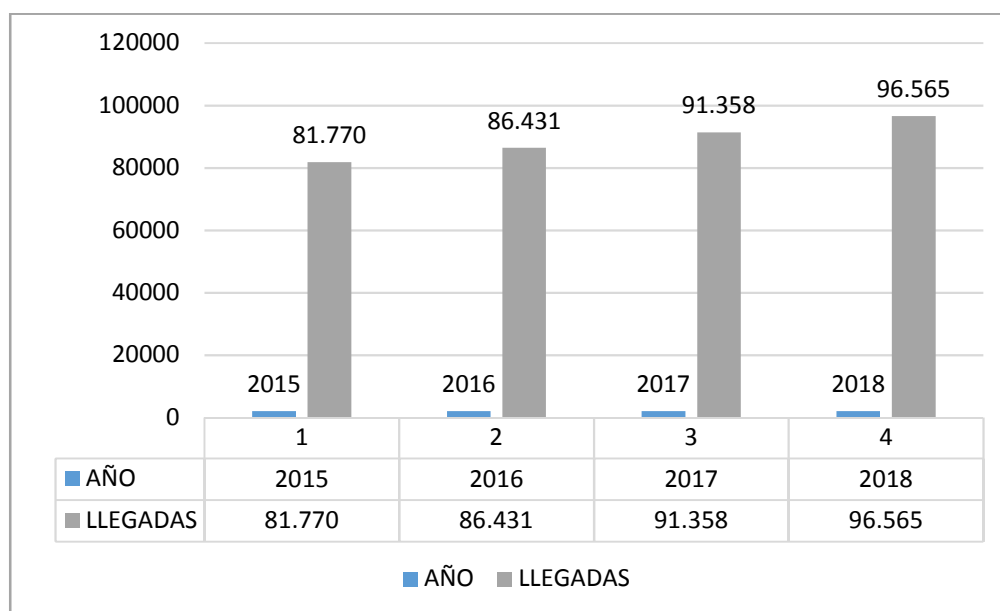
**Gráfico n° 29. Proyección llegadas territorio MauleSur escenario pesimista**

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

**Escenario normal****Supuestos**

La llegada de turistas a la zona, aumentará en función del promedio de la tasa de crecimiento entre los años 2010 y 2014 para las variables; variación de llegadas a las comunas del territorio MauleSur, y variación de participación del sector "Comercio, Restaurantes y Hoteles" en el PIB regional. Este factor es de un 5,7%, lo que se traduce en los siguientes resultados:

| AÑO  | LLEGADAS |
|------|----------|
| 2015 | 81.770   |
| 2016 | 86.431   |
| 2017 | 91.358   |
| 2018 | 96.565   |

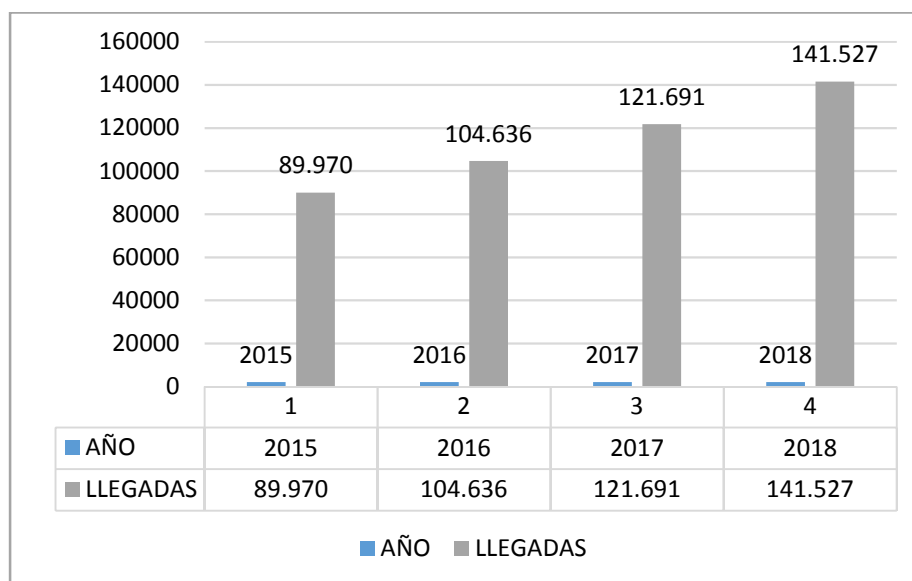
**Gráfico n° 30. Proyección llegadas territorio MauleSur escenario normal**

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

**Escenario optimista****Supuestos**

La llegada de turistas a la zona, aumentará en función del promedio de la tasa de crecimiento sólo de aquellos años en que hubo mayores promedios, que específicamente recayeron en el año 2011 para la variable de llegadas a las comunas del territorio MauleSur, y el promedio del año 2012 para la variable de llegadas a la Región del Maule. Este factor es de un 16,3%, lo que se traduce en los siguientes resultados:

| AÑO  | LLEGADAS |
|------|----------|
| 2015 | 89.970   |
| 2016 | 104.636  |
| 2017 | 121.691  |
| 2018 | 141.527  |

**Gráfico n° 31. Proyección Llegadas territorio MauleSur escenario optimista**

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

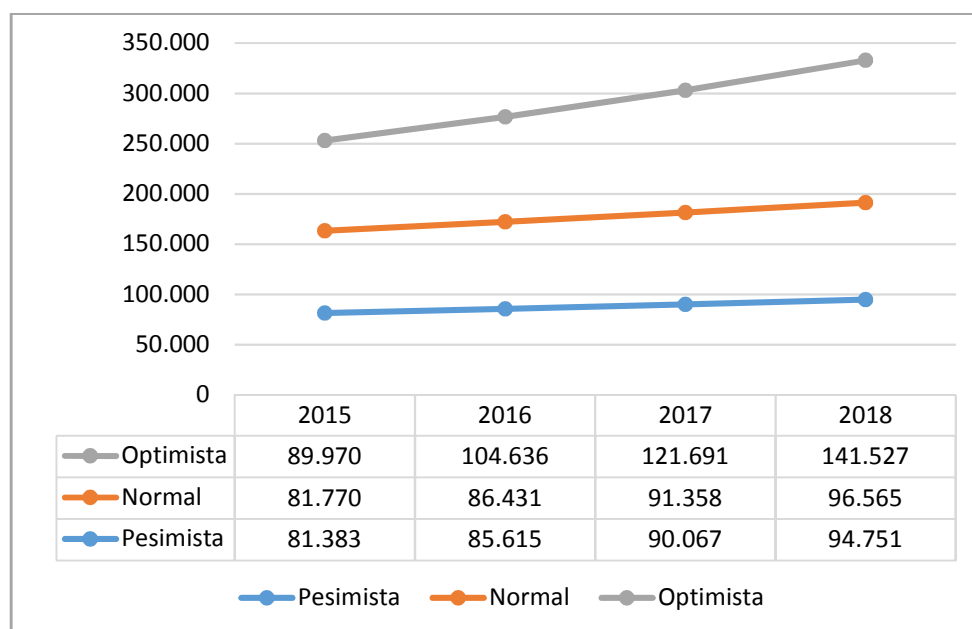
**b) Resultados**

Los análisis de sensibilidad realizados bajo los supuestos anteriores, entregan varias conclusiones que es factible apreciar al juntar los tres escenarios.

| AÑO  | ESCENARIOS |        |           |
|------|------------|--------|-----------|
|      | PESIMISTA  | NORMAL | OPTIMISTA |
| 2015 | 81.383     | 81.770 | 89.970    |
| 2016 | 85.615     | 86.431 | 104.636   |
| 2017 | 90.067     | 91.358 | 121.691   |
| 2018 | 94.751     | 96.565 | 141.527   |

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

El cuadro muestra que aun cuando se elaboró un escenario pesimista, otro normal y uno optimista, la tendencia se inclina en un 100% al alza de llegadas, lo que permite una proyección favorable de la demanda futura.

**Gráfico n° 32. Proyección Llegadas territorio MauleSur 2015 - 2018**

Fuente: Elaboración propia DTS Consultores

El gráfico permite visualizar que los escenarios pesimista, normal y optimista tienen un crecimiento más bien recatado, experimentando más del doble del crecimiento en el escenario optimista.

El escenario optimista, es en este caso, el que se denomina “con proyecto”, esto es, que durante los años siguientes se comience la implementación del PLADETUR, a través de la puesta en valor de la cartera de proyectos que se determine en función de los resultados de este estudio.

### 3.5 Definición de agentes que inciden en el desarrollo turístico del territorio

Otro punto relevante dentro del diagnóstico turístico es poder conocer a los actores claves que inciden en la actividad turística dentro del territorio, pues posteriormente serán ellos quienes se beneficien del Plan y pongan en marcha el modelo de gestión que se desarrollará más adelante.

Entonces, el Mapa de Actores reunirá a todos los actores, tanto públicos como privados, presentes en el área de estudio, y con incidencia en el ámbito turístico. Para poder llevar a cabo el Mapa, se recopiló toda la información al respecto, identificando Cámaras de Turismo, Asociaciones Turísticas, Asociaciones Gremiales, entre otras, aportados tanto por los encargados municipales entrevistados como por la información proporcionada por Sernatur. Estos mismos actores identificados en el mapa a continuación forman parte del proceso de participación ciudadana que se está llevando a cabo en conjunto con este estudio, con quienes se está trabajando en la definición de imagen objetivo y en la formulación de los lineamientos de acción de los cuales se compondrá la estrategia de desarrollo turística para el territorio. Los actores se presentan por comunas en el siguiente cuadro.

Tabla n° 34. Actores claves turísticos en el área de estudio

| COMUNA        | ORGANIZACIÓN                                     | TIPO    |
|---------------|--------------------------------------------------|---------|
| San Javier    | Municipalidad de San Javier                      | Pública |
|               | Cámara de Comercio y Turismo de San Javier       | Privada |
|               | Asociación Gremial de Turismo Placetur           | Privada |
|               | IDT Valle Loncomilla (Villa Alegre - San Javier) | Privada |
| Colbún        | Municipalidad de Colbún                          | Pública |
|               | Agrupación de Turismo y Artesanía                | Privada |
| Linares       | Municipalidad de Linares                         | Pública |
|               | Cámara de Turismo Rural Achibueno                | Privada |
|               | Asociación de Artesanos de Linares               | Privada |
|               | Cámara de Turismo Rural Embalse Ancoa            | Privada |
| Villa Alegre  | Municipalidad de Villa Alegre                    | Pública |
|               | IDT Valle Loncomilla (Villa Alegre - San Javier) | Privada |
| Retiro        | Municipalidad de Retiro                          | Pública |
|               | Junta de Vecinos San Isidro                      | Privada |
|               | Taller de Damas (Artesanía)                      | Privada |
| Parral        | Municipalidad de Parral                          | Pública |
|               | Asociación de Artesanos de Parral                | Privada |
|               | Asociación Gremial de Turismo de Parral          | Privada |
|               | Cámara de Turismo de Parral                      | Privada |
| Yerbas Buenas | Municipalidad de Yerbas Buenas                   | Pública |
|               | Red de Turismo Yerbas Buenas A.G.                | Privada |
| Longaví       | Municipalidad de Longaví                         | Pública |
|               | Cámara de Comercio de Longaví                    | Privada |
|               | Mesa Rural Campesina                             | Privada |
|               | Agrupación de Artesanos Aliwen                   | Privada |
| Cauquenes     | Municipalidad de Cauquenes                       | Pública |

Fuente: Elaboración propia con información levantada en trabajo de campo.

Junto con los actores anteriormente definidos, existen otras organizaciones públicas y privadas que se encuentran trabajando en temas turísticos en el área de estudio:

- DIPLADE (Unidad de Planificación y Desarrollo Regional GORE)
- Subdere
- Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes
- PROMOTUR Maule Chile A.G.
- Centro de Competitividad del Maule
- UCM - Proyecto Vitrina Campesina
- FOSIS
- SERCOTEC
- INDAP, a través del Programa de Turismo Rural
- SERNATUR, desarrollando proyectos con financiamiento FNDR, patrocinando proyectos financiados por CORFO (PDT, Nodos Tecnológicos, PEL, entre otros) y trabajando con los municipios a través de los programas de turismo social y turismo municipal.
- CORFO, a través de financiamiento para proyectos de fomento productivo (PDT, PEL, Capital Semilla, Nodos de Turismo, entre otros)
- Gobernaciones Provinciales
- Fundación Sendero de Chile

Un mayor detalle de los actores turísticos presentes en el territorio, será posible de construir en la etapa II de este estudio, a medida que se vayan desarrollando acciones como los talleres de participación ciudadana, donde se incluye al actor clave más importante, la oferta turística. Una vez que se cuente con esa información, será factible identificar de mejor manera el rol y funciones de cada ámbito de acción en el territorio.



### 3.6 Identificación del modelo de gestión de desarrollo turístico actual

El presente apartado busca identificar y analizar el actual sistema de funcionamiento de los actores turísticos presentes en el área de estudio, en materias de organización y planificación de sus acciones en pos del desarrollo turístico local. Esta importante información será de gran utilidad a la hora de generar la propuesta de un Modelo de Gestión Turístico para el territorio, pues permitirá conocer a priori las brechas en materias de organización que actualmente existen, el grado de asociatividad que actualmente tienen los actores locales, las relación público –privada en las distintas unidades comunales que componen el territorio, si existen o no organizaciones o entidades en materias turísticas y en dónde se localizan cada una de ellas en el área de estudio.

Este capítulo ha sido desarrollado en su totalidad mediante información primaria, aportada por entrevistas a encargados de turismo municipales, llevadas a cabo durante el mes de septiembre y octubre, del presente año (2015).

A continuación, se presentan los resultados.

Para una mejor comprensión, hemos dividido los análisis y resultados en tres grandes temas:

#### a) Capital Humano

- En aquellas comunas con presencia de organismos privados, éstos muchas veces están conformados, pero no activos. También pasa en muchos casos que los municipios trabajan por separado y no en conjunto con los privados, es decir, no existe asociatividad entre los organismos públicos y privados. Cabe destacar en este punto, que en Parral si existe asociatividad entre público y privado, importante mencionar que la cámara que existe es gracias al apoyo del municipio.
- Otro punto importante de mencionar es que se detectó que en general los funcionarios municipales que realizan la función de “encargado de turismo municipal” están asignados a otras labores, pocos de ellos tienen dedicación exclusiva al tema turístico, debido principalmente a la falta de recursos económicos y humanos dentro de los municipios, y en varios casos simplemente la figura de un funcionario a cargo de temas turísticos no existe dentro de la comuna.
- Otro punto relevante asociado al capital humano municipal, es la detección de que varios de los encargados de turismo no realizan precisamente labores técnicas en materias turísticas, sino más bien sus funciones están orientadas al desarrollo de actividades de turismo social, como por ejemplo la planificación y realización de paseos con adultos mayores, centros de madres, colegios, entre otros.

#### b) Instrumentos de planificación

En cuanto a la existencia de instrumentos de planificación turística a escala comunal, tales como planes de desarrollo turístico, estrategias de desarrollo, planes de negocio, queda de manifiesto que éstos son escasos, existiendo sólo un Pladetur (comuna de San Javier) y otro que se encuentra en proceso de desarrollo, correspondiente a la comuna de Linares. Asimismo, existe para las comunas de Parral, Retiro y Longaví, el “Plan de Desarrollo Económico Local, Territorio Tierra de Neruda (2012- 2017)”. Este último fue elaborado, pero no implementado, debido a los cambios de administración.

#### c) Operatividad

De acuerdo a la información recopilada, tanto en entrevistas como en los talleres que se han llevado a cabo hasta la fecha, es posible señalar que actualmente no existe un Modelo de Gestión general y aplicable a la totalidad del territorio. En general, no existe en el territorio un ente que agrupe al sector público y privado, más bien operan a través de Cámaras de Turismo, Asociaciones Gremiales,

Agrupaciones, que no tienen mayor trabajo conjunto con los municipios. Al respecto, también es importante señalar que se identifica a la Mesa Técnica de Turismo Social de SERNATUR como los únicos entes organizacionales a través de los cuales se agrupan los actores turísticos del territorio.

## 4. REVISIÓN DE PLANES Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO REGIONALES

### 4.1 Introducción y metodología

La revisión de planes y estrategias de desarrollo tuvo su primer resultado en el informe de diagnóstico de este PLADETUR (entregado en el mes de octubre). En ese sentido, es que en este acápite se buscó realizar una comparativa (benchmarking) de otros destinos similares a MauleSur y que aportaran información y conclusiones relevantes a nivel de imagen, organización y estrategias de desarrollo. Por lo anterior, este apartado expone los resultados del análisis de cuatro destinos turísticos consolidados y reconocidos, nacional e internacionalmente.

El objetivo es identificar buenas prácticas en distintos campos de la gestión y de la promoción, que aporten en el desarrollo del turismo en el destino MauleSur, de tal manera que sirva a empresarios, actores públicos y al equipo consultor (en primera instancia), con el fin de identificar e incluso orientar diferentes acciones susceptibles de incorporarse al PLADETUR MauleSur.

Para la identificación de referentes a analizar se tuvo en cuenta los siguientes factores:

- Características físicas similares;
- Recursos, ofertas y tipologías turísticas similares;
- Destinos referentes en el mundo de características similares;
- Destinos con sistemas organizativos o figuras organizativas similares.

En base a estos factores, se seleccionaron los siguientes territorios:

1. Destino Malargue, Provincia de Mendoza (Argentina)
2. Destino San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén (Argentina)
3. Destino Valle Las Trancas, Región de Biobío (Chile)
4. Destino Siete Lagos, Panguipulli (Chile)

El análisis de los casos sigue la siguiente estructura:

- **¿Por qué se ha elegido este caso?**
- **Introducción sobre el destino**
  - a) Características geográficas, localización
  - b) Características turísticas del destino: tipos de atractivos, actividades y tipos de turismo existentes
  - c) Productos turísticos que ofrecen
- **Estructura y tipo de organización turística del destino**
  - d) Estructura
  - e) Historial de organización
- **Organización y planificación del Marketing, Promoción y Comercialización del destino**
  - f) Nombre del Destino
  - g) Imagen de marca del destino
  - h) Slogan utilizado
  - i) Tipografías y elementos utilizados
  - j) Acciones de marketing y de promoción utilizados

Asimismo, al final del apartado se presentan algunas conclusiones y recomendaciones a ser consideradas, a partir de la información recabada, para la construcción de la imagen de marca y estrategias de desarrollo del destino MauleSur.



### **b) Características turísticas del destino: tipos de atractivos, actividades y tipos de turismo existentes**

Atendiendo a las definiciones dadas por los planes de turismo de la Nación y de la Provincia, Malargüe es un destino con un desarrollo turístico, territorialmente muy desequilibrado. Está conformado por tres áreas turísticas bien diferenciadas: El Área Norte, es la que actualmente se encuentra desarrollada y los dos restantes son denominadas por los especialistas como Áreas con Vocación Turística porque si bien tienen potencialidades, estas demandan un trabajo sistemático a corto, mediano y largo plazo para constituirse y ser parte de una sólida y equilibrada oferta turística. Estas son, el Área Turística Este y Área Turística Oeste del departamento.

El Área Oeste comprende la famosa Caverna de Las Brujas y otros ámbitos naturales de gran belleza como las termas del Azufre y las de Cajón Grande, la Invernada del Viejo, el Valle Noble y las Cuencas del Río Grande y Río Barrancas y La Pasarela. Excluyendo la caverna, los demás lugares no cuentan aún con buen acceso o infraestructura e servicios como para ser considerados un “producto” turístico. La zona también dispone de un recurso potencial de la cultura ya que de allí provienen los tejidos elaborados con la técnica tradicional del telar vertical y objetos de cerámica con materiales autóctonos. También se caracteriza por sus fiestas populares como la Vuelta del Veranador y el Encuentro argentino-chileno. La localidad Bardas Blancas es la única que dispone de una hostería orientada a los visitantes que van a pescar a los ríos del lugar. Y hay que remarcar que aparte de estos excelentes recursos en estado “latente” el Área Oeste posee una posición geográfica privilegiada como nodo de conectividad regional a través de los pasos internacionales Pehuenche, El Planchón y la RN 40. Esto le garantiza muy buenas perspectivas de desarrollo.

Por su parte, el Área Este, al igual que en el caso anterior, alberga atractivos de envergadura internacional, como la Laguna de Llancanelo -sitio RAMSAR- y Payunia que fue propuesta para sitio UNESCO bajo la denominación de Campos Volcánicos Llancanelo y Payún Matru. Sin embargo, no dispone de servicios para visitantes o buenas vías de acceso y comunicación, mantiene su condición de Vocación Turística. En la zona existe una experiencia aislada de Turismo Rural –puesto La Agüita- y tiene excelentes condiciones para desarrollar el Turismo Científico a partir de la creación del Parque Municipal Científico de Observación del Espacio Malargüe o de los Centros de Interpretación Multidisciplinar.

Por último, el Área Norte es la zona que concentra la mayoría de los servicios y productos turísticos. Fundamentalmente comprende todos los atractivos educativo-científicos y el patrimonio histórico y cultural de la Ciudad de Malargüe. También abarca aquella oferta de servicios y atractivos naturales de los alrededores del núcleo urbano, como el Dique Blas Brisoli, los Castillos de Pincheira y la Cuesta del Chihuido, entre los principales. Y en Turismo Naturaleza Aventura, mencionar que incluye el tan posicionado Valle de Las Leñas y otros como Los Molles y Valle Hermoso.

### **c) Productos turísticos**

Los productos turísticos con que cuenta el destino Malargüe corresponden principalmente a productos vinculados a Turismo de Nieve, Turismo de Naturaleza y Turismo Aventura dependiendo de la estación. Mientras que los productos vinculados al Turismo Cultural, de Congresos o Científico se desarrollan durante todo el año.

A continuación, se presenta los productos, atractivos, áreas donde se generan, su estacionalidad y grado de desarrollo.

Imagen n° 5. Productos turísticos destino Malargüe según tipo de turismo

| Producto                                                                                                        | Atractivos de jerarquía                                                                   | Micro Productos                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Turismo Naturaleza</b>     | Área Protegida Provincial Caverna de Las Brujas.                                          | Visita y circuitos en el área protegida. Centro de interpretación. Sendero de interpretación de la naturaleza.                        |
|                                                                                                                 | Áreas Protegidas Provinciales Payunia y Laguna de Llanqueto.                              | Avistaje de aves. Observación de flora nativa y fauna autóctona. Sendero de interpretación de flora nativa. Centro de Interpretación. |
|                                                                                                                 | Cascada de Manqui Malal.                                                                  | Sendero de observación de fósiles.                                                                                                    |
|                                                                                                                 | Reserva Paisajística Castillos de Pincheira.                                              | Observación de la Naturaleza.                                                                                                         |
|                                                                                                                 | Laguna de la Niña Encantada. Pozos de las Ánimas. Laguna de Valle Hermoso. Laguna Blanca. |                                                                                                                                       |
|  <b>Turismo Aventura</b>       | Valle de Las Leñas.                                                                       | Trekking, Cabalgatas, Tirolesa, Rappel, Mountain bike, Rafting.                                                                       |
|                                                                                                                 | Valle de los Molles.                                                                      | Trekking, Cabalgatas, Tirolesa, Rappel, Mountain bike.                                                                                |
|                                                                                                                 | Cascada de Manqui Malal.                                                                  | Trekking, Cabalgatas, Tirolesa, Rappel, Mountain bike.                                                                                |
|                                                                                                                 | Pincheira.                                                                                | Trekking, Cabalgatas, Tirolesa, Rappel, Mountain bike, Rafting.                                                                       |
|                                                                                                                 | Área Protegida Provincial. Caverna de Las Brujas.                                         | Circuito espeleológico con diferentes grados de dificultad. Trekking.                                                                 |
|                                                                                                                 | Volcán Malacara.                                                                          | Trekking, Mountainbike, Ascensiones.                                                                                                  |
|                                                                                                                 | Volcán Payún Matrú.                                                                       |                                                                                                                                       |
|  <b>Turismo Nieve</b>        | Valle de Las Leñas.                                                                       | Esquí, snowboard, esquí de fondo, trineos, juegos en la nieve.                                                                        |
|                                                                                                                 | Valle de los Molles.                                                                      | Esquí de fondo, trineos, juegos en la nieve                                                                                           |
|  <b>Turismo de Congresos</b> | Fiestas Nacionales, Provinciales y Locales.                                               | Fiesta Nacional del Chivo, Fiesta Provincial de la Nieve, otras fiestas locales.                                                      |
|                                                                                                                 | City Tour.                                                                                | Circuito histórico Complejo Ortegino. Circuito de espacios verdes. Dique.                                                             |
|                                                                                                                 | Gastronomía rural.                                                                        | Emprendimientos rurales en La Agüita, Castillos de Pincheira, Dique Blas Brissol.                                                     |
|                                                                                                                 | Encuentros binacionales.                                                                  | Encuentros Argentino Chileno y Cabalgata Sanmartiniana.                                                                               |
|  <b>Turismo Cultural</b>     | Centro de Convenciones y Exposiciones, Campus Educativo, Centro Cultural y Deportivo.     | Congresos, Convenciones, Cursos, Jornadas, Talleres, Seminarios, Ferias y Exposiciones.                                               |
|  <b>Turismo Científico</b>   | Planetario, Pierre Auger, CRIDC.                                                          | Sitios para la difusión científica y recreación.                                                                                      |
|  <b>Turismo Pesca</b>        | Costas de ríos cordilleranos y lagunas.                                                   | Pesca deportiva con mosca y devolución.                                                                                               |
|  <b>Turismo Termal</b>       | Valle de los Molles. Cajón Grande. El Azufre.                                             | Descanso y disfrute de aguas termales de alta calidad.                                                                                |
|  <b>Turismo Rural</b>        | Emprendimiento rural en La Agüita.                                                        | Visita y estadía en el puesto.                                                                                                        |

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Malargüe 2020

## **Estructura y tipo de organización turística del destino**

### **d) Estructura**

El destino Malargue cuenta con ciertas cartas de navegación con las cuales planifican y gestionan el turismo en el territorio. Estas son:

- Plan de Desarrollo Turístico Malargue 2020,
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016 (PFETS) formulado en 2004 por la Secretaría de Turismo de la Nación
- Plan de Desarrollo Turístico Provincial TURPLAN I 2000-2005 y el TURPLAN II 2007-2011 impulsado por el entonces Ministerio de Turismo y Cultura.

En cuanto a la estructura organizacional del destino, es posible señalar que ésta se compone tanto de actores y organizaciones públicas y privadas, las cuales se señalan a continuación:

#### **Sector Público:**

- **Nacional:**
  - a) Secretaría de Turismo de la Nación
- **Provincial:**
  - b) Secretaría de Turismo
  - c) Secretaría de Medio Ambiente (a través de la Dirección de Recursos Naturales Renovables como autoridad de aplicación en las Áreas Naturales Protegidas).
  - d) Secretaría de Cultura, Mendoza Productiva
- **Local:**
  - e) Secretaría de Desarrollo Económico: Dirección de Turismo, Dirección del Complejo Planetario, Dirección Pro Malargue.
  - f) Secretaría de Desarrollo Humano: Dirección de la Cultura, Dirección de Deportes, Centro Regional de Investigaciones y Desarrollo Cultural (CRIDC)
  - g) Secretaría de Ambiente, Obras y Servicios Públicos: Dirección de Ambiente y Desarrollo Sustentable, Dirección de Obras Públicas, Dirección de Catastros, Dirección de Distritos, Dirección de Servicios Públicos.

#### **Sector Privado:**

- **Provincial**
  - h) Asociación Mendocina de Agentes de Viajes y Turismo (AMAVYT). Filial de Asociación Argentina de Agentes de Viajes y Turismo (AAVYT)
  - i) Asociación de Mendocina de Transportistas Turísticos (AMETA)
  - j) Asociación Empresario Hotelera Gastronómica de Mendoza. Filial de la Federación de Gastronómico y Hoteleros de la república de Argentina (FEGHRA)
  - k) Cámara de Turismo de la Provincia de Mendoza. Filial de Federación de Cámaras de Turismo del Interior de Argentina (FEDECATUR) y de Cámara de Argentina de Turismo (CAT)
- **Local:**
  - l) Cámara de Comercio y Afines (Específica de Turismo)
  - m) Asociación Malarguina de Turismo (AMATUR)
  - n) Cámara de Hoteleros y Gastronómicos
  - o) Gremios Vinculados al Sector Turismo: Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina (UTHGRA) y Confederación General de trabajo (CGT)

### **e) Historial de organización**

En el año 1997 el gobierno local asumió el desafío de diversificar el perfil productivo con el posicionamiento de Malargue como destino turístico y se elaboró el Plan de Desarrollo Turístico que sirvió como instrumento de gestión pública y privada del sector.

Es así que, a partir del 1997, Malargüe comenzó a ser considerado como destino turístico incluyéndose como tal en diferentes estudios de turismo tanto a nivel provincial como nacional.

- A partir del año 2000 la Provincia presentó el TURPLAN I (2000-2005) y su continuidad el TURPLAN II (2007-2011).
- Luego en el 2004 la Nación presenta el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable cuyos principales ejes fueron el desarrollo económico con inclusión social y la conservación del patrimonio turístico nacional.

### **Organización y planificación del Marketing, Promoción y Comercialización del destino**

A continuación, se presentan los principales elementos que conforman el marketing, la promoción y comercialización empleada por el destino Malargüe:

#### **f) Nombre del Destino**

Utiliza el nombre propio del territorio, Destino Malargüe.

#### **g) Imagen de marca del destino**

Actualmente utiliza dos imágenes de marca que asocian la gestión provincial del turismo. Se compone de una imagen gráfica y un texto: DESTINO MALARGÜE, MENDOZA, en donde se especifica que el destino está inserto en la Provincia de Mendoza (aprovechando el connotado posicionamiento nacional e internacional turístico de Mendoza) y se muestran los principales atributos o características turísticas del destino: la cordillera, la nieve y uno de sus principales atractivos o íconos turísticos.



Asimismo, el destino ha generado una serie de imágenes de marca más específicas, que ilustran los distintos tipos de turismo que se pueden encontrar en el destino, asociados principalmente a sus atractivos naturales (cordillera, nieve, paisajes), atractivos paleontológicos y arqueológicos, atractivos vinculados al turismo astronómico y científico, los cuales se reflejan a continuación.







#### h) Slogan utilizado

Malargüe comunica con los distintos slogans su oferta turística, los cuales destacan, por ejemplo, los distintos tipos de turismo o actividades turísticas que en el territorio se pueden desarrollar (ciencia, congresos, nieve, aventura, naturaleza, pesca, paleontología, cielos limpios, observación astronómica):

- VIVILO...SENTILO..DISFRUTALO. MALARGÜE ES TU PROXIMO DESTINO!!!!
- DESTINO MALARGUE
- TODO MALARGÜE PARA VOS!
- MALARGÜE TU DESTINO
- UN LUGAR DE OTRO MUNDO.....

#### i) Tipografías y elementos utilizados

No existe una tipografía definida para el destino, ya que en todos sus logos utilizan diferentes opciones.

**j) Acciones de marketing y de promoción utilizados:**

La principal herramienta de promoción del destino Malargüe es sitio web de turismo homónima, [www.malargue.gov.ar](http://www.malargue.gov.ar).

El sitio contiene los siguientes ítems:

- COMO LLEGAR
- ATRACTIVOS TURÍSTICOS
- SERVICIOS TURÍSTICOS
- VIDEOS
- ENLACE A REDES SOCIALES COMO FACEBOOK, TUITER, GOOGLE PLUS, LINKEDIN, PINTEREST



El sitio web destaca los atributos turísticos del destino, su oferta de planta turística, indicaciones de cómo llegar al destino, imágenes de atractivos y actividades turísticas distintivas del territorio, el logo e imagen turística, entre otros.

Asimismo, también el destino es promocionado en otros sitios de connotación turística nacional, como el sitio de turismo oficial de Argentina: [www.welcomeargentina.com](http://www.welcomeargentina.com)



O el sitio web [www.argentinaturismo.com.ar](http://www.argentinaturismo.com.ar)





En cuanto a la oferta de servicios del destino, éstos se promocionan en los principales sitios de reservas de alojamiento turístico, como lo son: despegar.com, tripadvisor.com, entre otros.

También utilizan redes sociales como Facebook, la cual es administrada por la Dirección de Turismo de Malargüe (administración pública), en donde se difunden las actividades turísticas del destino.



#### 4.2.2 Destino San Martín de Los Andes, Provincia de Neuquén (Argentina)

##### ¿Por qué se ha elegido este caso?

- Porque corresponde a un destino ya posicionado en el mercado turístico nacional.
- Cuenta con características similares al destino MauleSur: fuerte presencia de atractivos naturales como ríos, lagunas, montañas, que permiten la práctica de deportes al aire libre.
- Al igual que el territorio Maule sur, cuenta con atractivos y áreas aún sin estado de uso, es decir, con áreas con potencial de desarrollo turístico que aún no se han puesto en valor.
- El destino, al tener estas características permite ser visitado durante todo el año, al igual que el destino MauleSur.

##### Introducción sobre el destino

###### a) Características geográficas, localización

San Martín de los Andes es una ciudad, en el sudoeste de la provincia del Neuquén, enclavada en la Cordillera de los Andes, Argentina, sobre la costa este del lago Lacar.

San Martín de los Andes es la cabecera del departamento Lacar, se encuentra a 640 msnm y a 1575 km de Buenos Aires. Se accede por la Ruta Nacional 40 y posee un aeropuerto a 22 km del centro.



### **b) Características turísticas del destino: tipos de atractivos, actividades y tipos de turismo existentes**

En todas las estaciones del año la localidad ofrece distintas alternativas. En primavera y verano el destino ofrece un sin fin de posibilidades entre ellas están el contacto con la naturaleza: cabalgatas, mountain bike, observación de aves, trekking y senderismo. En los alrededores de la localidad existen numerosos circuitos y sendas que atraviesan paisajes únicos y que permiten la interpretación de la naturaleza; como el Sendero Huella Andina.

En verano los ríos y lagos de la región permiten ser recorridos a través de excursiones lacustres y la práctica de deportes náuticos como canotaje, kayak, rafting, navegación a vela. Estos ambientes son elegidos también para la pesca deportiva en todas sus modalidades (fly casting, trolling y spinning).

La estación invernal los cerros están completamente cubiertos por y da la bienvenida a la temporada de esquí en el cerro Chapelco: uno de los centros de esquí más importantes de Sudamérica permitiendo la práctica de esquí alpino, de fondo, de travesía y snowboard. Para complementar las actividades en el cerro, se ofrecen alternativas y circuitos recorriendo la ciudad y sus alrededores o disfrutar de la excelente gastronomía regional.

### **c) Productos turísticos**

Los productos turísticos son los elementos principales que permiten la visita y la permanencia de los visitantes en el destino. El turismo en San Martín de los Andes se ha desarrollado, comercializado y promocionado a partir de los atractivos y de la amplia oferta de servicios que la componen.

Los productos turísticos con que cuenta el destino San Martín de los Andes corresponden principalmente a productos vinculados a:

| Rafting en el Chimehuin                                                             | Restaurantes en San Martín de los Andes                                             | Caminata con raquetas de Nieve                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |

|                                                                                                                              |                                                                                                                                      |                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Quando en Chapelco es Verano</p>         | <p>De mochilero por la ruta de los 7 Lagos</p>      | <p>En velero por el Lago Lacar</p>      |
| <p>La Playa de San Martín de los Andes</p>  | <p>Motocross en San Martín de los Andes</p>         | <p>Museo del Che La Pastelera</p>       |
| <p>Un día de Jineteada</p>                 | <p>Secretos de Cocina con vista al Lago Lacar</p>  | <p>Villa Lago Meliquina</p>            |
| <p>Tetratlón de Chapelco</p>              | <p>Paseo Lacustre por el Huechulafquen</p>        | <p>Canopy en el Chapelco</p>          |
| <p>La Vista desde el Mirador Arrayán</p>  | <p>El Lago Machónico en Remos</p>                 | <p>La Famosa Ruta de los 7 Lagos</p>  |



**Estructura y tipo de organización turística del destino****d) Estructura**

En cuanto a la estructura organizacional del destino, no se encontró información al respecto. El portal web institucional de San Martín de los Andes arroja una lista de las instituciones tanto pública como privadas, a nivel local, relacionadas al turismo. Estas son las siguientes:

- Zona Sanitaria IV
- Guardas Ambientales
- En. Sa. Tur.
- Intendencia Parque Nacional Lanín
- Municipalidad de San Martín de los Andes
- Secretaría Municipal de Turismo
- Cámara de Comercio Industria y Turismo
- Asociación Hotelera Gastronómica
- Asociación Guías de Turismo
- Coop. De Artesanos de SMAndes

**e) Historial de organización**

No se visualiza la existencia de una organización macro que englobe a todos los actores del turismo.

**Organización y planificación del Marketing, Promoción y Comercialización del destino.**

A continuación, se presentan los principales elementos que conforman el marketing, la promoción y comercialización empleada por el destino San Martín de los Andes.

**f) Nombre del Destino**

San Martín de los Andes. Utiliza el nombre propio del territorio.

**g) Imagen de marca del destino:**

Actualmente utiliza dos imágenes de marca que asocian la gestión provincial del turismo. Se compone de una imagen gráfica y un texto: SAN MARTÍN DE LOS ANDES, PATAGONIA, en donde se especifica que el destino está inserto en la Patagonia (aprovechando el connotado posicionamiento nacional e internacional que tiene la Patagonia Argentina) y se muestran los principales atributos o características turísticas del destino: la cordillera con tupida vegetación, los árboles y los grandes lagos. Además, es posible ver que el nombre de la ciudad está subrayado con una bandera con los colores de Argentina. Esto último es para relacionar la ciudad con el país y poder destacar que la ciudad pertenece a dicho país.





### h) Slogan utilizado

“TODO LO QUE QUIERAS EN UN SOLO LUGAR”. Este slogan representa lo que es la ciudad, donde puedes encontrar actividades para todas las edades y para todo tipo de personas. Puedes descubrir naturaleza, paisajes, actividades deportivas, culturales y una gastronomía muy variada de la región.

### i) Tipografías y elementos utilizados

La tipografía utilizada es e letra imprenta negrita. Las palabras “San Martín” tiene un tamaño mayo que “de los Andes”. La palabra Patagonia que está por debajo y subrayando el nombre del lugar está en imprenta mayúscula y con los caracteres separados.

### j) Acciones de marketing y de promoción utilizados:

La principal herramienta de promoción del destino San Martín de Los Andes es el sitio web de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén, <http://neuquentur.gob.ar/es/>.

El sitio contiene los siguientes ítems del destino San Martín de los Andes:

- MAPA
- COMO LLEGAR
- RESEÑA HISTORICA DEL DESTINO
- ASPECTOS GEOGRÁFICOS Y ECONÓMICOS
- FIESTAS Y EVENTOS
- ENLACE CON LA RED SOCIAL FACEBOOK.



El sitio web destaca los atributos turísticos San Martín, indicaciones de cómo llegar al destino, imágenes de atractivos, actividades turísticas distintivas del territorio, fiestas y eventos entre otros.

El destino en particular también cuenta con un sitio web inserto en el portal institucional de la Municipalidad de San Martín de los Andes. Esta es <http://www.sanmartindelosandes.gov.ar/>

El sitio web cuenta con los siguientes ítems del destino:

- PLANIFIQUE SU VIAJE
- CIUDAD
- NIEVE Y ESQUÍ
- PASEOS Y NATURALEZA
- AVENTURAS Y DEPORTE
- PARQUE NACIONAL LANÍN

- GALERIA MULTIMEDIA

También importante de mencionar que a partir de cada uno de estos ítems se despliega una columna con más ítems relacionados.



Asimismo, también el destino es promocionado en otros sitios de connotación turística nacional, como el sitio de turismo oficial de Argentina: [www.welcomeargentina.com](http://www.welcomeargentina.com)



O el sitio web [www.argentinaturismo.com.ar](http://www.argentinaturismo.com.ar)



En cuanto a la oferta de servicios del destino, éstos se promocionan en los principales sitios de reservas de alojamiento turístico, como lo son: despegar.com, tripadvisor.com, entre otros.



También utilizan redes sociales como Facebook, la cual es administrada por la la Municipalidad de San Martín de Los Andes (administración pública), en donde se difunden las actividades turísticas del destino.



#### 4.2.3 Destino Valle Las Trancas, Región del Biobío (Chile)

##### ¿Por qué se ha elegido este caso?

- Por qué corresponde a un destino ya posicionado en el mercado turístico nacional.
- Cuenta con características similares al destino MauleSur: fuerte presencia de atractivos naturales como termas, lagunas, ríos, montañas, que permiten el desarrollo de actividades outdoor, deportivas y de ecoturismo.
- Es un destino que se ha conformado gracias al trabajo asociativo de los empresarios turísticos del territorio, por tanto, se convierte en un ejemplo a seguir para el trabajo asociativo que se pretende concretar con el modelo de gestión que propone el Pladetur MauleSur.



## **Introducción sobre el destino**

### **a) Características geográficas, localización**

El destino Valle Las Trancas se localiza a 70 kilómetros de la ciudad de Chillán, hacia la cordillera, y a 5 kilómetros antes de la llegada a las Termas de Chillán. Se encuentra en la Región de Biobío, localizado a 19 kilómetros al oeste de Recinto, a 45 kilómetros al oeste de Pinto y a 172 kilómetros al oeste de Concepción.



### **b) Características turísticas del destino: tipos de atractivos, actividades y tipos de turismo existentes**

El Valle Las Trancas es un poblado de montaña que concentra la mayoría de las alternativas de alojamiento del área. Cuenta con una planta hotelera amplia, conformada por cabañas, hoteles, hosterías y hostales. Estos alojamientos destacan por las características cordilleranas del entorno donde están emplazados, además de tener una atención personalizada con énfasis en la experiencia del pasajero.

Camino a Valle Las Trancas, se encuentran los poblados de Pinto, El Rosal, Recinto y Los Lleuques, además constituye el acceso principal a atractivos naturales como Cueva de los Pincheiras, Salto del Renegado, Río Diguillín, Gruta Los Pangues y Reserva Nacional Ñuble, entre otros.

Valle Las Trancas, es un destino turístico consolidado, sin estacionalidad ya que se disfruta todo el año; en verano el visitante podrá realizar caminatas, excursiones, cabalgatas, observación de flora y fauna, etc. En otoño el valle se llena de colorido, y se pueden realizar las mismas actividades que en verano. Y en invierno es temporada alta en el sector por el recurso nieve del centro de Skí Nevados de Chillán (Ex Termas de Chillán), que es reconocido mundialmente por la calidad de sus canchas de nieve polvo, la más cotizada por los amantes del deporte blanco. En esta temporada Valle Las Trancas es visitado por turistas nacionales e internacionales que principalmente son

esquiadores y grupos familiares, que disfrutan de un ambiente cálido con variadas actividades en torno a la nieve.

El Valle Las Trancas cuenta con una vasta oferta de actividades "outdoors" que en su mayoría están relacionadas con la montaña: trekking, cabalgatas, senderismo, rapel y mountainbike entre muchas otras.

Las Termas de Chillán y el Valle Las Trancas son un destino privilegiado gracias a su doble temporada y la variedad de sus atractivos: nieve, aguas termales y todas las actividades relacionadas con la montaña.

Durante el invierno el lugar se convierte en un valle nevado que atrae a miles de turistas que se acercan para desarrollar deportes y actividades invernales. Antesala natural del centro de esquí, sobre su calle principal es posible alquilar tablas de snowboard y esquí, así como también la indumentaria de nieve adecuada para la práctica de deportes invernales.

Desde allí es posible iniciar caminatas con raquetas o bien realizar paseos en motos o trineos tirados por perros que desde allí salen hacia los alrededores boscosos del lugar.

Durante los meses de primavera y verano, es posible realizar paseos a la Laguna del Huemul, al Valle de Shangrilá, a la Cueva Pincheira o al Salto del Soldado o Velo de la Novia son los habituales para los turistas que se hospedan en el valle.

La Laguna del Huemul se encuentra enclavado en uno de los cerros de mayor altura de la zona y se llega a ella luego de una caminata de varias horas que permite tener una vista panorámica de toda la región volcánica.

También es posible realizar otras actividades outdoor tales como cabalgatas, pesca en el río Diguillín, trekking por senderos de distintos grados de dificultad, entre otros.

Asimismo, los centros de ski y los alojamientos existentes ofrecen servicios vinculados al turismo de salud, tales como masajes de relajación, talasoterapia, baños termales, entre otros.

### **c) Productos turísticos que ofrecen**

Los productos turísticos que ofrece el destino Valle Las Trancas están vinculados con los atractivos naturales que posee el territorio, principalmente al recurso montaña, y a actividades asociadas al desarrollo de deportes invernales, a continuación, se indican los principales productos ofertados por el destino:

- **Ascenso al Volcán Chillán:** Durante los meses del verano, distintas excursiones parten desde el Gran Hotel Termas de Chillán, así como también desde las inmediaciones del valle Las Trancas, caminando, a caballo o bien con aerosillas para apreciar este fenómeno desde algunas de las pistas de esquí que llegan a ellas.
- **El circuito de ascenso atraviesa un terreno negruzco por la presencia de piedras volcánicas.** La observación de flora y fauna del lugar junto a otros atractivos, entre los que se destacan el colorido particular de las propias montañas.
- **Tirolesa y trekking en ecoparque Changri-La:** El sendero ecológico da una vuelta de aproximadamente de 45 minutos por el bosque nativo y lleva a dos miradores: el primero ofrece una vista de 360° sobre el Valle Las Trancas, el glaciar Nevado de Chillán y los volcanes Chillán Viejo y Chillán Nuevo; el segundo tiene vista sobre la quebrada del cerro Las Cabras, donde se pueden observar familias de cóndores (según temporada).
- **"Tras la leyenda de Los Pincheira":** En el valle Las Trancas, situado a 67 kilómetros de Chillán, se encuentra la cueva de los Pincheira, una gran caverna que fue declarada patrimonio histórico por haber servido de escenario a singulares sucesos en el 1800, y de la existencia de un grupo de cuatreros llamados "Los Pincheira". De sus legendarias aventuras

sólo se mantiene el refugio natural formado por una cueva poco profunda sobre un farallón de basalto rodeado por un tupido bosque nativo y cercano a un salto de agua. En la actualidad, este lugar se utiliza para que grupos de guías expliquen a los turistas la leyenda de Los Pincheira.

### **Estructura y tipo de organización turística del destino.**

#### **d) Estructura**

En cuanto a la estructura organizacional del destino, es posible señalar que el destino cuenta con una Cámara de Turismo (Cámara de Turismo de Valle Las Trancas), la cual agrupa a los empresarios turísticos del territorio. La Cámara de Turismo busca la asociatividad de los empresarios turísticos del territorio, la difusión del territorio como un “Destino Turístico”, el trabajo con organismos públicos claves, como Sernatur, la municipalidad de Pinto, Gobierno Regional, Corfo, Sernatur, Seremi de Medioambiente, entre otros.

En el último año, la Cámara se ha concentrado en la implementación de medidas medioambientales a sus empresas asociadas, a través de la firma de un Acuerdo de Producción Limpia (APL) el cual busca convertir al Valle de las Trancas en el primer destino sustentable de la Región de Biobío, para lo cual se está trabajando en acceder al Sello S de sustentabilidad turística.

#### **e) Historial de organización**

La Cámara de Turismo Valle Las Trancas, Asociación Gremial se constituyó como tal el 16 de octubre de 2013, El objeto de la asociación será trabajar para que el Valle Las Trancas se convierta en uno de los principales destinos turísticos sustentables del país. La Cámara está compuesta por 30 miembros.

### **Organización y planificación del Marketing, Promoción y Comercialización del destino**

A continuación, se presentan los principales elementos que conforman el marketing, la promoción y comercialización empleada por el destino Valle Las Trancas:

#### **f) Nombre del Destino**

Destino Valle Las Trancas. Utiliza el nombre propio del territorio.

#### **g) Imagen de marca del destino**

Utiliza una imagen de marca que combina el nombre del destino: Valle las Trancas, el principal atributo turístico del territorio (ski), el cual se refuerza con las imágenes de dos elementos totalmente vinculados al desarrollo del turismo de nieve: una cordillera nevada y la imagen de un hotel (Hotel Termas de Chillán). Asimismo, emplea colores relacionados con el paisaje del destino: el celeste del cielo, aguas y nieve y el verde de sus bosques.



### h) Slogan utilizado

El slogan del destino comunica o destaca a principal actividad turística que ahí se puede desarrollar: SKI, y engloba en una sola frase los atributos de AVENTURA Y MAGIA DEL TERRITORIO, indicando que todos estos atributos se pueden encontrar en un solo lugar: DESTINO VALLE LAS TRANCAS:

- SKI, MAGIA Y AVENTURA.... TODO EN UN SOLO LUGAR

### i) Tipografías y elementos utilizados

Se utiliza una tipografía imprenta, mezclando mayúsculas, minúsculas, colores, tamaños e idiomas.

### j) Acciones de marketing y de promoción utilizados

La principal herramienta de promoción del Valle Las Trancas es sitio web de turismo del destino: <http://www.vallelastrancas.cl/>

El sitio está vinculado a uno de los principales prestadores de servicios de la zona (turismo Blanch Beige), el cual resalta el ski como una de las principales actividades turísticas del Destino.

El sitio contiene los siguientes ítems:

- LISTADO DE ALOJAMIENTOS
- LISTADO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACION
- EXCURSIONES Y ENTORNO
- IMÁGENES Y VIDEOS
- ACTIVIDADES Y EVENTOS





Asimismo, también el destino es promocionado en otros sitios de connotación turística nacional, como el sitio de Termas de Chillán: [www.termasdechillan.com](http://www.termasdechillan.com), aprovechando el nombre de Termas de Chillán, el cual se encuentra bien posicionado en los canales de comercialización y promoción turística a nivel nacional.



A nivel nacional, sitios web de turismo promocionan el destino en sus páginas, tal como se observa a continuación:

<http://www.welcomechile.com/chillan/valle-las-trancas.html>



<http://www.visitchile.com/es/chillan-valle-las-trancas/tours.htm>



También existe la difusión del destino en sitios especializados de turismo de nieve, como el sitio web NEVA SPORT.COM, el cual promociona el destino turístico Valle Las Trancas como un sitio para el desarrollo del deporte de nieve, tal como se observa a continuación:



En cuanto a la oferta de servicios del destino, éstos se promocionan en los principales sitios de reservas de alojamiento turístico, como lo son: booking.com, tripadvisor.com, atrapalo.cl, entre otros.

Además de los sitios web de promoción, el destino Valle Las Trancas es parte de los destinos del programa Vacaciones de la Tercera Edad de Sernatur, el cual en su sitio web promociona un programa a este destino:



Al respecto, la manera en que se difunden los programas que oferta Vacaciones Tercera Edad al destino Valle Las Trancas en su página web son los siguientes:

## EXCURSIÓN 1º CITY TOUR VALLE LAS TRANCAS

City tour de reconocimiento por el Valle, saliendo del establecimiento hotelero y llegando a la parte más alta del valle, terminando en la caverna volcánica llamada: "La Cueva de los Pincheira", donde podremos disfrutar de una entretenida recreación sobre las historias de las aventuras de los Hermanos Pincheira, quienes defendían la autoridad del Rey de España en América y aterrorizaban a los habitantes del lugar con sus saqueos.

## EXCURSIÓN 2º: TOUR RECREATIVO TERMAL, PARQUE DE AGUAS.

Tour recreativo al centro termal: "Parque de Aguas", con sus piscinas al aire libre de aguas azufradas y de mineralización media, recomendadas para dolores reumáticos, artríticos, relajación muscular, piel, entre otros. Al regreso se hará una detención en un supermercado del Valle.

Tiempo estimado: 3 horas.

Por último, además de la difusión por medios digitales, el destino ha participado en Workshops y fan tours, así como también ha aparecido en medios audiovisuales (<http://www.t13.cl/videos/actualidad/el-encanto-de-valle-las-trancas>).

### 4.2.4 Destino Siete Lagos, Panguipulli (Chile)

#### ¿Por qué se ha elegido este caso?

- Porque corresponde a un destino ya posicionado en el mercado turístico nacional.
- Cuenta con características similares al destino MauleSur: fuerte presencia de atractivos naturales como termas, saltos de agua, pesca, flora, fauna, el componente cultural e histórico y la posibilidad de realizar turismo de aventura.
- Es un destino que se ha conformado gracias al trabajo asociativo de los empresarios turísticos del territorio, por tanto, se convierte en un ejemplo a seguir para el trabajo

asociativo que se pretende concretar con el modelo de gestión que propone el Pladetur Maule Sur. A diferencia de los otros casos analizados, Panguipulli está mayormente gerenciado y administrado por un organismo público, como lo es el Departamento de Turismo de la Municipalidad de Panguipulli.

- Porque cuenta con un componente rural relevante y que ha sido explotado turísticamente, característica similar a la del destino MauleSur.

## **Introducción sobre el destino**

### **a) Características geográficas, localización**

Sietelagos se encuentra localizado al noreste de la provincia de Valdivia, con una superficie de 3.292 km<sup>2</sup>. Limita al norte con la comuna de Villarrica, al Oeste con las comunas de Lanco y Máfil, al Este y Sureste con Argentina, y al sur y suroeste con las comunas de los Lagos y Futrono. Posee un clima que se define como Templado Lluvioso con influencia Mediterránea, predominando los vientos del norte en invierno y oeste sur en verano.

Siete Lagos dan vida a la cuenca hidrográfica más grande de Chile, ríos y esteros se interconectan junto a los grandes lagos de Panguipulli, Calafquén, Pirehueico, Pellaifa, Riñihue, Neltume y Pullinque.

Se puede llegar en auto o en bus directo desde Santiago u otras principales ciudades del país. La zona cuenta con una excelente conectividad vial que permite realizar el circuito de lagos y termas por caminos pavimentados -a los que se puede ingresar desde la ruta 5 por Freire, Lanco y Los Lagos- y por caminos de ripio en buen estado, que forman parte de la Red Interlagos que conecta mediante transporte público o privado las principales localidades del destino (Coñaripe, Liquiñe, Neltume, Puerto Fuy y Choshuenco) con la capital comunal y las regiones aledañas.

También se pueden realizar circuitos binacionales, ya que en la zona de los Siete Lagos hay dos pasos a la República de Argentina. El paso Carirriñe conecta Liquiñe con Junín de los Andes a través del Parque Nacional Lanín, conocido por su increíble paisaje de araucarias. El paso Hua Hum permite acceder a la ciudad de San Martín de los Andes desde Puerto Fuy mediante una travesía en Ferry por el Lago Pirehueico.

Panguipulli está en América Latina del Sur, 39° 38' 40" Sur, 72° 19' 50" Oeste.

- A 820 kms. de Santiago, la capital de Chile, por la ruta 5 sur.
- A 117 kms. de Valdivia, por la ruta Máfil-Lanco.
- A 144 kms. de San Martín de Los Andes, Argentina, por el paso Internacional Hua Hum.



#### **b) Características turísticas del destino: tipos de atractivos, actividades y tipos de turismo existentes**

La comuna de Panguipulli, al sur de Chile, alberga la cuenca hidrográfica más grande del país que corresponde a una agrupación de lagos ubicados en la Cordillera. Este lugar es conocido como “Destino Sietelagos”.

Panguipulli, zona de pasado maderero se ha convertido en un polo turístico que destaca por sus atractivos naturales como volcanes, montañas de nieve eterna, lagos, ríos, saltos de agua, fauna y flora nativa. Además, ofrece diversos servicios de alojamiento, gastronomía local y turismo aventura.

Los siete lagos que conforman este destino privilegiado, cautivan a los visitantes con su historia, y maravillan con su naturaleza milenaria y hermosas vistas panorámicas.

El circuito de los Siete Lagos está formado por los lagos Pellaifa, Calafquén, Pullingue, Panguipulli, Pirihueico, Neltume y Riñihue y son muy valorados por los turistas de naturaleza. En esta zona se encuentran bosques nativos no intervenidos que en otras regiones templadas del mundo prácticamente han desaparecido. Corresponde al pulmón verde más grande del Cono Sur americano.

La ubicación y geografía de este destino permite disfrutar de una amplia oferta de servicios turísticos. La zona de Siete Lagos está flanqueada por cuatro volcanes: Villarrica, Quetrupillán, Lanín y Mocho Choshuenco, y debido a la actividad geotérmica hay varios manantiales de agua caliente en la zona, convirtiendo el área de Coñaripe – Liquiñe en uno de los mayores grupos de fuentes termales de Sudamérica.

Además de las termas, otras importantes actividades que ofrece este destino son la navegación, rafting, kayak, pesca, trekking, caminatas, ascenso a volcanes y práctica de deportes de nieve, entre otros. Cabe destacar la producción local de quesos, miel, mermeladas, licores, artesanías en madera, telares y lana.

### c) Productos turísticos

Los productos turísticos que el destino Siete Lagos ofrece se relacionan con los atractivos naturales que posee, vinculados al turismo de salud o turismo termal, circuitos binacionales, aprovechando que el territorio colinda con destinos turísticos de similares características en el lado argentino, como San Martín de Los Andes, turismo aventura, pesca, turismo rural, entre otros:

- Ruta Termal: Los centros termales asociados son: Termas Carranco, Termas Hipólito Muñoz, Termas de Liquiñe, Termas Río Liquiñe, Termas Trafipán, Termas Manquecura, Termas Rayenco, Termas Punulaf, Termas de Coñaripe, Termas Ecopellaifa, Termas Vergara, Termas Geométricas y Termas el Rincón.
- Circuitos Binacionales: Paso Internacional Hua-Hum: Navegue a través de la Cordillera de Los Andes. Su utilización permite acceder a ciudades de la Patagonia Argentina, como San Martín de Los Andes, Junín de los Andes y San Carlos de Bariloche, y a su vez regresar a Chile por el mismo circuito.
- Paso Internacional Carirriñe: Este Paso Internacional une la Comuna de Panguipulli desde la localidad termal de Liquiñe con Junín de Los Andes, Argentina.
- Turismo Aventura: la existencia de ríos, bosques, volcanes, senderos, saltos de agua, rutas inexploradas y cabalgatas, son las actividades que se pueden efectuar en el destino Siete Lagos. Rafting, Kayak, Canopy, Trekking son disciplinas que también buscan los turistas outdoor que visitan el territorio.
- Pesca: Con un sinnúmero de lagos, lagunas y ríos distribuidos por todo el territorio, la pesca deportiva constituye una de las actividades más destacadas a desarrollar en Panguipulli. Ríos y Lagos albergan una abundante población de truchas Salmonídeas, tales como Arcoíris, Fario o Marrón. La Pesca con Mosca y el Trolling son las técnicas más usadas, por pescadores chilenos y extranjeros, aumentando año a año el prestigio de la Pesca deportiva en el destino Sietelagos.
- Existen diversos circuitos y puntos de pesca en la Comuna de Panguipulli, los más visitados son el Lago Panguipulli, Desagüe Riñihue, Río Mañío, Río Huenehue, Río Sawil, Lago Calafquén, Río Turbio, Río Enco, Barra del Río Fuy, Río Liquiñe, Lago Neltume, Lago Pirehueico, entre otros.
- Turismo Rural: la gran variedad de expresiones culturales que existen en el Panguipulli rural, el Turismo Comunitario impulsado por diversas agrupaciones y comunidades Mapuches, años de historia, costumbres y la gran diversidad de contrastes geográficos son algunos de los atractivos del turismo rural Sietelagos.
- Productos Locales: el destino Siete Lagos presenta un fuerte componente artesanal y de producción de productos locales, tales como quesos, miel, artesanía en madera, telares, sidra, mermeladas. Asimismo, las tradiciones locales del territorio se presentan junto con el componente gastronómico y artesanal, como un producto turístico relevante de la oferta de productos turísticos en el destino.

### **Estructura y tipo de organización turística del destino**

#### d) Estructura

El destino Siete Lagos está catalogado como Zona de Interés Turístico (ZOIT), marco regulatorio y de planificación por el cual se rige actualmente el destino. La gestión de su comunidad está representada por el sector privado y municipal, bajo la figura de una “Corporación de Turismo” (Corporación de Turismo Siete Lagos), además de la conformación de una Mesa Territorial de Turismo Siete Lagos, formada al alero de la declaratoria ZOIT del destino.

Como instrumento de planificación sobre el cual se gestiona el destino, se señala un “Plan de Gestión Turística Comunal ZOIT Panguipulli”, el cual basa su estrategia en siete ejes de desarrollo, estos son:



- Turismo Prioridad Comunal
- Desarrollo de Productos Turísticos
- Promoción e Información Turística
- Ordenamiento y Planificación Territorial Turística Sustentable
- Coordinación Pública-Privada
- Negocios, Calidad y Desarrollo de Mercados
- Turismo Social

#### e) Historial de organización

La Corporación de Turismo Siete Lagos se conformó el 12 de abril de 2012, por empresarios turísticos dueños de hoteles, hostales, cabañas, camping, restaurantes, y otros emprendimientos relacionados comercialmente con el turismo en el territorio. Uno de los principales objetivos que dieron pie a la conformación de esta Corporación, fue la necesidad de contar con una figura legal que les permitiera a los empresarios del destino poder postular a los distintos fondos públicos proyectos para el desarrollo turístico del lugar.

#### **Organización y planificación del Marketing, Promoción y Comercialización del destino**

A continuación, se presentan los principales elementos que conforman el marketing, la promoción y comercialización empleada por el destino Siete Lagos:

#### f) Nombre del Destino

Destino Sietelagos, Panguipulli – Chile. Utiliza el nombre propio del territorio.

#### g) Imagen de marca del destino

La imagen de marca que utiliza el destino es una que se asocia a la gestión del destino. Se compone solo de texto: DESTINO SIETE LAGOS PANGUIPULLI - CHILE, en donde se especifica que el destino está inserto en la Comuna de Panguipulli y se muestran los principales atributos o características turísticas: que es el color verde de la naturaleza que se aprecia allí. La cordillera con tupida vegetación, los árboles y los grandes lagos. Además, podemos ver que bajo el nombre del destino SIETE LAGOS está escrito los lugares en donde se encuentra emplazado este. Esto último es para relacionar el destino con la comuna y el país en donde se encuentra y poder destacar que la ciudad pertenece a dicho país.



#### h) Slogan utilizado

El slogan del destino destaca que una vez que estas allí el destino te invitara a descubrir su magia, a explorar sus rincones y a conocer su gente.

“VIVE SENSACIONES”

### i) Tipografía y elementos utilizados

La tipografía es imprenta, delgada y sombreada, adaptada al texto, con espaciado de cada palabra según la intención. Solo dos colores.

### j) Acciones de marketing y de promoción utilizadas

La principal herramienta de promoción del destino Siete Lagos es la difusión en sitios web, a partir del sitio del Departamento de Turismo de la Municipalidad de Panguipulli, <http://www.sietelagos.cl>.

La página contiene los siguientes ítems:

- NUESTRA COMUNA
- MAPA
- SERVICIOS TURISTICOS
- PRODUCTOS TURISTICOS
- NOTICIAS
- DESARROLLO TURÍSTICO
- ENLACES CON REDES SOCIALES



También se encuentra promocionado por Chile es Tuyo, sitio oficial de Turismo en Chile <http://www.chileestuyo.cl>





Promocionado por VisitChile  
<http://www.visitchile.com/es/>



Chile Travel  
<http://chile.travel/blog/destino-sietelagos-un-paraiso-natural-al-sur-de-chile/>



#### 4.4 Conclusiones y recomendaciones revisión de planes y estrategias

Los cuatro destinos turísticos analizados, representan buenos casos de referencia a la hora de reflexionar sobre la gestión y la promoción del turismo en el destino MauleSur.

##### Características físicas y turísticas similares:

- Son territorios con características físicas y climáticas similares: zonas en las cuales coexisten valles y alta montaña, tienen un fuerte componente rural, destacan los atractivos naturales del territorio, en donde la actividad turística es importante para su economía, las cuales se encuentran en fase de consolidación y crecimiento, y en general con un posicionamiento claro y con productos turísticos ya desarrollados y experimentados.
- Son territorios con recursos y tipologías turísticas similares, básicamente relacionados con el entorno natural, paisaje, recursos naturales y gastronómicos existentes. Los recursos naturales son muy importantes.
- Son territorios que están desarrollando esfuerzos en temas de gestión y promoción turística.
- Algunos de los casos estudiados cuentan con la gestión del destino a partir de un ente privado (principalmente empresarios turísticos asociados bajo la figura de una Cámara de Turismo, Corporación o Agrupación) o un ente público (municipios). En algunos casos, el ente público encargado de la gestión turística puede también ser el responsable del marketing y de la promoción turística, como por ejemplo en el caso de la municipalidad de Panguipulli. En otros casos, como el destino Valle Las Trancas, el turismo se ha desarrollado gracias a la iniciativa privada, siendo este ente asociativo el que se encarga principalmente de la promoción y la comercialización del Valle.

Por tanto, se recomienda que:

- Para la gestión de la política turística y la promoción turística, es importante tener una estructura con funciones bien identificadas. Si existe una estructura para la gestión del PLADETUR y otra estructura para la promoción turística, es fundamental que ambos entes coordinen sus líneas de trabajos para no duplicar esfuerzos y alcanzar una mayor eficiencia.
- El personal de las estructuras debe tener competencias en turismo, planificación y marketing.
- Se requiere que el destino cuente con una carta de navegación para su planificación estratégica, la cual puede tener la forma de un “Plan de Acción”, un “Plan de Desarrollo Turístico” o incluso un Modelo de Gestión. Estos planes deben incluir las directrices de marketing a desarrollar para posicionar y promover el destino. Los planes deben considerar la participación del sector público y privado, institucionales y académicos.
- Las líneas estratégicas que contenga el plan deben tener como objetivo aumentar la competitividad del destino. Aquellas líneas contemplan: revalorización de recursos naturales, productos turísticos, infraestructuras de transportes, señalización vial, atracción de inversiones turísticas para hacer crecer la oferta turística, sostenibilidad social, económica, ambiental, calidad de la oferta turística, inteligencia de mercado, formación de los recursos humanos, innovación y nuevas tecnologías, y en algunos casos el marketing y la promoción.
- Una vez diseñado y acabado el plan, la colaboración entre el sector público y privado es fundamental para el desarrollo efectivo del turismo en el destino MauleSur. Implica más interacción entre la planificación y la oferta turística.

##### Posicionamiento:

- Los destinos analizados se posicionan como destinos de turismo de aventura que se pueden visitar durante todo el año, enogastronómico, culturales y de bienestar.
- Las marcas como las de Malargüe, San Martín son marcas genéricas y permiten posicionar mejor su región en toda su globalidad. Ambas marcas disponen de una potente fuerza y de gran notoriedad. El mercado las relaciona con un espacio geográfico preciso. Representa toda la oferta de la región y la calidad.

Por tanto, se recomienda que:

- La marca debe representar al destino completo, sus productos turísticos y la calidad de su oferta. Puede ser genérica para cubrir todos los sectores de la economía del territorio.
- La marca debe ser elaborada desde una perspectiva identitaria, las bases fundamentales de la marca se basan en sus fortalezas, ambiciones, posicionamiento, valores y las características simbólicas del destino.
- La Imagen de Marca del destino se debe utilizar en todas las comunicaciones y acciones de marketing para promover MauleSur. Además, el destino puede proponer a los municipios involucrados la posibilidad de utilizar la marca para reforzar y desarrollar mejor su posicionamiento individual. Este modelo de colaboración permite una agrupación óptima de los recursos, garantiza una mayor eficacia y en consecuencia un mayor impacto económico para todos los actores turísticos.
- La Imagen de Marca debe englobar las características más identitarias del destino, considerando las distintas áreas (comunas) que lo conforman.
- La Imagen de Marca debe entregar un mensaje claro, limpio y de fácil asociación al momento de verlo.

#### **Productos turísticos y creación de productos:**

- En principio, los productos turísticos ya existentes en cada destino analizado están ligados a las características de los recursos naturales y culturales del territorio.
- La cartera de productos de los destinos estudiados incluye principalmente: turismo de aventura, turismo deportivo, turismo gastronómico, turismo rural, turismo cultural y turismo de bienestar.
- Los productos se desarrollan en base a los recursos naturales y culturales del destino, así como a los productos ya existentes. Las tendencias en el sector turístico son igualmente importantes y a tomar en cuenta para responder a las nuevas necesidades y expectativas de la demanda turística con una oferta adaptada.

Por tanto, se recomienda que:

- El destino debe diferenciar los productos que se practican en verano y en invierno. De esta forma se muestran las alternativas de actividades que se pueden realizar durante todo el año.
- Al lado de la oferta de deportes de aventura tradicionales (senderismo, cicloturismo/bici de montaña, esquí u otros), es fundamental fortalecer los productos complementarios y mejorar las oportunidades (actividades culturales, excursiones gastronómicas y vinícolas, tratamientos de spa/bienestar, ecoturismo, agroturismo, propuesta para los niños, por ejemplo).
- Es importante desarrollar productos que siguen la moda con el objetivo de satisfacer los gustos más variados (ej. Snowkite). La oferta tiene que desarrollarse de forma adecuada y estructurada para responder a las necesidades específicas de la demanda. También, el producto turístico de congresos y exposiciones es importante y es perfectamente posible de desarrollar en el destino MauleSur.
- Los nuevos productos deben también aportar soluciones a los problemas de estacionalidad (turismo cultural, turismo religioso, gastronomía), pero a la vez creando sinergias y conexiones con los productos existentes (naturaleza, senderismo, turismo aventura) para crear una oferta integral de gran atractivo.
- Además, el diseño y la creación de atractivos “ad-hoc” basados en la innovación y en el uso de nuevas tecnologías permiten comunicar sobre el destino (páginas webs específicas para los productos estratégicos, ej. Página web de turismo de salud o una página web específica para el turismo aventura).

**Herramientas de promoción:**

- La publicación de folletos y mapas, así como la página web turística dirigida al gran público representan las primeras líneas de trabajo con el objetivo de aglutinar la oferta de los municipios que componen el destino. Las páginas web analizadas siguen la siguiente estructura:
  - Contenido informativo sobre el destino, las zonas turísticas y los productos turísticos.
  - Oferta de actividades y servicios turísticos disponibles en el territorio
  - E-newsletter (para crear una base de datos de clientes potenciales).
  - Descargas de folletos, mapas y Guías de recorridos, imágenes.
  - Webcams, Videos, Visitas virtuales 360°.
  - Blog.
- Comercialización online de todas las tipologías de alojamientos turísticos mediante el portal con la posibilidad de reservar directamente online, así como paquetes turísticos tematizados.
- Enlaces a redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Google+, FourSquare, Pinterest.
- La promoción y la comercialización del destino incluyen también otro tipo de acciones hacia el gran público (presencia en ferias), acciones hacia los medios de comunicación (relaciones públicas con medios de comunicación, viajes de prensa) y acciones hacia las agencias de viajes y turoperadores (participación en ferias profesionales y de gran público, workshops profesionales, viajes de familiarización, etc.) y acciones de co-marketing.

Por tanto, se recomienda que:

- Las acciones de promoción se deben determinar en función del mercado objetivo y del producto turístico que se busca promocionar y comercializar.
- La publicación del material promocional, la creación de una página web con contenido turístico, los clubes de producto y las rutas temáticas constituyen una de las prioridades para aglutinar la oferta turística del destino y para poder informar sobre la misma y sus productos turísticos.
- La cooperación es hoy en día un gran factor de éxito y una herramienta de competitividad del destino. El éxito de un desarrollo de un destino pasa por la continuidad en sus acciones, además de apostar por la diferenciación y la innovación.
- Las acciones de promoción se deben diseñar pensando en la clientela objetiva: gran público ocio y MICE, prensa, profesionales de turismo. La hiper segmentación requiere de estructuras profesionales de promoción y marketing.
- Además, se puede pensar en desarrollar acciones hacia los propios residentes del destino, ya que representan los mejores embajadores del territorio (ej. Jornadas de puertas abiertas a los sitios turísticos)

## 5. PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

### 5.1 Consideraciones previas

La consultoría para elaborar el Plan de Desarrollo Turístico que abarcará a las nueve comunas involucradas, contó con varias etapas de introducción, trabajo in situ, visitas de campo y análisis de resultados.

Dentro de toda esta gama de actividades, se llevaron a cabo acciones específicas que tenían como gran objetivo, determinar, desde la comunidad local y especialmente empresarios turísticos, las necesidades, requerimientos, ideas y propuestas para la construcción de una herramienta pertinente a la realidad, visualizando todos los problemas y temáticas que se presentan como brechas para el desarrollo, y de manera posterior, proponer acciones para el cierre de las mismas.

Por lo anterior, se realizaron talleres participativos que tuvieron objetivos concretos de recopilación de insumos, a partir del trabajo individual y en equipo de los actores, así como la validación de los resultados que se iban teniendo al momento de la realización de la actividad.

Estas jornadas fueron realizados en tres oportunidades, durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del año 2015, en virtud de cerrar ese proceso antes de la llegada de la temporada alta, donde las posibilidades de reunirse con los empresarios turísticos disminuirían.

En los siguientes apartados se expondrán las metodologías del trabajo en talleres y las herramientas utilizadas, mientras que los resultados se irán mostrando de acuerdo a los temas que se traten en los diferentes capítulos de este documento.

### 5.2 Proceso de formulación de la imagen objetivo del destino

#### 5.2.1 Introducción a la imagen objetivo

Se entenderá como Imagen Objetivo – Turística, a la “**imagen conceptual**” de Maule Sur 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 de los recursos.

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, comunidades, 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 del Maule Sur, 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 los procesos llevados a cabo, 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 Maule Sur?

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. Por lo tanto, el Maule Sur debe dirigir su imagen. Esta dirección estratégica de la imagen requiere de examinar los siguientes puntos (Kotler, Haider, Rein, 1994)<sup>69</sup>:

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 sintetizarán los 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 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 metodología para llegar a esta imagen objetivo, consistió en la elaboración de una ficha de recopilación de información, diseñada para obtener respuesta desde varios ámbitos y que cada uno de ellos llevara finalmente a proponer distintos elementos que conformarían la imagen final.

<sup>69</sup>Mercadotecnia de Localidades, 1994. Philip Kotler, Donald H. Haider, Irving Rein. Editorial Diana, México.

### 5.2.2 Preparación y taller de creación de imagen objetivo

De manera previa a la realización de los talleres participativos, donde la comunidad determinaría los elementos que deberían formar parte de la imagen objetivo turística del territorio, se realiza un trabajo de gabinete entre el equipo, cuya metodología consiste en la elaboración de una ficha de recopilación de información, diseñada para obtener respuesta desde varios ámbitos y que cada uno de ellos llevara finalmente a proponer distintos elementos que conformarían la imagen final.

Esta ficha, contiene cinco elementos que ayudarían a entender el territorio en el ámbito de la conceptualización e imágenes:

1. **POLA.** Análisis territorial desde el punto de vista de las Potencialidades, Oportunidades, Limitantes y Amenazas.
2. Identificadores más diferenciadores. Análisis desde la mirada de lo que identifica al territorio y lo que lo diferencia del resto.
3. **COLOR.** Identidad cromática que identifica al territorio.
4. **IDEA o CONCEPTO FUERZA.** Corresponde a una frase que identifique al territorio.
5. **IMAGEN OBJETIVO.** Como se quieren ver externamente.

La ficha con la que se trabajó en el taller se encuentra en Anexo N° 5 del presente informe.

**Tabla n° 35. Calendario de fechas de los talleres por comuna**

| COMUNA               | FECHA                          | HORARIO       |
|----------------------|--------------------------------|---------------|
| <b>YERBAS BUENAS</b> | Lunes 5 de octubre de 2016     | 15:00 a 18:00 |
| <b>RETIRO</b>        | Martes 6 de octubre de 2016    | 10:00 a 13:00 |
| <b>PARRAL</b>        | Martes 6 de octubre de 2016    | 15:00 a 18:00 |
| <b>COLBÚN</b>        | Miércoles 7 de octubre de 2016 | 10:00 a 13:00 |
| <b>SAN JAVIER</b>    | Miércoles 7 de octubre de 2016 | 15:00 a 18:00 |
| <b>LONGAVÍ</b>       | Viernes 8 de octubre de 2016   | 10:00 a 13:00 |
| <b>LINARES</b>       | Jueves 15 de octubre de 2016   | 10:00 a 13:00 |
| <b>CAUQUENES</b>     | Jueves 15 de octubre de 2016   | 16:00 a 19:00 |
| <b>VILLA ALEGRE</b>  | Viernes 16 de octubre de 2016  | 10:00 a 13:00 |

Fuente: elaboración propia

Las listas de asistencia al primer taller participativo por comuna se encuentran en Anexo N° 6 del presente informe.

En base a esta ficha se realizaron grupos de trabajo, los que aportaron a determinar cada uno de los cinco elementos que se detallaron más arriba. A continuación, algunas fotografías de cada uno de estos talleres.

**Imagen n° 6. Primer taller participativo**



Fuente: archivo fotográfico DTS Consultores

**Imagen n° 7. Fotografías trabajo en comunas primer taller participativo MauleSur**



Fuente: archivo fotográfico DTS Consultores



### 5.2.3 Resultados taller de creación de imagen objetivo

En total se hicieron nueve talleres participativos, uno por comuna, que sumaron 27 horas de trabajo directo con la comunidad.

**Imagen n° 8. Talleres y horas de trabajo directas**



Fuente: archivo fotográfico DTS Consultores

Los resultados del trabajo del POLA fueron los que muestra la siguiente imagen: 30 elementos de potencialidad, 31 elementos de oportunidad, 24 elementos que limitan y 18 elementos que amenazan

**Imagen n° 9. Resultados cuantitativos POLA**



Fuente: elaboración propia. Fotografía Parral

La siguiente imagen muestra en forma de nube de tags los resultados del POLA, con las palabras/conceptos que más se repitieron y que corresponden a: agricultura, cultura, termas, naturaleza, artesanía, viñedos.

**Imagen n° 10. Resultados cualitativos POLA**

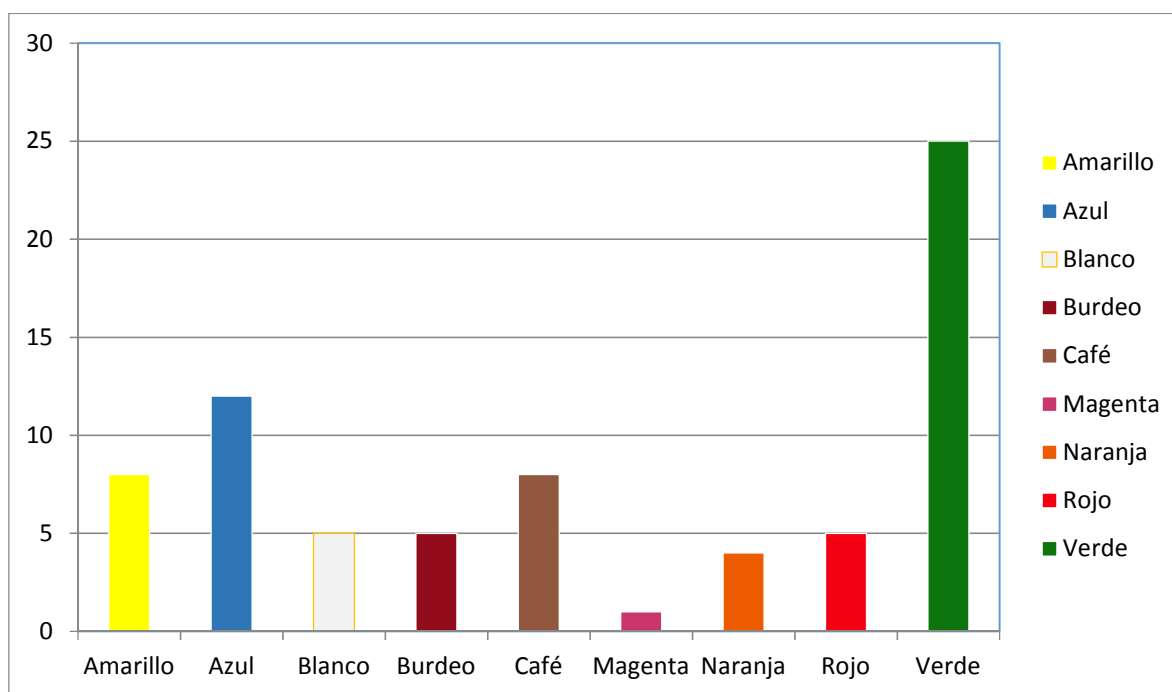
Fuente: elaboración propia

Por otro lado, los resultados de la fase de generar los IDENTIFICADORES más los DIFERENCIADORES (ID+DIF), donde los resultados apuntan a conceptos como: campo, tradiciones, termos, viñedos, artesanía.

**Imagen n° 11. Resultados cualitativos ID+DIF**

Fuente: elaboración propia

Otro de los resultados importantes de este taller, como muestra la siguiente imagen, correspondió a la gama cromática con que las personas identifican su territorio, y los resultados fueron que en mayor medida sería; amarillo, azul, marrón y verde, mientras que en un nivel más bajo están; burdeo, fucsia, salmón y rojo.

**Imagen n° 12. Resultados análisis de colores**

Fuente: elaboración propia

El siguiente punto fue la determinación de ideas fuerza, que representaron un total de 19.

**Imagen n° 13. Resultados cuantitativos Ideas Fuerza**

Fuente: elaboración propia

Estas ideas fuerza se representan en la siguiente imagen.



**Imagen n° 14. Resultados Ideas Fuerza**



Fuente: elaboración propia. Fotografía Parral

Estas ideas fuerza contienen palabras y/o conceptos que se repiten más que otros, y esta son; naturaleza, descanso, campesino, tradiciones.

**Imagen n° 15. Resultados cualitativos ID+DIF**



Fuente: elaboración propia

## 5.4 Proceso de formulación de la estrategia de desarrollo turístico de MauleSur

### 5.4.1 Consideraciones previas

La segunda semana del mes de noviembre del 2015, se realiza la presentación de los resultados del taller de imagen objetivo a la comunidad. Este taller fue compartido con la elaboración de la estrategia de desarrollo turístico para el destino, por lo que la metodología se dividió en dos partes y cada una de ellas a su vez en dos fases más.

**Presentación del diagnóstico turístico e imagen objetivo:** se realiza una presentación de la primera etapa de esta consultoría, que incluyó los diagnósticos, territorial y turístico, realizados. Al final de esta presentación se agregó la variable imagen objetivo, con todos los resultados del apartado anterior, y se realiza una votación del **nombre del destino** y de la **idea fuerza**.

**Presentación de los ejes de desarrollo turístico y generación de contenido para la estrategia de desarrollo:** la sistematización de información, involucra la decisión de los ejes que serán parte de la estrategia de desarrollo del destino, por lo que es necesario presentarlos y validarlos. Sumado a eso, se lleva a cabo un trabajo de propuesta de acciones para cada eje, que se realiza directamente con la comunidad de acuerdo a sus necesidades, lo que se presenta con más detalle en el siguiente apartado.

Los talleres realizados en el marco de este objetivo, se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla n° 36. Detalle de segundo taller participativo**

| LUGAR                | COMUNAS PARTICIPANTES                         | FECHA             |
|----------------------|-----------------------------------------------|-------------------|
| <b>CAUQUENES</b>     | Cauquenes y San Javier                        | 10 noviembre 2015 |
| <b>LONGAVÍ</b>       | Longaví, Retiro y Parral                      | 11 noviembre 2015 |
| <b>YERBAS BUENAS</b> | Yerbas Buenas, Villa Alegre, Colbún y Linares | 12 noviembre 2015 |

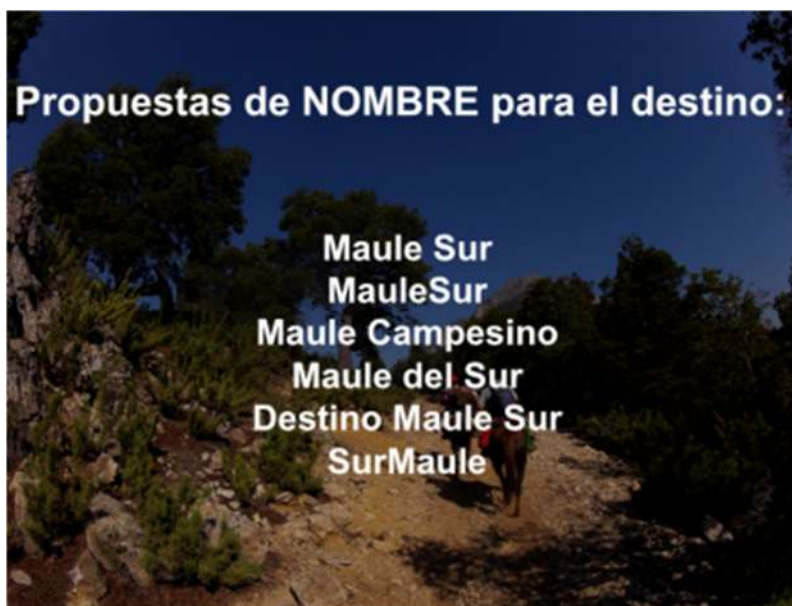
Fuente: elaboración propia

Las listas de asistencia a este segundo taller participativo se encuentran en Anexo N° 7 del presente informe.

### 5.4.3 Presentación imagen objetivo a la comunidad

En estos talleres, se tomaron dos decisiones en torno a la imagen objetivo del destino, por un lado, **el nombre** y por otro las **ideas fuerza**. Con respecto al nombre del destino, se propusieron algunas ideas y la gente votó por la que ellos consideraron la que los representaba. En la siguiente imagen, se muestran los nombres que se presentaron a la comunidad.

Imagen n° 16. Nombres del destino



Fuente: elaboración propia

Luego de presentar estos nombres, se procede a votar y el ganador es **MauleSur**. No obstante, hasta el momento no se ha elegido la forma, tipo de letra, íconos, entre otros elementos que definirán el contexto en el cual se moverá esta marca.

Por otro lado, de las ideas fuerza que se presentaron, resultados con más votaciones las siguientes:

**Cauquenes:**  
**Tierra, campo y bienestar**

**Longaví:**  
**Experiencia, tradición y bienestar**

**Yerbas Buenas:**  
**Experiencia, tradición y cultura**

Las listas de asistencia a este segundo taller participativo se encuentran en mismo Anexo N°7 ya mencionado.

#### 5.4.5 Presentación y validación de la estrategia de desarrollo turístico de MauleSur

El PLADETUR de MauleSur se elabora en base a una metodología que involucra; trabajo de gabinete, participación ciudadana y trabajo de campo. Todos los resultados de cada uno de esos procesos ayudan a la construcción de los objetivos de desarrollo, ejes estratégicos y acciones y la imagen objetivo.

Las Estrategias, fueron elaboradas a partir de los insumos derivados del segundo y tercer taller participativo. En el segundo taller se solicitó a los actores que expusieran sus necesidades desde el punto de vista territorial y empresarial y en el tercero se buscó la validación de la propuesta.

Esta estrategia de desarrollo, es el resultado de las actividades mencionada en los párrafos anteriores y tiene como objetivo ser la base para la elaboración de los planes, programas y proyectos de la etapa final de la elaboración del PLADETUR.

Se establece como **primera etapa**, el trabajo con empresarios y actores municipales determinando las acciones que ellos consideran relevante por cada eje estratégico propuesto por el equipo consultor. Para esto, en el segundo taller se exponen las principales áreas de trabajo detectadas por el equipo consultor con el fin de que los participantes identifiquen las prioridades a trabajar en el Plan, las que se presentan en el esquema a continuación.

**Esquema n° 1. Áreas de trabajo PLADETUR MauleSur**



Fuente: elaboración propia

Una vez expuestas estas áreas de trabajo, se llevó a cabo un proceso de expresión de opiniones y validación participativa, priorizando las áreas de trabajo y determinando acciones según los ejes estratégicos propuestos por el equipo consultor.

**Imagen n° 17. Fotografías segundo taller participativo MauleSur**



Fuente: archivo fotográfico DTS Consultores

Como resultado de este taller se obtiene una validación de los ejes estratégicos y la propuesta de los actores participantes de acciones concretas por cada eje.

**Eje gobernanza y asociatividad:** fortalecimiento y puesta en marcha organizacional del destino MauleSur. Desarrollo de un proceso de articulación de los actores turísticos públicos y privados y transferencia de tecnologías en base al modelo de Organización de Gestión de Destino.

- Fortalecimiento de las asociaciones de turismo del territorio.
- Fortalecimiento y formalización de OGD MauleSur.
- Creación de una Federación de turismo del MauleSur.
- Fortalecimiento con las municipalidades y de los encargados de turismo.

**Eje infraestructura de apoyo e inversión en turismo:** infraestructura básica y complementaria; diseño, construcción e implementación de proyectos ícono vinculados a la puesta en valor del Guion Turístico Territorial Maule Sur.

- Señalética acorde a la localidad;
- Mayor cantidad de basureros;
- Disminuir la contaminación;
- Mejoramiento ruta Longavi L5 camino a la montaña/parral I75;
- Mejorar el transporte público en frecuencia, rutas y calidad;
- Aumentar la señalética ruta 5, vial e interna;
- Mapa de ubicación e informativo del destino en las plazas de las comunas;
- Mantención de caminos;
- Mejoramiento y adaptación de zonas típicas;
- Ordenanzas municipales en zonas típicas; estacionamientos, letreros fuera de, ej: parqueo en calles que tapan las casas;
- Seguridad.

**Eje fomento productivo:** Emprendimiento y empresa. Implementación del guion territorial y las experiencias turísticas de MauleSur.

- Proyecto enfocado a empresarios turísticos del destino;
- Mayor acceso de la comunidad a los instrumentos de fomento;
- Postulación a proyectos (a través de consultores);
- Mejorar los servicios: alojamiento, alimentación;
- Capacitación a los ejecutivos de los servicios para que consideren el destino.

**Eje formación continua del capital humano:** Capacitación y conciencia turística. Formación y profesionalización del turismo.

- Conciencia turística y medio ambiental a toda la comunidad;
- Reglamento y ordenanzas entre comunas MauleSur;
- Trabajo con escuelas y liceos de las comunas;
- Capacitación: higiene, atención cliente, publico objetivo, empresas, formalización;
- Centro de formación para la comunidad;
- Centro agro ecológico de la provincia;
- Formación profesional del recurso humano de los municipios;
- Capacitación a profesores de los centros educaciones;

**Eje calidad, innovación y competitividad:** Normas de calidad, sellos de sustentabilidad y generación de productos turísticos experienciales.

- Colocar barreras a los trayectos más grandes, plan regulador;
- Estándar de calidad para pertenecer a MauleSur;
- Productos y servicios definidos;
- Acompañamiento a las iniciativas como destino MauleSur;



- Implementación de normas de calidad.

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

- Asociatividad entre los municipios;
- Sitio web destino y comunas del MauleSur;
- Conexión con agencias y tour operadores;
- Generar un plan de difusión y promoción del MauleSur;
- Gigantografía en la ruta 5 para vender MauleSur;
- Promoción del destino en la carretera.

Como **segunda etapa** de este proceso, se valida en el tercer taller participativo la propuesta de estrategias y acciones, logrando una retroalimentación y aportes a ser considerados en la tercera etapa de la consultoría.

Este tercer taller participativo, tuvo tres grandes objetivos; presentar la estrategia de desarrollo turístico (como se señaló en el párrafo anterior), presentar el esquema del guion turístico territorial MauleSur y validar la imagen objetivo.

**El guion turístico y la imagen objetivo serán la base para el marco conceptual del PLADETUR, mientras que los ejes estratégicos (validados), se tomarán como insumo prioritario al momento de proponer la cartera de programas y proyectos del mismo.**

**Tabla n° 37. Calendario de fechas del tercer taller participativo**

| FECHA                           | PARTICIPANTES                                                             | LUGAR                                 |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Miércoles<br/>09/12/2015</b> | Privados de las Comunas de San Javier y Cauquenes                         | Salón DIDECO de San Javier            |
| <b>Jueves<br/>10/12/2015</b>    | Privados de la Comunas de Retiro, Parral y Longaví                        | Salón Municipal de Retiro             |
| <b>Viernes<br/>11/12/2015</b>   | Privados de las Comunas de Villa Alegre, Linares, Colbún y Yerbás Buenas. | Salón Museo Municipal de Villa Alegre |

Fuente: elaboración propia

**Imagen n° 18. Fotografías tercer taller participativo MauleSur**



Fuente: archivo fotográfico DTS Consultores

Las listas de asistencia a este tercer taller participativo se encuentran en Anexo N° 8 del presente informe que se corresponden con la validación de la estrategia, ya tratada, y la propuesta de guion turístico e imagen objetivo que se presenta en los siguientes apartados.

### 5.4.7 Propuesta de imagen objetivo turística MauleSur

#### 5.4.7.1 Preparación guion turístico territorial MauleSur

El guion turístico territorial define un conjunto de bienes patrimoniales con sus valores y atributos que estructuran la identidad turística del área definida como MauleSur. La propuesta, es que bajo la visión de un guion turístico se permitirá delinear el planeamiento del destino de una manera integral, focalizándose en la experiencia que se desea transmitir a los turistas que acuden al destino.

El patrimonio cultural de un territorio es su anclaje a su historia y a la memoria de los hechos, creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado, lo que va definiendo la identidad de los grupos culturales que en él se desenvuelven. Establece un lugar y tiempo de origen que permite comprender el presente y proyectar el futuro.

La UNESCO concibe el patrimonio como “aquello que recibimos del pasado, vivimos en el presente y legamos al futuro”. Detrás de esta definición hay objetos materiales e inmateriales que gracias a sus propiedades tangibles e intangibles al interior de una comunidad tienen el valor de constituirse en una huella, o un testimonio del pasado.

Bajo esta premisa y en base a diversos elementos, se construye este Guion, que debiese ser capaz de sustentar las experiencias y productos que se conformen en el territorio.

La determinación de cada uno de sus insumos resultantes del primer taller participativo (punto 0); fortalezas, oportunidades, diferenciadores, colores, ideas fuerza, son parte de la metodología de elaboración de este Guion. No obstante aquello, una de las actividades más importantes es el reconocimiento del territorio. Y esta no debe ser solo una visita externa, sino que debe insertarse en la mayor cantidad de dinámicas territoriales y ojalá individuales, que permitan conocer la esencia de la vida en el espacio geográfico que representa el destino.

Para lo anterior, durante el mes de noviembre se realizaron visitas a cada comuna con una persona, ya sea del municipio o privado, que le entregará insumos al equipo consultor para robustecer la información que llevará a construir el **guion turístico MauleSur**.

**Tabla n° 38. Calendario de visitas de campo comunas MauleSur**

| FECHA        | COMUNA        | ANFITRIÓN                 |
|--------------|---------------|---------------------------|
| 9 noviembre  | Colbún        | Marco Espinoza (munic)    |
| 10 noviembre | Yerbas Buenas | Verónica Farías (privado) |
| 11 noviembre | Linares       | Simón Whittle (privado)   |
| 12 noviembre | Retiro        | --                        |
| 13 noviembre | Villa Alegre  | Randolfo Alarcón (munic)  |
| 16 noviembre | Cauquenes     | Ana Isabel Campos (munic) |
| 17 noviembre | Parral        | Carlos Chandía (munic)    |
| 18 noviembre | Longaví       | Paola Norambuena (munic)  |
| 19 noviembre | San Javier    | Jorge Espinoza (munic)    |

Fuente: elaboración propia

#### 5.4.7.2 Presentación del guion turístico territorial y la imagen objetivo a la comunidad

##### Guion turístico

El trabajo de campo, detallado en el apartado anterior, sumado al diagnóstico general y turístico de las nueve comunas del MauleSur, llevan a proponer la forma en que este territorio, en su conjunto, se debe presentar al turista, con el fin de que este pueda comprender donde se encuentra y que experiencias memorables podrá vivir en el destino.

Por lo anterior, en el tercer taller participativo, se exponen los componentes que contendrá este guion para cumplir con su objetivo. Éstos, son los siguientes:

- **Concepto central;**
  - *Naturaleza campesina*
- **Patrimonio natural y cultural**
- **Ejes temáticos;**
  - *Cultura y vida campesina*
  - *Productos de la tierra*
  - *Naturaleza y bienestar*
- **Experiencias turísticas factibles de vivir en el territorio;**
  - *Cordillera campesina*
  - *El trabajo de la tierra*
  - *Salud y bienestar*

El objetivo del taller, fue presentar estos componentes a la comunidad, pero de manera participativa, por lo que se generaron dinámicas que permitieron validar cada uno de ellos, pero al mismo tiempo introducir nuevos elementos. En este sentido, cada uno de estos componentes fueron aprobados y se hizo una observación, que se repitió en los tres talleres con respecto al tema histórico, el que se solicitó fuera tocado de manera más concreta y explícita.

Esto último se traspasará al diseño definitivo del guion turístico, que se entrega en el apartado 6.1.  
**Imagen y objetivos estratégicos del Destino MauleSur**

En el mismo taller, se presenta la **imagen objetivo turística del destino MauleSur**, cuya importancia radica en ser la meta a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo por parte del territorio. Esta imagen muestra como el resto de las personas debiesen ver a MauleSur en un período de tiempo de terminado, por lo que todo lo que se proponga en este PLADETUR, debe apuntar a cumplir ese “sueño”.

A partir de lo anterior, se presenta la imagen objetivo turística, elaborada en base a todos los antecedentes existentes y que fue validada por los actores que participaron en el tercer taller de trabajo en el marco del PLADETUR.

### **Imagen Objetivo MauleSur**

*MauleSur es un destino turístico sustentable y reconocido a nivel nacional, que cuenta con una organización público – privada que se articula con los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo, bajo un enfoque de calidad, identidad y competitividad. Donde la comunidad local se identifica con la actividad turística, debido al aporte de esta última a la diversificación de la economía local y al mejoramiento de la calidad de vida.*

Esta imagen deberá contener una segunda parte, que integre la idea fuerza desde el punto de vista experiencial, la que se redacta conforme se cuente con todos los elementos del guion turístico, a mostrar en el punto 6.2.

A su vez, de esta imagen se desprenden los siguientes objetivos estratégicos y que serán fundamentales para la propuesta de acciones en el marco de la generación de programas y proyectos para el PLADETUR:

1. Crear una organización de destino mixta entre empresarios turísticos, municipios, SERNATUR y otros servicios públicos para el trabajo conjunto entre las comunas del Destino;
2. Establecer un programa de trabajo concreto dentro de los municipios para el desarrollo turístico del destino;
3. Mejorar la infraestructura complementaria al turismo: carreteras, vías de acceso y señalética, principalmente;

4. Implementar proyectos ícono vinculados a la puesta en valor del Guion Turístico Territorial MauleSur;
5. Diseñar un programa de cultura turística para la comunidad en general;
6. Generar acciones y actividades relacionadas con la protección del medio ambiente y descontaminación;
7. Generar un programa de protección y difusión de la identidad y vida rural;
8. Poner en valor el patrimonio material e inmaterial del destino;
9. Construir experiencias, actividades y productos turísticos que apunten a la diversificación de la oferta;
10. Elaborar e implementar un plan de marketing del territorio que conlleve al posicionamiento, promoción y comercialización del destino a nivel nacional.

## 6. IMAGEN OBJETIVO Y GUIÓN TURÍSTICO TERRITORIAL DESTINO MAULESUR

### 6.1 Guion turístico territorial MauleSur

#### 6.1.1 Introducción

**La metodología propuesta para la creación de productos turísticos, en función de la implementación del destino MauleSur, se hace a través de la elaboración de un guion turístico territorial** que ponga en perspectiva el territorio y que logre aunar los conceptos y la importancia de la cultura y su relación con la naturaleza.

El guion turístico territorial, define un conjunto de bienes patrimoniales con sus valores y atributos, que estructuran la identidad turística del área definida como **MauleSur**. La propuesta, es que bajo la visión de un guion turístico se permitirá **delinear el planeamiento del destino de una manera integral, focalizándose en la experiencia que se desea transmitir a los turistas que acuden al destino.**

El patrimonio cultural de un territorio es su anclaje a su historia y a la memoria de los hechos, creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado, lo que va definiendo la identidad de los grupos culturales que en él se desenvuelven. Establece un lugar y tiempo de origen que permite comprender el presente y proyectar el futuro.

La UNESCO concibe el patrimonio como *“aquellos que recibimos del pasado, vivimos en el presente y legamos al futuro”*. Detrás de esta definición hay objetos materiales e inmateriales que gracias a sus propiedades tangibles e intangibles al interior de una comunidad tienen el valor de constituirse en una huella, o un testimonio del pasado.

El patrimonio natural, constituido por la diversidad de ecosistemas que albergan la flora y fauna del lugar, como la cordillera de los Andes y las cuencas de los ríos, también son constituyentes esenciales del guion turístico.

Una tendencia predominante, es situarse frente a los objetos y testimonios culturales o naturales del pasado como elementos arcaicos, sin relación con el presente, estableciendo una distancia que no permite conectar la experiencia vivencial, la curiosidad, la imaginación, y las sensaciones físicas, visuales y táctiles que permitan catalizar las emociones de la evocación frente a los testimonios del pasado. **La creación de una experiencia de interpretación para visitar un lugar patrimonial, es hoy una ventaja competitiva de un destino turístico.**

**Por lo tanto, la interpretación patrimonial a través de un guion turístico permite generar un puente entre el pasado y el presente.** Permite interpretar hacia el visitante, la experiencia cotidiana del patrimonio en el territorio.

En la gestión del patrimonio cultural se ponen en valor objetos que son producto de la actividad humana y que han perdurado hasta el presente junto con sus paisajes o lugares de origen. Algunos mantienen su uso y otros se presentan en forma aislada, sin embargo, ambos conservan el interés y aprecio del público por sus aspectos estéticos o simbólicos. No se debe dejar de ser objetivo en la valoración del patrimonio, llegando a recrear un pasado que nunca existió. En este sentido, es importante evitar la manipulación política, estética y turística del pasado.

Para evitar que los recursos del pasado pierdan su significado debemos contemplar al patrimonio como recurso cultural que se selecciona sobre la base de antecedentes históricos de carácter académico y/o local, a fin de generar un proceso de selección que determine el potencial del recurso cultural seleccionado. Debido a esto, es preponderante realizar una revisión y análisis de las fuentes secundarias e investigaciones especializadas, que luego de los talleres y entrevistas a la comunidad permitirán proponer los ejes temáticos y sus contenidos.

Por último, es fundamental mencionar **que una adecuada puesta en valor turística del patrimonio requiere una etapa previa, la cual es determinar el estado de conservación, diagnosticar las causas de su deterioro a partir de lo cual se establezca un plan de restauración y conservación y una puesta en valor del bien patrimonial**. Sólo después de estas acciones se puede intervenir turísticamente el patrimonio, ya que de lo contrario se estaría contribuyendo a su deterioro y desaparición.

### 6.1.2 Metodología para la conformación de un guion turístico en un territorio

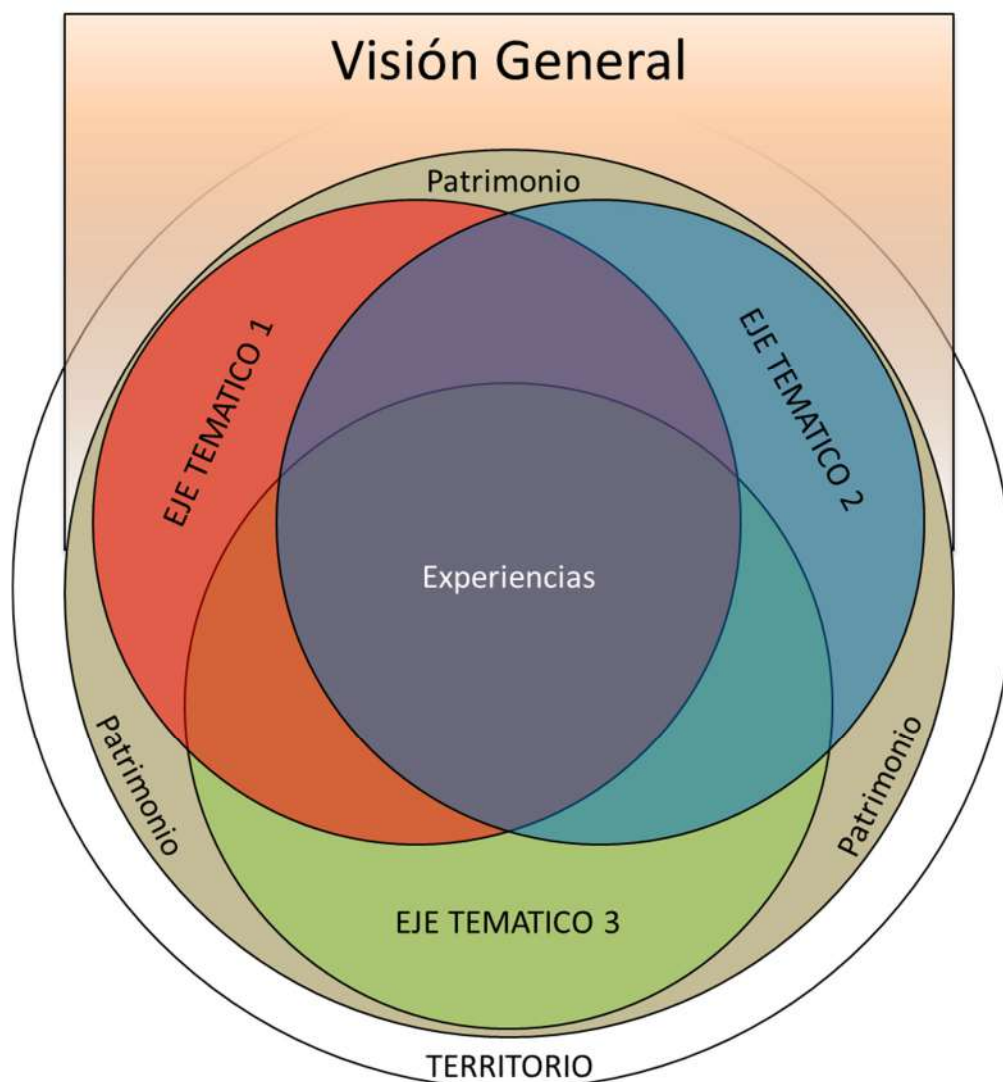
Para abordar el complejo escenario de potenciar un territorio como un destino turístico, fundamentado en la base de su identidad y la puesta en valor de su patrimonio cultural y natural, se propone la elaboración de un guion turístico territorial, con el objetivo de enfrentar el destino de una manera global, **impregnando la experiencia turística con la identidad del territorio y enmarcando el mensaje entregado dentro de un contexto único y general**.

El guion se presenta como una herramienta para estructurar las distintas iniciativas turísticas de un territorio. Así, como para la generación de un museo o una exposición se realiza un guion interpretativo para dar cuerpo a la historia que se mostrará en la experiencia a entregar, el trabajo turístico sobre un territorio que pretende convertirse en un destino turístico, debe enmarcar el desarrollo turístico y todas sus iniciativas en un referente único, entretenido, y que de una manera ágil e interactiva entregue el contenido a enseñar desde el patrimonio cultural y natural, siempre manteniendo e incorporando el criterio de sustentabilidad, tanto de la comunidad como de su patrimonio. Así se espera que el desarrollo del turismo en la zona y la mantención, restauración y puesta en valor del patrimonio se conviertan en un instrumento potenciador de la calidad de vida de los habitantes.

Para elaborar un guion turístico territorial se requiere de la participación absoluta de la comunidad, ya que lo que se refleje en éste será una invitación a la coexistencia entre el turista y el habitante local, un mestizaje que debe responder a los criterios de sustentabilidad en la defensa del patrimonio cultural y natural, tangible e intangible. Por esto se deberá extraer de la comunidad y su registro histórico cultural la identidad que fundamentará la estructura y contenidos del guion. Para lo anterior, se procedió a analizar y tener reuniones internas entre el equipo consultor para generar la base del guion turístico a partir de la participación ciudadana y las estrategias ya desarrolladas a ese momento. No obstante, una de las actividades de mayor importancia fue visitar cada una de las comunas con una persona de la misma, lo que implicó que durante diez días el equipo recorriera el territorio, siendo guiado por un conocedor e introducido en historias y anécdotas que entregarán riqueza al contenido final. El listado de personas actores que acompañaron la visita al territorio se encuentra en la Tabla n° 38.

Un guion turístico debe promover un marco argumental único y global que aúne la gran diversidad del territorio y las distintas formas de desarrollo turístico que este contenga. Sin embargo, la definición primera es que el concepto general deberá ser un elemento ideológico parcial que determine hacia dónde se debe desarrollar el turismo de la comunidad, focalizando las iniciativas y recursos en el carácter que la identidad local haya definido.

Una vez establecido el marco, que se entiende como el punto de entrada de la historia a contar, el guion deberá definir las temáticas a abordar, estas deberán contener las pautas de desarrollo del territorio en su aspecto turístico. Así, se parcializará la historia incorporando la diversidad de atractivos tangibles e intangibles del destino.

**Esquema n° 2. Muestra gráfica de metodología ocupada para el desarrollo de un guion turístico**

Fuente: elaboración propia equipo consultor

La construcción de un guion turístico para un **territorio**, que le permita una posición competitiva a través de la diferenciación de sus **atractivos turísticos**, pasa por el análisis, de forma rigurosa, de su identidad, desarrollando para él una personalidad sólida y coherente, reflejada en una “**visión general**” con la cual se presentará su oferta turística.

Esta “**visión general**” (principio de coherencia) debe construirse a través del diseño de un sistema relacional entre su **patrimonio natural y cultural**, que resalte los debidos “**ejes temáticos**” que respondan a la realidad (principio de veracidad) o identidad del territorio y que permitan, a través de la construcción de “**experiencias turísticas**”, que constituirán la oferta turística concreta, la potenciación de todos los **atractivos turísticos** del **territorio**, a través de una presentación unívoca.

Para la necesaria interrelación e interdependencia que planteamos debe existir entre todos los **atractivos turísticos** de un **territorio**, para permitir su fortalecimiento, nos apoyamos en la aplicación de un término que explicita con fuerza y precisión esta relación simbiótica y que identifica a la escuela psicológica alemana “Escuela de la Gestalt”. Se trata de aquel viejo axioma que afirma que: “el todo es más importante que la suma de sus partes”. La sinergia que ha de producir el

conjunto de los “**ejes temáticos**” -que engloban los principales **atractivos turísticos** del territorio- y que serán presentados a través de **experiencias turísticas** concretas a ser vividas por el turista, ha de ser tenida más en consideración que cada **atractivo turístico** específico por separado.

Por ello, este espacio o lugar, de origen o de encuentro, entre los “**ejes temáticos**” de un **territorio**, que aquí definimos como “**experiencias turísticas**”, son para nosotros un instrumento de primer orden y que contempla tres funciones primordiales:

1. Evitar dispersiones en los esfuerzos comunicaciones y comerciales en lo que se refiere a la identidad del **territorio**.
2. Incidir en la mayor potenciación posible entre todos los atractivos del **territorio**.
3. Considerar la realidad local, buscando la potenciación y mejoría de sus realidades económicas.

La capacidad de gestionar esta “**visión general**” en forma gradual y sostenida, es el factor decisivo para el éxito en la competencia en un universo mediático con otros territorios, que también aspiran a transmitir a sus audiencias, públicos o turistas una visión acorde con sus objetivos particulares.

En este sentido, la siguiente metodología permite descubrir aquellas “**experiencias turísticas**” que responden a la identidad del **territorio** y seleccionar los “**atractivos turísticos**” que se desean destacar en cada una de ellas. Hecho esto, el **territorio** se presenta con una “**visión general**” sólida en la expresión de su **patrimonio**.

Estas “**experiencias turísticas**” serán la zona visible del esfuerzo metodológico y para su desarrollo se realizará un segundo esfuerzo metodológico que es explicado a continuación.

#### **Esquema n° 3. Resumen de la construcción del guion para la definición de las experiencias turísticas**



Fuente: elaboración propia equipo consultor



## La experiencia turística

La experiencia turística es el acto que ejerce el turista al momento de visitar un determinado territorio. Esta experiencia se hace especialmente significativa cuando la visita es de carácter cultural o patrimonial. El guion turístico debe marcar las pautas de esta experiencia, debe dar las herramientas que permitan dar forma al contacto vivencial que el turista realizará durante su viaje por el territorio.

"Lo banal, lo insignificante, posee por lo general un fondo significativo: sedimento de experiencias sepultadas 'en vida', removidas o esencialmente remotas, en cuanto la conciencia individual presente no reconoce ni asume como suya"

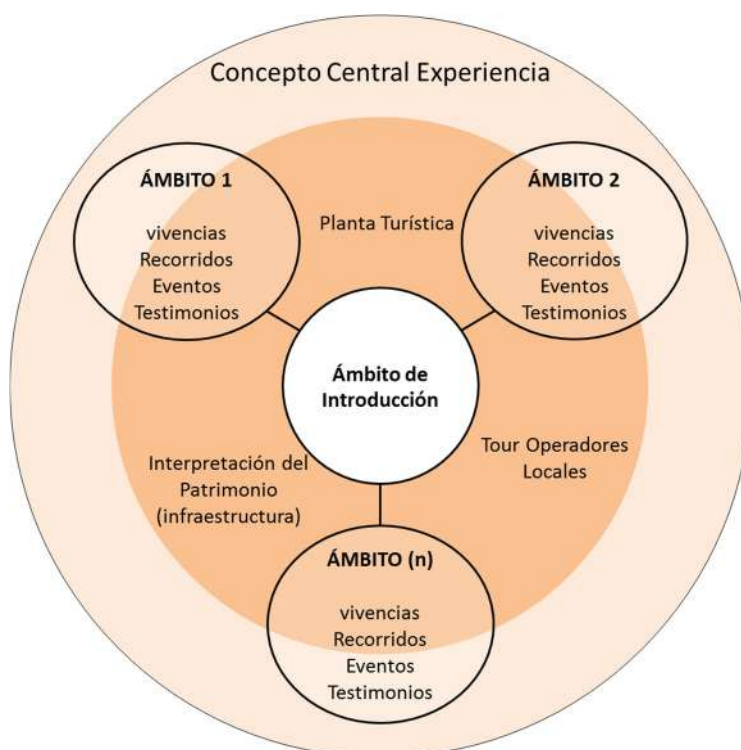
Humberto Giannini, 1993, Pág. 43

El acto cotidiano de habitar el propio lugar, por lo general, produce una baja percepción de la experiencia que se vive diariamente. Sin embargo, en el acto de visitar otro lugar, de desplazarse del habitar cotidiano, de realizar una travesía turística, se pone especial acento en lo vivido y en cómo esta experiencia modifica o complementa la forma de ver la vida. Se valora el viaje turístico sobre la base de lo influyente que éste pudo haber sido, sobre la importancia de la experiencia vivida.

En el desarrollo de cualquier experiencia, en el marco de la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de un territorio, se debe considerar que los actores implicados en la vivencia son tanto el turista como el habitante local. Es por esto que el desarrollo específico de cada una de las iniciativas de desarrollo turístico, debe ser concebida directamente con la participación de la comunidad local, el detalle de cada condimento de la experiencia diseñada debe entregar los elementos necesarios para que esta experiencia enriquezca y fortalezca el patrimonio de la comunidad local y apunte a mejorar su calidad de vida.

Esta relación entre comunidad local y turista se reproduce en todos los lugares donde se produce el turismo y presta especial significancia cuando el turismo realizado adquiere un componente cultural, cuando la visita se realiza en el lugar cotidiano del habitante local.

Es así como el desarrollo de iniciativas en pos de poner en valor el patrimonio de un territorio, se encuentra íntimamente ligado al desarrollo cultural del pueblo que habita dicho territorio. Es decir, la experiencia vivida por el turista será la experiencia que el habitante del territorio viva diariamente, su cotidianeidad, esta experiencia que servirá para poner en valor turístico el patrimonio natural y cultural, tangible e intangible, tendrá un radio de acción que condicionará la experiencia del turista y fortalecerá los lazos de la comunidad con su propio patrimonio. A esto es a lo que se debe apuntar al momento de diseñar planes, programas o actividades que busquen potenciar el patrimonio de un territorio.

**Esquema n° 4 Estructura de la experiencia turística**

Fuente: elaboración propia equipo consultor

En la vivencia de una experiencia, se puede identificar ciertos elementos estructurales que permiten a ésta realizarse de forma completa y ser entendida y asimilada (significada) por la persona que realiza la vivencia. Esta estructura se puede entender sobre la base de los siguientes conceptos.

**1. Concepto central de la experiencia**

La experiencia debe contener un eje central, una columna vertebral, traducida en un concepto general, diferenciador y único que tendrá que ser el elemento seductor que atraiga al visitante y genere la idea o necesidad de vivir esta experiencia.

**2. Ámbito de introducción**

Es el primer contacto del visitante con el destino turístico, por lo tanto, debe convertirse en un portal de ingreso, un espacio que permita el acceso a un universo desconocido, donde el visitante comenzará a entender la estructura temática del territorio. Este espacio debe convertirse en el inicio de la experiencia a vivir y mostrar en profundidad el concepto general del destino.

**3. Ámbitos temáticos**

Los ámbitos muestran el detalle específico de los temas desarrollados en función del concepto central, focalizan el discurso, determinan los recursos que el territorio ofrece vinculados a la temática desarrollada. Los ámbitos de la experiencia turística están compuestos por los siguientes elementos:

**a) Los recorridos**

Se trata de rutas e itinerarios turísticos donde se pueden desarrollar elementos específicos de los temas planteados en el ámbito.

**b) Los eventos**

La programación permanente y continua de eventos, con alguna significancia temática, es trascendental para darle cuerpo a la experiencia vivida, estos pueden incluir ferias gastronómicas, ferias artesanales, festivales de música, cine o teatro, juegos típicos, etc.

**c) El testimonio**

El recuerdo de la experiencia vivida, que por lo general suele ser una fotografía de los visitantes en el lugar, se debe transformar en elementos propios del lugar, como un trozo del patrimonio que traspasa sus fronteras, un elemento que conjuga la artesanía y el mensaje que se quiere entregar, un elemento de marketing.

**4. Los servicios**

La utilización del territorio como destino turístico, como marca o distintivo de calidad, bajo un concepto específico, distintivo y único. Permite vincular a su imagen la promoción de los servicios que sean útiles, necesarios o interesantes en la configuración de la experiencia global, como el transporte, los alojamientos y restaurantes.

**6.1.3 Desarrollo del guion turístico para MauleSur****6.1.3.1 Identificación del patrimonio natural y cultural**

El territorio considera las comunas de Colbún, Linares, Longaví, Parral, Retiro, San Javier, Villa Alegre y Yerbabuenas de la provincia de Linares y la comuna de Cauquenes de la provincia del mismo nombre. Se puede decir que se encuentra inscrito en el centro del campo chileno y considera una gran extensión de la cordillera de los Andes.

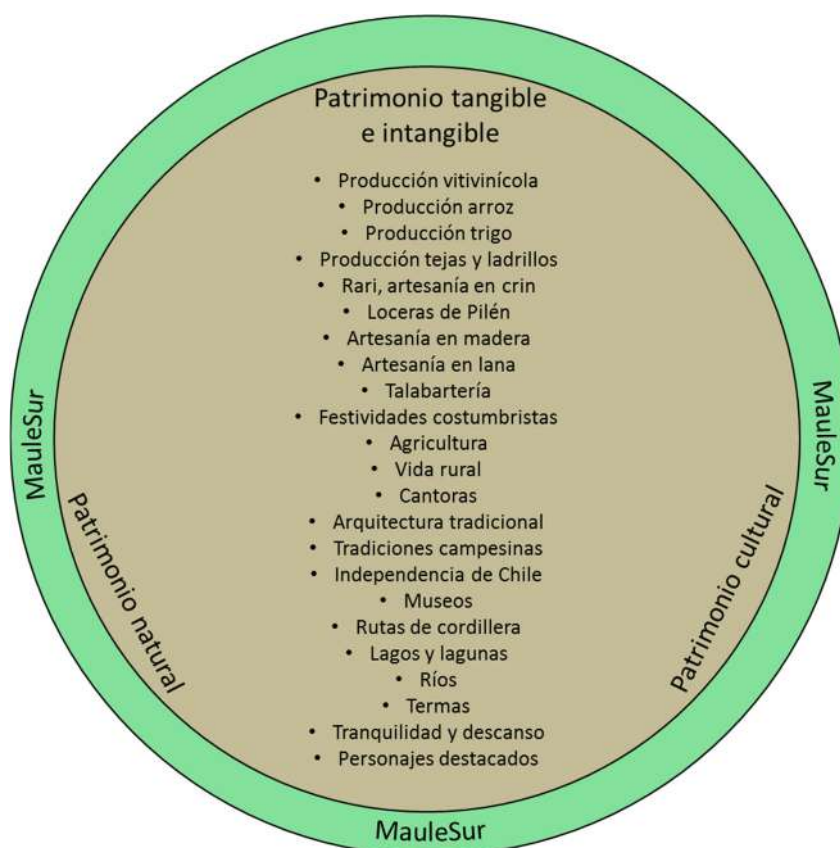
Luego de un trabajo de relevamiento de la información secundaria, trabajo de campo y participación ciudadana, se puede sintetizar el territorio de **MauleSur** en tres temáticas fundamentales para la identificación de sus atributos de identidad:

1. La forma como se ha habitado el territorio y como se proyecta hasta nuestros días, **la vida campesina y su historia local** particular (representante del desarrollo histórico y cultural del país)
2. La diversidad de **productos de la tierra**, se presenta como una zona que evita el monocultivo y genera una producción sustentable en la complementariedad de los productos (Ejemplo: cáscaras de arroz en la mezcla de la arcilla)
3. El territorio se presenta con una **biodiversidad natural** propia de encontrarse en la frontera del Chile central y el inicio de la Patagonia chilena adoptando los rasgos característicos de ambas condiciones naturales. Esta biodiversidad se configura propicia para **la sanación, la salud y el bienestar**, considerando que cuenta con una de las mayores concentraciones de termas del país incluyendo un tradicional turismo termal en la zona.

**Los principales conceptos patrimoniales utilizados para la construcción del guion, relevados en talleres de participación ciudadana, con los principales actores del territorio, son:**

*Producción vitivinícola - producción arroz - producción trigo - producción tejas y ladrillos - Rari, artesanía en crin - loceras de Pilén - artesanía en madera - artesanía en lana - talabartería - festividades costumbristas - agricultura - vida rural - cantoras - arquitectura tradicional - tradiciones campesinas- independencia de Chile - museos - rutas de cordillera - lagos y lagunas - ríos - termas - tranquilidad y descanso - personajes destacados*

En el siguiente esquema se plantean estos conceptos como la base de la estructura del guion.

**Esquema n° 5. Conceptos patrimoniales rescatados en el guion**

Fuente: elaboración propia equipo consultor

**6.1.3.2 Ejes temáticos a relevar en el territorio**

La agrupación de los atractivos turísticos del territorio en diferentes temáticas, permite identificar los elementos que contienen en común y cómo es factible, a partir de ellos, construir un discurso diferenciado y único.

Los ejes temáticos sentarán las bases del desarrollo turístico en el territorio; éstos deben contener las características fundamentales del patrimonio local y la historia que se quiere compartir con el turista. Considerando que estas historias sean atractivas, constituyan un argumento diferenciador y potencien el rescate de la identidad local.

### Eje temático 1: “Vida Campesina e Historia Local”

El destino **MauleSur** se presenta como un lugar donde se puede vivir, en primera persona, las tradiciones y la vida del campo chileno, la historia asociada a la producción de la tierra y la auto-sustentabilidad que se puede apreciar en la forma de vida local, permiten vivenciar sus recursos naturales y culturales, recorrer su patrimonio material y disfrutar su patrimonio inmaterial.

Uno de los lugares de mayor concentración de festividades costumbristas es el MauleSur. Durante todo el año diversas fiestas se llevan a cabo en su territorio, se puede disfrutar por ejemplo de la fiesta de la cruz de mayo, la fiesta costumbrista Trilla a Yegua Suelta y muchas otras que se deben catalogar y calendarizar como destino.



El Refugio, Agro-turismo Yervas Buenas. Fotografía DTS Consultores



Huerta Yervas Buenas. F. DTS Consultores

En el importante desarrollo cultural con que cuenta el territorio, destaca la música. Que se presenta como un elemento particular del destino, siendo parte importante del folklore nacional, las cantoras y su legado generacional son un patrimonio vivo. Así también, de las tierras de MauleSur han surgido importantes personajes de la cultura nacional e internacional, ejemplos reconocidos son Pablo Neruda y Abate Molina.

El trabajo con los animales del campo forma parte importante del sustento de la vida campesina, y se puede vivenciar en los distintos espacios para el turismo rural existentes en el destino, incluyen alojamiento, trabajos productivos y con animales, destacando las mansas racionales de los caballos en corral y en río.





Cantora Ana Luisa Muñoz, Villa Alegre. sigpa.cl

Los pueblos y ciudades de MauleSur han mantenido el legado de su historia, en su evolución se encuentran las principales características de su pasado, en sus calles, por ejemplo, se puede apreciar el contexto donde se desarrollaron los primeros actos de la independencia de Chile. La conservación de la arquitectura colonial es fundamental y prioritaria para el desarrollo sustentable de su patrimonio material, ejemplo destacado son los corredores y el centro histórico de Yervas Buenas.

La vida y la historia local se pueden vivenciar en el recorrido por sus museos, en las comunas existe un importante número de estos, actualizados y de una museografía destacada, exhiben los rastros históricos de la vida campesina en el Chile central, se destacan museos particulares donde se puede recorrer de forma vivencial la Vida Campesina e Historia Local.



Mansa racional Yervas Buenas. Fotografía DTS Consultores



Vida de Campo. Fotografía DTS Consultores



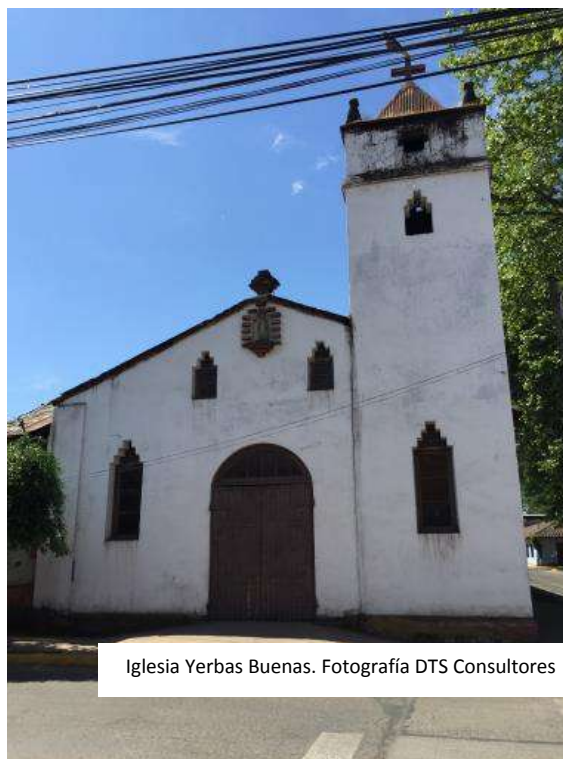
Vida de Campo. Fotografía DTS Consultores



Corredores Yervas Buenas. Fotografía DTS Consultores



Hostal reencuentro, Yervas Buenas. F. DTS Consultores



Iglesia Yervas Buenas. Fotografía DTS Consultores



Iglesia Villa Alegre. Fotografía DTS Consultores





Museo de Arte y Artesanía Linares. Fotografía [www.museodelinares.cl](http://www.museodelinares.cl)



Museo del Vino, Loncomilla. Fotografía DTS Consultores



Monolito "La sorpresa de Yervas Buenas. Fotografía DTS Consultores



Museo Yerbas Buenas. F. DTS Consultores



Pablo Neruda y Abate Molina



Museo particular El Canario. Fotografía DTS Consultores



Altar Virgen usada para fiestas tradicionales en Longaví. Fotografía DTS Consultores



## Eje temático 2: “Productos de la Tierra”

**Los productos de la tierra** se muestran como un elemento fundamental del patrimonio del MauleSur. La agricultura, que se da en pequeña y gran escala, establece grandes extensiones territoriales que van cambiando su paisaje en la medida que los productos pasan por sus distintas temporadas, **es importante destacar la diversidad de cultivo**, dada principalmente por el aprovechamiento de los recursos naturales que los distintos suelos entregan para su producción.

El lugar propicio para el cultivo del arroz se encuentra en Parral, básicamente por la calidad de sus suelos, humedales sembrados y abonados por caballos en el caso de pequeñas producciones y por aviones en las grandes extensiones.



Sembrado de arrozales en Parral. Fotografía [www.parral.cl](http://www.parral.cl)



Arrozales en Parral. Fotografía DTS Consultores

La vitivinicultura se desarrolla principalmente en San Javier, Cauquenes y Villa Alegre, aunque también está presente en el resto de las comunas del territorio, principalmente con el Pipeño y la Chicha y con el auge que ha tenido últimamente la cepa país en vinos de alta calidad.

Reconocido es MauleSur por el trabajo del ladrillo y la teja, se ha desarrollado en los terrenos más favorables para esto, característico del destino es la utilización de caballos en la preparación de las tierras, la incorporación de cáscaras de arroz en la mezcla y los hornos construidos del mismo material

logrando cocer el 100% de los productos.

La producción de trigo marca la historia de MauleSur, los primeros molinos consolidan los asentamientos y establecen las bases de su vida rural.

La pequeña agricultura está dada principalmente por el cultivo de berries, se lleva a cabo en terrenos particulares que en conjunto suministran a la industria.

Se destaca la transformación de los productos de la tierra en artesanías, proliferando por todo el territorio representantes de diversas artes asociadas a los trabajos del campo, Rari y su artesanía en Crin reconocida como ciudad de artesanía mundial, las Loseras de Pilén y su trabajo y transformaciones de la arcilla, la artesanía en lana, la talabartería y las artesanías en maderas. Especial atención merece el escultor nacional Alejandro de Nirivilo, destacado internacionalmente como artista conceptual de la madera.



Viñedos Lomas de Cauquenes. Fotografía DTS Consultores



Bodega vinos artesanales Doña Lucy. Fotografía DTS Consultores





Tinajas de San Javier. Fotografía DTS Consultores



Viña la Reserva de Caliboro, San Javier. Fotografía DTS Consultores



Viña Balduzzi, San Javier. Fotografía DTS Consultores





Pintura sobre teja. Fotografía DTS Consultores



Artesanía en Lana. Fotografía Municipalidad de Longaví



Artesanía en Piedra Toba. Fotografía DTS Consultores



Talabartería. Fotografía [www.parral.cl/turismo](http://www.parral.cl/turismo)



Talabartería. Fotografía [www.parral.cl/turismo](http://www.parral.cl/turismo)



Artesanía en Crin, Rari. Fotografía DTS Consultores





### Eje temático 3: “Naturaleza y Bienestar”

La cordillera de los Andes marca fuertemente su presencia en el territorio, las comunas se entrelazan en su ascensión, sus cauces fluviales guían sus recorridos y desafían su descubrir, las rutas por los cajones de los ríos surcan la cordillera y entregan paisajes imponentes y memorables, la reserva nacional Los Bellotos y el Nevado de Longaví destacan como hitos principales de la cordillera. Cada recorrido, cada travesía, la navegación de sus lagos y lagunas, permiten descubrir un lugar propicio para la desconexión, el descanso y la tranquilidad.



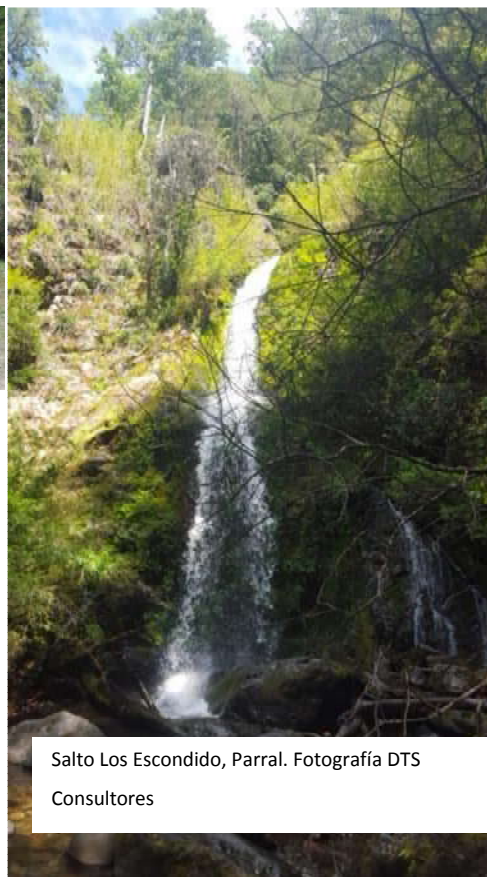
Lago Colbún. Fotografía DTS Consultores



Reserva Nacional Los Bellotos. Fotografía DTS Consultores

Reconocido es MauleSur por ser un lugar de turismo termal, esto debe potenciarse e irradiar en el resto del territorio, para así transformarse en un reconocido destino de bienestar. Hoy se puede encontrar en el territorio muchas iniciativas que apuntan en esta dirección, personas dedicadas a la sanación, centros de spa, y servicios que se están alineando a esta tendencia.

Por otro lado, se puede apreciar un gran potencial para el desarrollo del turismo aventura con actividades como el trekking, kayak, rafting y otras muchas que se pueden implementar. **Estás tienen un condimento especial, que marca una diferenciación importante frente a destinos de turismo aventura consolidados en el país, este es su componente campesino, la posibilidad que se tiene de vivir estas actividades, convivir con la vida sustentable del campo central de Chile en la cordillera de Los Andes.**



Salto Los Escondido, Parral. Fotografía DTS Consultores



Laguna El Amargo. Fotografía DTS Consultores



Embalse Ancoa, Linares. Fotografía DTS Consultores



Embalse Ancoa, Linares. Fotografía DTS Consultores



Rio Achibueno, Linares, Fotografía DTS Consultores



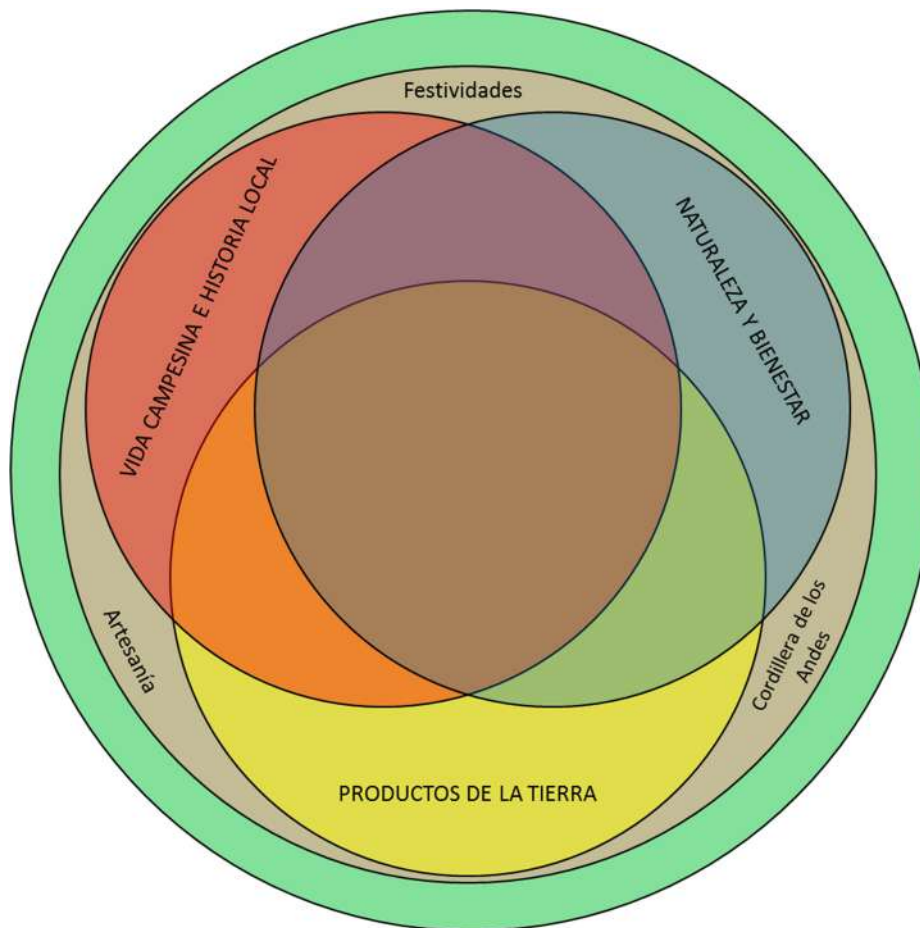


Embalse Tutuven, Cauquenes. Fotografía DTS Consultores



Rio Longaví. Fotografía DTS Consultores



**Esquema n° 6. Ejes temáticos MauleSur**

Fuente: elaboración propia equipo consultor

### 6.1.3.3 Visión general

Considerando la puesta en valor del patrimonio del territorio MauleSur y los ejes temáticos relevados “Vida Campesina e Historia Local”, “Productos de la Tierra” y “Naturaleza y Bienestar” se propone que la visión general proyectada por MauleSur sea:

### **MauleSur: Naturaleza campesina** Cultura y vida sustentable

Los actores turísticos y los habitantes del territorio deben presentar ante el visitante un destino turístico, especialmente posicionar el concepto de unidad, de formar parte de un solo lugar. Que cada comuna se sienta MauleSur.

Ofrecer al turista un lugar donde se puede experimentar la verdadera naturaleza campesina, concepto que incluye la biodiversidad natural y la vida campesina, presentando esto en un marco que releve su cultura, su historia y su forma de vida sustentable.

Con esta imagen intencional como concepto central del destino, con la planta turística y los operadores inversos en este, con una buena interpretación del patrimonio y sobre todo con los

importantes atractivos del destino, se podrán configurar las experiencias turísticas que servirán de guía para la construcción de los programas y la planificación de las visitas ofrecidas al turista.

#### 6.1.3.4 Definición de experiencias turísticas

La experiencia turística debe poner el acento en la propuesta de valor del territorio. De esa manera, será posible una vivencia única, diferenciada y visible en todo el territorio. Es decir, se deben definir los objetivos estratégicos de la vivencia en el territorio, para que estos articulen una historia que sea la base de los desarrollos turísticos futuros.

Se proponen las siguientes experiencias turísticas para el destino MauleSur: **Cordillera Campesina, El trabajo de la tierra y Salud y Bienestar**. El desarrollo de la oferta turística en base a estas tres experiencias, engloba los ejes temáticos relevados de su patrimonio y por lo tanto persiguen la consolidación de su identidad.

**Tabla n° 39. Experiencia turística Cordillera Campesina**

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJETIVO</b>                                 | Integrar la vida rural campesina en los recorridos que se realizan por cauces fluviales, lagos y lagunas de la Cordillera de los Andes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                              | <p>Turismo natural, turismo aventura, andinismo, etc. todo con el ingrediente especial y diferenciado de la vida campesina.</p> <p>Se busca que la experiencia turística logre vivenciar la capacidad sustentable de la vida en la cordillera del MauleSur. Que se viva una relación estrecha entre la experiencia de lo natural y la vida rural. Las expediciones hacia la reserva nacional Los Bellotos, hacia el sector cordillerano el Melado y su río, hacia Rabones, las ascensiones al Nevado de Longaví, los descensos por el río Achibueno y todo el paisaje de su cuenca; las travesías por sus lagos y lagunas, Lago Colbún, Laguna Achibueno, Laguna Amargo, el embalse Bullileo y Digua, son algunos ejemplos de los recorridos que se pueden realizar para vivir esta experiencia.</p> |
| <b>ÁMBITOS DE LA EXPERIENCIA</b>                | <p>Ámbito de introducción:</p> <p><b>Centro de interpretación de la cordillera de los Andes</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                 | Ámbito 1: <b>Travesías cordilleranas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                 | Ámbito 2: <b>Navegando ríos, lagos y lagunas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                 | Ámbito 3: <b>Vida rural cordillerana, autonomía y sustentabilidad.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>COMUNA Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS ASOCIADOS</b> | <p><b>Colbún</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sector Cordillerano El Melado</li> <li>- Reserva Nacional Los Bellotos</li> <li>- Sector precordillerano Rabones</li> <li>- Tramo sendero de Chile Los Bellotos</li> <li>- Tramo sendero de Chile Río Melado</li> <li>- Río El Melado</li> <li>- Lago Colbún</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                 | <p><b>Linares</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valle Ancoa</li> <li>- Cajón de Vegas de Salas</li> <li>- Estero Pejerrey</li> <li>- Sectores Pejerrey y Monte Oscuro</li> <li>- Río Achibueno</li> <li>- Río Ancoa</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

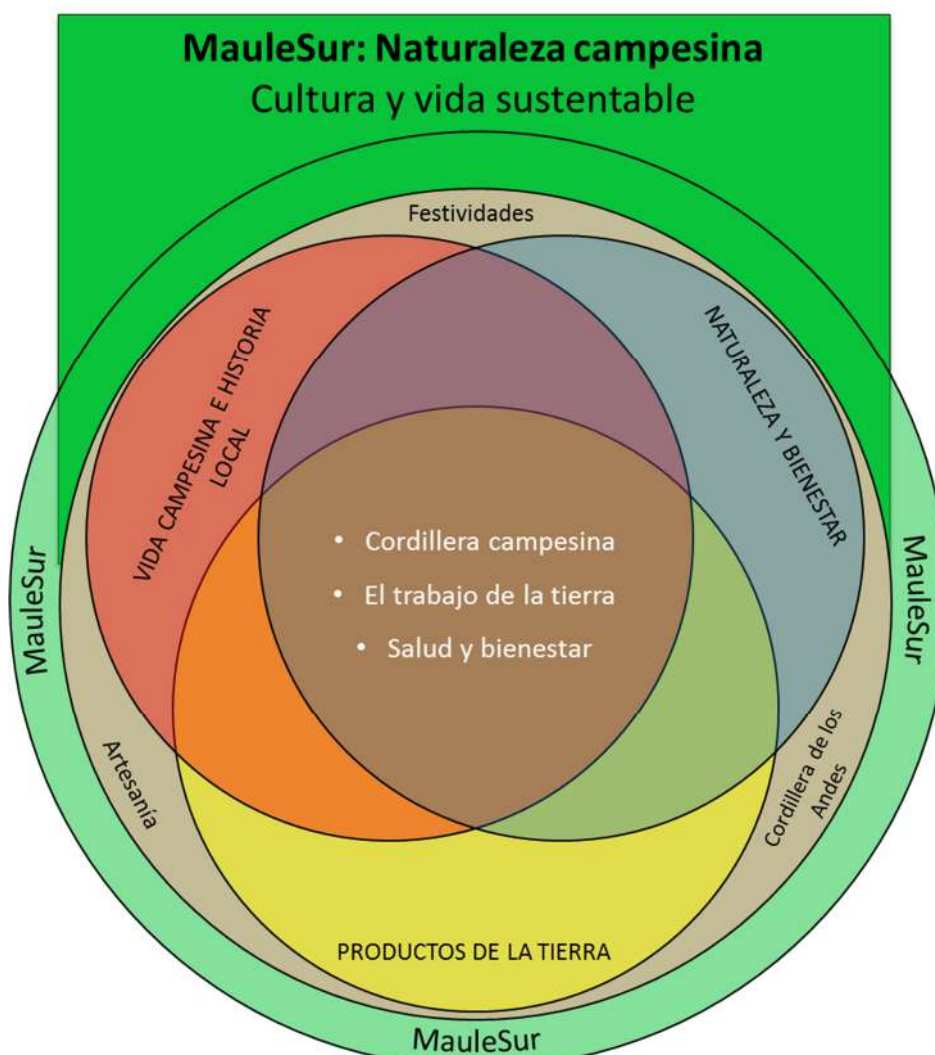
|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   | <b><u>Longaví</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nevado de Longaví</li> <li>- Laguna Achibueno</li> <li>- Río Longaví</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                   | <b><u>Parral</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Laguna Amargo</li> <li>- Cascada Los Escondido</li> <li>- Puente La Balsa</li> <li>- Río Malcho</li> <li>- Bullileo</li> <li>- Cajón de Ibáñez</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Tabla n° 40. Experiencia turística El Trabajo de la Tierra</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>OBJETIVO</b>                                                   | Invitar al turista a descubrir el campo chileno y la forma de vida de su gente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                                                | El trabajo con los animales, el trabajo en las huertas, las distintas formas de mansas de caballos, los trabajos en artesanías en un sinfín de materiales, los museos. Todo esto articulado con las visitas a los principales atractivos de la zona, debe convertirse en la experiencia central de MauleSur. Ejemplos de estas experiencias son las visitas a casas donde se vive el agroturismo o una domadura de caballo, combinado con visita a viñas, arroceras, fábricas de tejas y ladrillos, participar de talleres de las artesanías en Crin, de las Loseras de Pilén, de las artesanías en madera, en lana y talabartería, las visitas a los museos comunales y particulares y a las diversas festividades campesinas de todo el territorio. Es necesario calendarizar las festividades de MauleSur, con el objetivo de plantear una agenda integrada y diversificada de eventos que los turistas pueden vivir en el territorio. |
| <b>ÁMBITOS DE LA EXPERIENCIA</b>                                  | Ámbito de introducción:<br><b>Red de museos MauleSur</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                   | Ámbito 1: <b>Historia y Cultura del Campo Chileno</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                   | Ámbito 2: <b>Mujeres y Hombres artesanos de MauleSur</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                   | Ámbito 3: <b>Enoturismo en MauleSur</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                   | Ámbito 4: <b>Campos productivos: el trigo, el arroz, las tejas y el ladrillo, la pequeña agricultura y la vida rural.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>COMUNA Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS ASOCIADOS</b>                   | <b><u>Colbún</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Museo Antropológico y Arte Rupestre de Colbún</li> <li>- Noche de San Juan en Rari</li> <li>- Fiesta de San Sebastián en Panimávida</li> <li>- Fiesta de la esquila de Quinamávida</li> <li>- Fiesta del crin de Rari</li> <li>- Muestra de artesanía y folklore nacional</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                   | <b><u>Linares</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Catedral de Linares</li> <li>- Parroquia Corazón de María (mh)</li> <li>- Museo de Arte y Artesanía de Linares (mh)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                   | <b><u>Longaví</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Festival Longaví canta</li> <li>- Paisaje agrícola</li> <li>- Cantoras a lo humano y lo divino</li> <li>- Museo El Canario</li> <li>- Parque Tecnológico para la Agricultura Familiar</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|  |                                                                      |
|--|----------------------------------------------------------------------|
|  | - Artesanía en madera, calabaza, lana                                |
|  | <b><u>Parral</u></b>                                                 |
|  | - Centro conmemorativo Pablo Neruda                                  |
|  | - Puente ferroviario de Perquilauquen (mh)                           |
|  | - Fiesta de la cerveza de Parral                                     |
|  | - Campos de arroz                                                    |
|  | <b><u>Retiro</u></b>                                                 |
|  | - Planta Tucapel                                                     |
|  | <b><u>San Javier</u></b>                                             |
|  | - Fiesta cultura y vinos de San Javier                               |
|  | - Puente ferroviario sobre el Río Maule (mh)                         |
|  | - Iglesia de Nirivilo (mh)                                           |
|  | - Fiesta de la virgen campesina de Nirivilo                          |
|  | - Fiesta de San Francisco en Huerta del Maule                        |
|  | - Fiesta de la cultura y el vino en Corinto                          |
|  | - Huerta del Maule                                                   |
|  | - Valle del Caliboro                                                 |
|  | - Viña Caliboro                                                      |
|  | - Viña Caliboro Aventura                                             |
|  | - Viña Balduzzi                                                      |
|  | - Cooperativa Vitivinícola Loncomilla                                |
|  | - Viña Tabontinaja                                                   |
|  | <b><u>Villa Alegre</u></b>                                           |
|  | - Sector de los hombres ilustres del cementerio de Villa Alegre (mh) |
|  | - Museo del vino de Loncomilla Rigoberto Urrutia                     |
|  | - Museo municipal y casa de la cultura de Villa Alegre (mh)          |
|  | - Templo parroquial niño Jesús de Villa Alegre (mh)                  |
|  | - Festival de la naranja de plata en Villa Alegre                    |
|  | <b><u>Yerbas Buenas</u></b>                                          |
|  | - Plaza la Recova de Yerbas Buenas                                   |
|  | - Sector Plaza de Armas y adyacente del pueblo de Yerbas Buenas (zt) |
|  | - Casa del Brigadier Pareja (mh)                                     |
|  | - Club de Rayuela Corta Lienza                                       |
|  | <b><u>Cauquenes</u></b>                                              |
|  | - Cauquenes                                                          |
|  | - Ruta los Conquistadores                                            |
|  | - Casa de la Cultura y Museo Histórico de Cauquenes                  |
|  | - Iglesia san Alfonso de Cauquenes                                   |
|  | - Festival de los Barrios                                            |
|  | - Viña Lomas de Cauquenes                                            |
|  | - Fábricas artesanales de ladrillos y tejas                          |



Tabla n° 41. Experiencia turística Salud y Bienestar

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| OBJETIVO                                 | Potenciar el termalismo existente y proyectarlo al resto del destino como un turismo de bienestar. MauleSur se presenta como el lugar ideal para el descanso, la sanación y la desconexión.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| DESCRIPCIÓN                              | El turismo de bienestar se ha estado desarrollando en distintos lugares del mundo los últimos años y ha tenido un crecimiento sostenido, la experiencia debe involucrar los distintos lugares dedicados al bienestar y a la relajación con profesionales que promuevan la renovación del cuerpo, la mente y el espíritu. Hoy, el destino cuenta con importantes centros a nivel nacional, como las termas de Quinamávida, las termas de Panimavida o las termas de Catillo y numerosas termas naturales alrededor del territorio. Se debe fomentar el desarrollo de centros integrales de SPA y la oferta de programas que integren salidas a recorrer los paisajes y la vida rural de MauleSur. |
| ÁMBITOS DE LA EXPERIENCIA                | <p>Ámbito de introducción:</p> <p><b>Cada uno de los centros particulares en el territorio debe convertirse en la puerta de entrada al turismo de bienestar en MauleSur. Así también, debe articularse una red de trabajo entre todos los actores para potenciar esta experiencia.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                          | Ámbito 1: <b>Termalismo en MauleSur</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                          | Ámbito 2: <b>Formas de renovación de cuerpo y mente</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                          | Ámbito 3: <b>Escenarios de meditación y contemplación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| COMUNA Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS ASOCIADOS | <p><b><u>Colbún</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Termas de Panimavida</li> <li>- Termas de Quinamavida</li> <li>- Lago Colbún</li> <li>- Reserva Nacional los Bellotos del Melado</li> <li>- Río el Melado</li> <li>- Noche de San Juan en Rari</li> <li>- Fiesta de San Sebastián en Panimavida</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                          | <p><b><u>Linares</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estero Pejerrey</li> <li>- Cajón del Achibueno</li> <li>- Achibueno lodge</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                          | <p><b><u>Longavi</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campings ecológicos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                          | <p><b><u>Parral</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Termas de Catillo</li> <li>- Embalse Bullileo</li> <li>- Embalse Digua</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                          | <p><b><u>San Javier</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Río Loncomilla</li> <li>- Río Perquillauquen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                          | <p><b><u>Yerbas Buenas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hostal Reencuentro</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                          | <p><b><u>Cauquenes</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Río Cauquenes</li> <li>- Embalse Tutuven</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

**Esquema n° 7. Resumen guion turístico territorial MauleSur**

Fuente: DTS Consultores Ltda.

**6.1.3.5 Propuesta de proyectos e intervenciones en el territorio**

El presente apartado, se genera en función de la necesidad de implementar proyectos específicos en MauleSur, que tiendan a transformar un espacio geográfico en un destino turístico. Asimismo, para que este destino cuente con una propuesta de valor que lo haga atractivo para los mercados meta, es necesario poder vivir experiencias memorables, y para eso, una de las directrices a seguir, debe ser la implementación de proyectos que sumen en atraktividad y que permitan visualizar un territorio recordable.

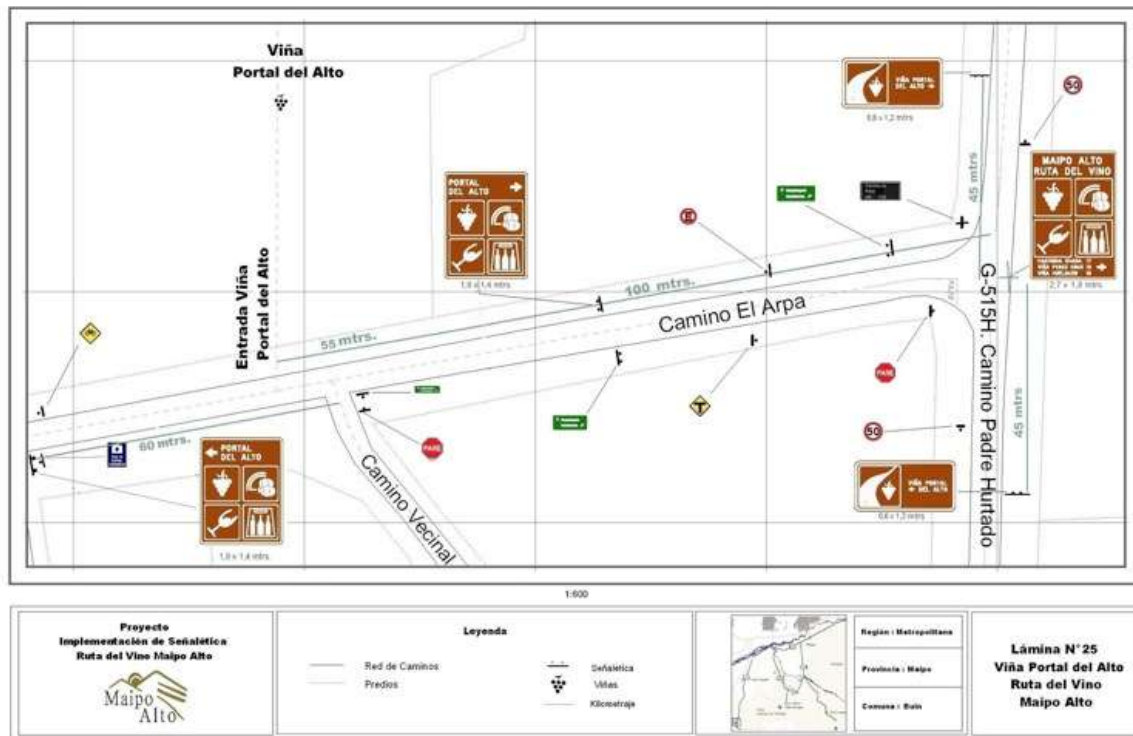
Es así, que a continuación se proponen proyectos que permitirán poner en valor las experiencias propuestas y que serán consideradas dentro de la cartera de programas y proyectos globales del PLADETUR, estos proyectos son:

- Proyecto de implementación y estandarización de señalética;
- Centro de interpretación de la cordillera de los Andes (CICA);
- Red de museos MauleSur;
- Asociación de turismo de bienestar MauleSur.

## 1. Proyecto de implementación y estandarización de señalética

Es indispensable y prioritario, para todo el destino MauleSur, el diseño e implementación de señalética en el territorio. Se debe considerar un levantamiento de la situación actual, el diseño de estándares y tipologías a implementar, considerando la señalética vial de orientación, señalética de orientación interna y señalética interpretativa turística en los distintos atractivos del destino. Se debe tener presente lo fundamental que es su implementación. Toda la señalética, debe reflejar en su diseño una visión unitaria basada en los conceptos de este guion.

Imagen N° 19. Ejemplo de proyecto de señalética vial



Fuente: Ruta del Vino Maipo Alto

Imagen n° 20. Ejemplo de proyecto de señalética de orientación interna



Imagen n° 21. Ejemplo de proyecto de señalética interpretativa



## 2. Centro de interpretación de la Cordillera de Los Andes (CICA)

La vocación cordillerana del territorio, debe estar contenida en un lugar que permita al visitante interiorizarse de todas las posibilidades turísticas en la montaña. Este centro debe interpretar el patrimonio cordillerano-campesino de MauleSur. Asimismo, debe ser capaz de contener todo el patrimonio de la Cordillera de Los Andes, desde Venezuela hasta Tierra del Fuego, convirtiéndose en un referente a nivel sudamericano. Las potencialidades de un centro de estas características, tienen su importancia en ser el primer centro de este tipo en Chile y América. El CICA debe ser diseñado pensando en convertirse en un atractivo turístico en sí mismo, entendiendo la significancia que tendrá para el destino y la Región.

Fundamental para el éxito del centro propuesto, es que se incorpore a una oferta turística global. En este sentido, se propone que el CICA forme parte del proyecto Centro de esquí Nevado de Longaví.

El programa de usos de las infraestructuras, al menos, debe contener:

**Tabla n° 42. Programa arquitectónico tentativo Centro de Interpretación de la Cordillera de Los Andes**

| <b>PROGRAMA ARQUITECTÓNICO TENTATIVO</b>  |              |
|-------------------------------------------|--------------|
| <b>Descripción</b>                        | <b>m²</b>    |
| <b>Recepción/información turística</b>    | 20           |
| <b>Sala muestra permanente</b>            | 60           |
| <b>Sala multiuso, muestras temporales</b> | 60           |
| <b>Cafetería</b>                          | 40           |
| <b>Tienda</b>                             | 20           |
| <b>Baños</b>                              | 12           |
| <b>Total m² útiles</b>                    | <b>212</b>   |
| <b>20% Circulaciones</b>                  | 42,4         |
| <b>Total m² Construidos</b>               | <b>254,4</b> |

Fuente: elaboración propia equipo consultor

En la cartera de programas y proyectos se entrega un detalle del proyecto de arquitectura, construcción, museografía e interiorismo.

**Imagen n° 22. Fotos referenciales distintos centros de interpretación o museos de montaña en el mundo**



Fuente: imágenes referenciales google



### **3. Red de museos MauleSur**

La existencia de importantes museos comunales con variada dedicación, entre otros, el Museo de Arte y Artesanía de Linares, el Museo del Vino de Loncomilla, el Museo Antropológico y Arte Rupestre de Colbún, el Museo Municipal y Casa de la Cultura de Villa Alegre o la Casa de la Cultura y Museo Histórico de Cauquenes y los museos particulares, permiten pensar en una red de vivencia del patrimonio de MauleSur.

Trabajando en conjunto y diversificando la oferta en el territorio, se podrá entregar al visitante un importante punto de partida para tener una inmersión en la experiencia de la vida del campo chileno, su historia y su cultura.

Los museos de la región del Maule constituyen hoy una red con enfoque turístico patrimonial de interés especiales y así también, existen en Chile otros ejemplos colaborativos entre museos de una misma región como la Red de Museos de la Región de los Ríos o la Red de Museos de Coquimbo. La organización de los museos de MauleSur, debe incorporarse a una red regional con una oferta unificada y pensando en el desarrollo del destino turístico.

### **4. Asociación de turismo de bienestar MauleSur**

“El termalismo se presenta como un recurso endógeno, con múltiples y excepcionales valores naturales y culturales, característico del medio rural, capaz de vertebrar a su alrededor dinámicas de desarrollo socioeconómico y empleo, aprovechando su potencial en el ámbito de la salud, el bienestar y el turismo no estacional.”<sup>70</sup>

La frase anterior define exactamente lo que se debe buscar al consolidar la oferta de salud y bienestar en MauleSur. Aprovechar su capacidad de llegar a nuevos segmentos y provocar una ampliación de las temporadas, o incluso desestacionalizar el territorio.

La investigación en torno a zonas en el mundo que se han desarrollado en función de esta temática, indica que ha sido generado a partir de empresas privadas (Vichi en Francia, por ejemplo), que descubrieron este potencial y han aumentado su oferta de productos y servicios, hasta transformarse en potencias a nivel mundial en venta de productos cosméticos y otros. Existen otros destinos que cuentan con recursos de este tipo y han generado equipamiento para llegar a diversos segmentos, ampliando la búsqueda más allá de entregar productos a nichos como la tercera edad y/o personas con problemas de salud. La tendencia es ampliar la oferta a familias con hijos, generando toda una propuesta para niños, jóvenes y en general un público que hoy en día busca desconectarse de la vida diaria y presión laboral y social cada vez más masiva.

Se propone consolidar el turismo de bienestar en el destino, a través del trabajo asociativo de los empresarios de este rubro. El principal foco de este proyecto, debe ser el posicionamiento de MauleSur como el principal destino de bienestar del país. Para lo anterior, sumado a la asociatividad, se deberá crear un observatorio del turismo de bienestar, orientado a la investigación y desarrollo del termalismo, la salud y la belleza.

La asociación deberá velar por incorporar a la mayor cantidad de empresas relacionadas al turismo de bienestar, incluyendo a los operadores locales y receptivos a nivel nacional.

---

<sup>70</sup> Observatorio Nacional de Termalismo y Desarrollo Rural, España

## 6.2 Determinación de la imagen objetivo turística

### 6.2.1 Imagen objetivo conceptual

Los talleres participativos y el guion turístico, son la base para generar las distintas nociones de lo que debe proyectar el territorio, para finalmente poder alcanzar la condición de ser un destino turístico de calidad mediante la ejecución de los planes, programas y proyectos que se propongan para la el MauleSur.

Entre los conceptos más emblemáticos, captados a través de las distintas instancias de participación y a la apreciación personal de los consultores a cargo de este estudio, se encuentran los siguientes:

Agricultura, cultura, termas, naturaleza, artesanía, viñedos, campo, tradiciones, artesanía

Estos elementos reflejarían la **Identidad Propia y Diferenciadora** de las distintas comunidades pertenecientes al territorio, por lo que a continuación se presenta la imagen objetivo turística, resultado de las distintas fases metodológicas del estudio y que se transforma en la declaración de intenciones del territorio, que guiarán el trabajo en el corto, mediano y largo plazo, mostrando estos conceptos a través de un mensaje certero que acompañe el desarrollo del MauleSur en cada una de sus intervenciones, relacionadas directa e indirectamente con el turismo.

***MauleSur es un destino turístico sustentable y reconocido a nivel nacional, que cuenta con una organización público – privada que se articula con los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo, bajo un enfoque de calidad, identidad y competitividad. Donde la comunidad local se identifica con la actividad turística, debido al aporte de esta última a la diversificación de la economía local y al mejoramiento de la calidad de vida. Este trabajo integral, tiene como resultado un territorio donde es posible vivir experiencias turísticas generadas desde su naturaleza campesina, cuyos atributos de identidad son los productos de la tierra, la vida campesina e historia local y la naturaleza y el bienestar.***

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

La idea de los bienes que entrega la tierra en el mismo espacio geográfico de una cordillera presente y la posibilidad de obtener un bienestar de todo aquello debe ser la base para la conformación y diseño de los productos inmediatos y otros más en el largo plazo, como las experiencias turísticas, la imagen de marca y el empaquetamiento de la oferta. Los conceptos que se destacan son los siguientes:

“*Cordillera*”, refiriéndose al escenario natural que destaca en el territorio y que puede abarcar multitud de actividades relacionadas con el turismo de intereses especiales.

“*Productos de la tierra*”, 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 que expone un escenario ya casi inexistente en Chile, la variedad de cultivos que es posible encontrar al recorrer el MauleSur.

“*Salud y bienestar*”, este es un aspecto potente que hoy en día es muy presente, pero que tiene una capacidad aun no explorada ni explotada, que es la creación de bienes y servicios en torno a la sanación, y donde se puede llegar a segmentos y nichos potenciales.



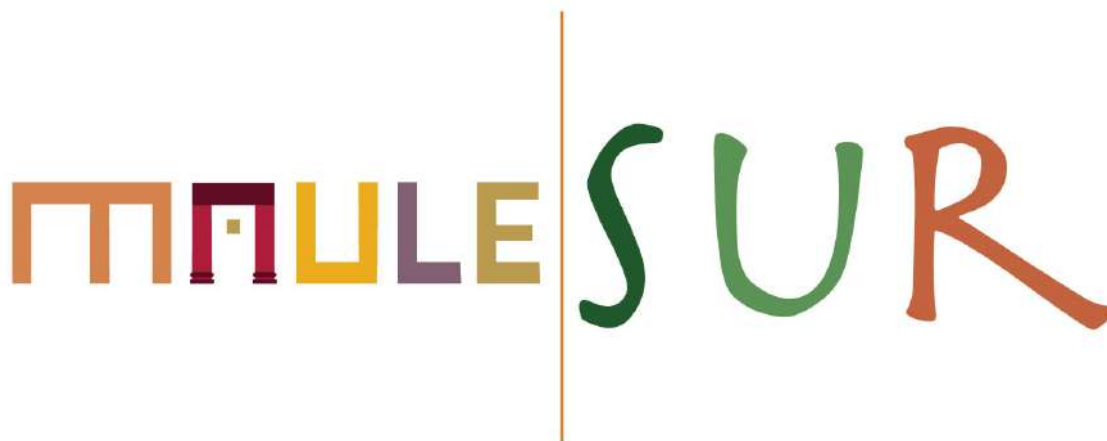
### 6.2.2 Imagen objetivo gráfica del destino

Con el fin de contar con un sustento gráfico que apoye las actividades que se llevarán a cabo durante, al menos, el primer año del PLADETUR, guiado por la organización que se establezca para aquello, se ha diseñado un logo y redactado un slogan que pueda ser utilizado como marca.

El proceso contó con varias fases. Las primeras fueron la generación de insumos para poder generar propuestas y que se detallaron en el capítulo 5 de participación ciudadana. De acuerdo a esos antecedentes, se diseñaron tres logos que fueron enviados a la comunidad que participó en los talleres, subida a las redes sociales creadas para este PLADETUR, y finalmente se aprobó por votación en las mesas de trabajo.

El resultado final de este proceso se muestra en la siguiente imagen.

**Imagen n° 23. Logo marca turística MauleSur**



Fuente: elaboración propia equipo consultor

Además, se decide que el slogan de la marca será:

*Experiencia, tradición y bienestar*

El logo de la imagen anterior, en su formato editable se entrega en Anexo N° 9 (archivo ilustrator), mientras que el manual de marca, que se corresponde con la guía para la utilización de la misma, se entrega en Anexo N° 10 (archivo PDF). Asimismo, para esta consultoría se produjeron elementos de merchandising tangibles para ser usados por la organización de gestión del territorio en distintas instancias de presentación del MauleSur. Estos elementos son:

- 100 unidades de porta tarjetas
- 100 unidades de libretas ecológicas de notas
- 100 unidades de tazas cuadradas
- 1.000 unidades de lápices ecológicos
- 500 unidades de bolsas ecológicas

Fotografías de cada uno de estos elementos se entregan en Anexo N° 11 del presente informe.

## 7. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL DESTINO MAULE SUR

### 7.1 Estrategia de desarrollo turístico MauleSur

Durante los ocho meses que se llevó a cabo la consultoría del Plan de Desarrollo Turístico para el destino MauleSur, se recopilaban antecedentes que determinaron que existían ejes estratégicos sobre los cuales era pertinente sustentar el progreso del territorio, desde el punto de vista de la actividad turística.

La principal fuente de información se correspondió con los talleres participativos, donde la comunidad propuso ciertas temáticas que debían ser consideradas en una cartera de programas y proyectos. El siguiente esquema, muestra de manera visual, los ejes estratégicos de desarrollo.

**Esquema n° 8. Ejes estratégicos Pladetur MauleSur**



Fuente: elaboración propia

Cada uno de ellos tiene una justificación, orden y nivel de prioridad, de acuerdo al trabajo realizado en las distintas fases de elaboración del PLADETUR.

Muy ligado la gestión del destino, se encuentran las comisiones de trabajo por eje estratégico con, uno o más representante de organismos públicos que se relacionen con la temática del eje estratégico y un grupo de empresarios/emprendedores/actores del territorio.

El esquema muestra que la Gobernanza y Asociatividad, es un eje que es transversal a toda la propuesta, que debe tener un directorio propio y que como tal pueda ser el marco en el cual se desenvuelva esta asociatividad.

#### **I. Gobernanza y asociatividad MauleSur**

Este eje es la base para la conformación de un destino turístico sostenible, la gobernanza y asociatividad se encuentra ligada al modelo de gestión, que implica la creación de una Organización de Gestión del Destino que identifique 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 vinculantes, y el sistema de financiamiento de estructura operativa.

#### **II. 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.

Se propone que la comisión que se haga cargo de este eje estratégico cuente con la participación de la dirección de vialidad/obras públicas.

#### **III. Fomento productivo**

Este eje está enfocado a las herramientas necesarias para un mejor desarrollo del territorio, en relación al desarrollo económico local y el emprendimiento, para que todos puedan tener las mismas posibilidades, con la entrega de capacitación, asesoría y un seguimiento constante para ver los avances instalados. Asimismo, debería ser la instancia de aplicación del guion turístico territorial, en los emprendedores y empresarios vinculados directamente a la entrega de servicios al turista.

Esta comisión deberá estar integrada por al menos un 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 que tiene como concepto central aplicar el guion turístico territorial a las empresas miembro de MauleSur.

#### **IV. 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, tanto en el sector privado como en el público

Se hace necesaria la creación e implementación de un programa formativo al corto y mediano plazo, con características que entregue las competencias laborales pertinentes para que el territorio cuente con mano de obra calificada y por ende entregar servicios de mayor calidad.

La comisión que se preocupe de este eje estratégico deberá 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 MauleSur

## V. Calidad, innovación y competitividad

Entendiendo las cualidades del destino MauleSur y la alta competencia, es necesario trabajar para el desarrollo de ofertas distintivas, sustentables 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 que 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 el guion turístico territorial y sobre todo los nodos experienciales a través de la elaboración de proyectos creativos que lleve al destino a ser competitivo y sostenible.

## VI. Difusión, promoción y marketing turístico

Durante la etapa de conformación e implementación del destino debe existir una difusión interna entre los actores del destino, 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 ejecute acciones tácticas de posicionamiento del destino.

### 7.2 Análisis situacional comunas que integran el destino MauleSur

#### 7.2.1 Análisis del ciclo de vida turística de las comunas que integran el MauleSur

El grado de éxito de una estrategia de desarrollo turístico en un destino, depende de la situación de cada área o polo que integra el mismo. En este caso, el destino MauleSur agrupa a nueve comunas, donde cada una de ellas posee características propias y distintos niveles de involucramiento en torno a la actividad turística. Por lo anterior, se aplicará la metodología de **ciclo de vida de un destino turístico** a cada comuna, lo que se traducirá en un insumo para una inserción adecuada en el destino.

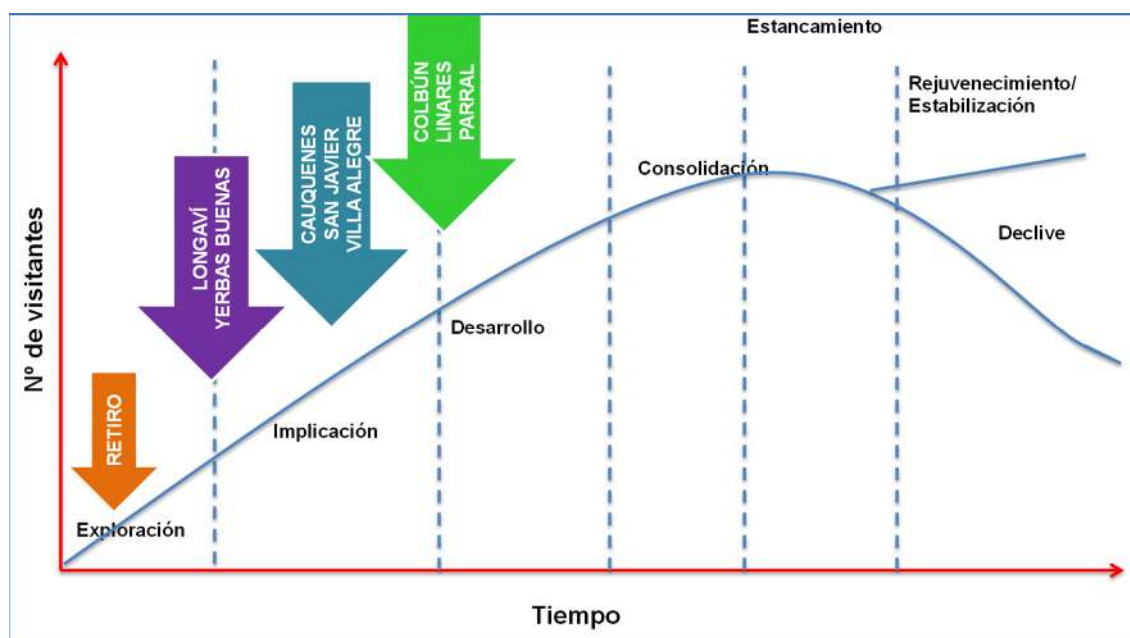
La hipótesis básica del ciclo de vida de los destinos turísticos (Butler, 1980)<sup>71</sup> es que este, entendido como una amalgama de productos turísticos específicos, experimenta un ciclo vital y que se relaciona directamente con el “número de turistas”. Desde esta lógica, se entiende que los destinos tienen un ciclo de vida por fases o niveles de desarrollo, que son muy importantes para comprender la gestión del mismo, estudiar y analizar sus fases.

En el caso de las comunas del MauleSur, esta metodología se adaptará y se incorporará el elemento “oferta” a la determinación del ciclo de vida, en el contexto que la demanda se encuentra estudiada desde el punto de vista de llegada a alojamientos turísticos y no de la realidad de cada comuna (en Anexo N° 12 se entrega el análisis del ciclo de vida de un destino turístico, según Butler). Esta adaptación del ciclo de vida, se entiende también desde el punto de vista que el comparativo se realiza entre ellas –comunas-, ya que, si este se realizara como destino y comparándolo con otros más desarrollados, es probable que los resultados fueran muy distintos.

A continuación, se presenta el esquema de ciclo de vida de un destino, identificando la posición que ocupa cada comuna en el mismo.

<sup>71</sup> Las fases del ciclo de vida de un destino turístico, se extraen desde el libro Marketing Turístico de Antoni Serra, editado el año 2002 por Ediciones Pirámide.

Esquema n° 9. Ciclo de vida turística comunas MauleSur



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

Para establecer la posición que ocupa cada comuna en el esquema, se generó un análisis cuantitativo que involucró; atractivos turísticos, alojamientos y demanda, con que cuenta cada una de ellas, expresándose de esa manera. En los próximos párrafos se explica esta posición competitiva por comuna.

La comuna de **Retiro**, es la que se encuentra más lejos de un nivel de consolidación, está en la **fase de exploración**, lo que implica que el destino, en teoría, es descubierto y visitado por un número reducido de visitantes. No obstante, en el caso de esta comuna se relaciona con el hecho de no poseer atractivos turísticos, y los alojamientos están más bien asociados a campings que nacen durante espacios determinados no contando con permisos de funcionamiento. El municipio ha organizado, en distintos momentos, algunos festivales que ha atraído gente local, pero que no ha repercutido en que la población local se vea involucrada y genere instalaciones turísticas. En términos de atraktividad, más allá de las fiestas, Retiro podría verse involucrado en el desarrollo del destino a través de sus campos abiertos y sembrados y, principalmente, la planta arrocería Tucapel, que tal como se señaló en el guion turístico, parte fundamental de la experiencia es conocer cada uno de los procesos de elaboración de productos, desde su cultivo, cosecha y terminando en el empaquetamiento.

En tanto, las comunas de **Longaví y Yerbabuenas** se encuentran en una **fase intermedia entre exploración e implicación**, argumentado porque los turistas que visitan los recursos son limitados y no existen grandes instalaciones turísticas, son más bien los negocios que están a disposición de los habitantes locales, los que comienzan a extender su oferta a esta nueva demanda. Desde el punto de vista de la atraktividad, las dos comunas son distintas y complementarias, mientras Yerbabuenas posee un conjunto de recursos más relacionados con la historia, Longaví muestra una gran fortaleza con su cordillera. No obstante lo anterior, ambas comunas tienen la esencia del campo, donde es factible encontrar actividades como la producción de productos de la tierra, trillas y domaduras de caballo e incluso cantoras a lo divino.

En una **fase de implicación**, se encuentran las comunas de **Cauquenes, San Javier y Villa Alegre**. Lo anterior, por cuanto poseen una infraestructura que les permite recibir una mayor cantidad de turistas, pudiendo abarcar el aumento del número de visitantes año a año, y sobre todo en la implicación de la comunidad local, que se demuestra con la instalación de nuevo equipamiento

turístico y la demanda por suministros y servicios. Esta fase también se relaciona con la presión que comienza a ejercer el mercado, sobre la administración pública, conforme el surgimiento de necesidades de nuevo y/o mejoramiento de la infraestructura que sirve como apoyo a la actividad turística.

Las tres comunas tienen un fuerte punto en común, y que se encuentra en los viñedos y plantas de elaboración de vinos. Una de las más avanzadas es la Viña Balduzzi, en San Javier, siendo la única en Chile que abre al turismo todos los días del año. Lo que les da una ventaja frente a otros valles que hoy se encuentran mejor posicionados. San Javier también posee el Valle del Caliboro, que se encuentra en función de sus viñas, pero que lo mezcla con otros productos muy complementarios. En esa misma lógica, Villa Alegre tiene un Museo del Vino y otros espacios que llevan a degustar estos productos locales. En tanto, Cauquenes aporta con la viña Lomas de Cauquenes, la que está abierta al público y cuyos viñedos se encuentran en medio de la ciudad, y es posible admirar todas las cepas y tipos de producción. A lo anterior, se suman iniciativas como las artesanías de Pilén, declaradas Tesoro Humano Vivo, que le entregan integralidad a la experiencia.

Finalmente, las comunas de **Colbún, Linares y Parral**, se encuentran en una **fase intermedia entre implicación y desarrollo**. Si este análisis fuera elaborado solo en base a la cantidad de llegadas a establecimientos de alojamiento, el resultado hubiese sido más avanzado, pero los análisis demuestran que estas comunas reciben más bien personas cuyo objetivo es el trabajo y no el turismo. De todas maneras, se encuentran más avanzadas que las otras, medido por la cantidad de atractivos, cantidad de camas y personas que llegan, siendo comunas más avanzadas en este sentido. Es en estas comunas donde se concentra la experiencia de salud y bienestar, relevado por el guion turístico, cuyo principal exponente son las termas, con su equipamiento más importante y reconocido, pero que trabajan de manera más bien aislada. Por lo anterior, la estrategia apunta a la articulación como forma de soslayar las implicancias negativas de la actividad turística, potenciando las positivas.

La fase de desarrollo advierte que en la temporada alta los destinos ven superados el número de su población por la cantidad de visitantes, en este caso esto aún no es factible advertirlo, no obstante, cada año se generan nuevas actividades; festivales, congresos y eventos, entre otros, que hacen que sean protagonistas. De todas maneras, estas comunas dan cuenta de un factor negativo de la fase de desarrollo, y que corresponde con las externalidades negativas producidas por la llegada de visitantes, como la alteración de elementos que entregan la atractividad. Este es el caso de la zona de Achibueno, donde sus habitantes (empresarios turísticos principalmente) señalan que el sector adolece de condiciones mínimas para evitar los impactos de la gran llegada de personas. Por lo anterior, el SERNATUR Maule ha tomado las medidas respectivas contratando la ejecución de un plan de intervención para la zona, que permitirá ordenar y gestionar las actividades que se realicen.

Esta intervención de SERNATUR sustenta que en esta fase de desarrollo exista una motivación mayor del sector público por involucrarse en la actividad turística, entregando recursos económicos y herramientas para la planificación y gestión turística.

Luego de conocer la fase del ciclo de vida donde se encuentran cada una de las comunas del MauleSur, una conclusión pertinente es señalar que el destino se encuentra en fases iniciales, por lo que estar elaborando un PLADETUR, es esencial para planificar un territorio donde aún la actividad turística no ha repercutido de manera negativa, o bien estos casos son más bien aislados.

Si es pertinente señalar que muchas veces los destinos no van acorde al nivel de “entusiasmo” de sus empresarios y emprendedores. Esto se da justamente en este territorio, donde los gobiernos locales, en su mayoría, aún no han tomado decisiones clave para enfrentarse a este desarrollo, por lo que los empresarios y comunidad involucrada están mucho más adelantados y expectantes de lo que puede significar una gestión con sentido.

### 7.2.3 Requerimientos estratégicos para el desarrollo integral de las comunas del MauleSur

Las diferentes actividades de participación ciudadana, realizadas durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2015, en el territorio que comprende las nueve comunas de MauleSur, explican algunas temáticas fundamentales para plantear un desarrollo turístico integrado y eficiente.

El presente apartado, corresponde a los requerimientos y la forma en que cada comuna se debiese involucrar en torno a esta estrategia de desarrollo turístico. Cada uno de los elementos contenidos en las tablas, se corresponde con líneas determinadas desde distintas instancias de trabajo: propuestas por ellos mismos en los talleres y reforzado en base a la experiencia del equipo y resultados del diagnóstico.

Muchos de los elementos presentes en alguna comuna, se establecen al ser una propuesta que nace desde la misma, no obstante, es factible que si se llega a desarrollar sea transferida o prototipada en destino MauleSur.

En las siguientes tablas se presenta la forma de inserción de las comunas en la estrategia de desarrollo turístico, por eje.

**Tabla n° 43. Inserción comuna de Cauquenes en la estrategia de desarrollo**

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | Si bien existe un encargado de turismo en el municipio, es necesario entregarle mayores herramientas para cumplir labores de planificación y gestión del turismo, tanto a nivel comunal como territorial.                                                                                                                                                                        |
|                                                        | Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna.                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                        | Fortalecimiento de las organizaciones privadas que se corresponden con el rubro turístico de manera directa. Esto es, los artesanos se encuentran agrupados en diversas asociaciones y cuentan con reconocimiento, no obstante, los empresarios hoteleros, gastronómicos o de servicios turísticos en general, trabajan cada uno por su lado y no se ven en un trabajo conjunto. |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | Requerimientos de infraestructura para centros de información turística.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                        | Fortalecer la señalización vial y turística e indagar en propuestas para generar una estrategia que permita revertir el resultado del by pass, en términos de pérdida de personas que entran al centro ya que se dirigen directamente a la costa.                                                                                                                                |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | Fortalecer la información de instrumentos de fomento.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                        | Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | Trabajo a nivel municipal en temas relacionados con conciencia turística y medio ambiente.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                        | Campañas de conciencia y calidad turística a nivel de privados y comunidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                        | Construir recorridos (no necesariamente explícitos), que vinculen el tema productivo de la comuna, que se relaciona principalmente con las artesanías y el trabajo de la tierra.                                                                                                                                                                                                 |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | Elaboración de base de datos de la oferta turística existente en la comuna, a nivel formal y que pueda traspasarse a sitios web vinculados a georeferenciación.                                                                                                                                                                                                                  |



| EJE ESTRATÉGICO | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                      |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | Llevar a cabo giras de reconocimiento interno y otro tipo de acciones entre los empresarios turísticos y los productores, con el fin de generar redes de trabajo.                                        |
|                 | Incorporarse en dinámicas que permitan conocerse entre empresarios de todo MauleSur, con el fin de robustecer la información y trabajar en función del resultado positivo de la integración del destino. |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 44. Inserción comuna de Colbún en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | <p>Crear el cargo de encargado de turismo municipal, que se vincule a la planificación y gestión de la actividad turística comunal.</p> <p>Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna.</p> <p>Creación de una instancia asociativa comunal que logre vincular el trabajo de los empresarios. Hoy en día se representan más bien por zonas y no existe la unificación necesaria, más allá de que puedan convivir distintas asociaciones en una que las puede representar en más altas esferas.</p> |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | <p>Generar agenda para incorporar el mejoramiento de las rutas desde Colbún a la cordillera, ya que al día de hoy estas rutas se hacen por Linares, habiendo mucha mejor accesibilidad.</p> <p>Mejoramiento de señalética vial y turística en toda la comuna, sobre todo hacia la cordillera.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | <p>Fortalecer la información de instrumentos de fomento.</p> <p>Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | <p>Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas conciencia turística para toda la comunidad;</li> <li>• Reglamentos y ordenanzas para el buen desarrollo del turismo;</li> <li>• Formación profesional del RRHH (municipios).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | <p>Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.</p> <p>Generar productos turísticos experienciales que vinculen la naturaleza y la artesanía y que no se vean como dos líneas distintas dentro de un desarrollo, si no que se tome conciencia de que cada uno potencia al otro.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | <p>Puesta en marcha de productos turísticos experienciales que puedan ser promocionados y vendidos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 45. Inserción comuna de Linares en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | <p>Fortalecimiento del tema asociativo entre los privados de la comuna, desde el ámbito de actividades que promuevan los siguientes ámbitos; confianza entre actores, como resolver conflictos y liderazgo, principalmente.</p> <p>Fortalecer y motivar la participación de los privados en la organización de gestión que se desprenda desde este PLADETUR.</p> |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | <p>Mejoramiento de señalética vial y turística en toda la comuna, sobre todo hacia la cordillera.</p>                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | <p>Fortalecer la información de instrumentos de fomento.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| EJE ESTRATÉGICO                                  | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>     | Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas conciencia turística para toda la comunidad;</li> <li>• Reglamentos y ordenanzas para el buen desarrollo del turismo;</li> </ul>                                                                      |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>      | Generar barreras de entrada a mega proyectos que podrían afectar la calidad y competitividad del turismo en el destino.<br>Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.<br>Generar productos turísticos experienciales que vinculen las actividades de campo y tradición con la naturaleza. |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b> | Incorporarse en dinámicas que permitan conocerse entre empresarios de todo MauleSur, con el fin de robustecer la información y trabajar en función del resultado positivo de la integración del destino.<br>Puesta en marcha de productos turísticos experienciales que puedan ser promocionados y vendidos.                                               |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 46. Inserción comuna de Longaví en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | Continuidad del trabajo en red y de integración a nivel privado y fortalecimiento municipal de la actividad turística, ya que en esta comuna se requiere que los beneficios del rubro logren traspasar lo micro y llegar a los que toman altas decisiones.<br>Fortalecer y motivar la participación de los privados en la organización de gestión que se desprenda desde este PLADETUR.                                                 |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | Poner en la agenda de los involucrados (municipio, vialidad, otros) el énfasis en temas de infraestructura, en los siguientes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• El mejoramiento de la ruta Longaví L5 camino a la montaña/Parral L75;</li> <li>• Mayor cantidad de basureros.</li> </ul> Generar proyectos arquitectónicos y de diseño que incrementen la atraktividad de espacios naturales vinculados al Río Longaví. |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | Fortalecer la información de instrumentos de fomento.<br>Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas conciencia turística para toda la comunidad;</li> <li>• Reglamentos y ordenanzas para el buen desarrollo del turismo;</li> <li>• Capacitación: higiene, atención cliente, publico objetivo, empresas, formalización.</li> </ul>                                                    |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | Generar barreras de entrada a mega proyectos que podrían afectar la calidad y competitividad del turismo en el destino.<br>Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.<br>Generar productos turísticos experienciales que vinculen las actividades de campo y tradición con la naturaleza.                                                                              |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | Incorporarse en dinámicas que permitan conocerse entre empresarios de todo MauleSur, con el fin de robustecer la información y trabajar en función del resultado positivo de la integración del destino.<br>Gigantografía en la ruta 5 para vender MauleSur y Retiro como parte del destino.                                                                                                                                            |

| EJE ESTRATÉGICO | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                  |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | Mayor presencia en ferias regionales con productos atractivos relacionado con la tradición y las costumbres locales. |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 47. Inserción comuna de Parral en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA ASOCIATIVIDAD</b> Y                      | <p>Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna.</p> <p>Fortalecer y motivar la participación de los privados en la organización de gestión que se desprenda desde este PLADETUR.</p> <p>Incorporar mayor cantidad de empresarios a la cámara de turismo comunal.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | <p>Generar un plan de infraestructura, desde el punto de vista del soporte a la actividad turística, que pueda ser socializado a las autoridades competentes. Este plan debiese contener, al menos lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoramiento de la ruta Longaví L5 camino a la montaña/Parral L75;</li> <li>• Señalética en ruta 5 sur;</li> <li>• Mejoramiento e información de transporte público;</li> <li>• Mayor cantidad de basureros.</li> </ul> <p>Generar un proyecto que transforme el(los) espacio(s) dedicado(s) a Pablo Neruda con el fin de revertir la situación del "sin sentido" que genera en la población comunal, así como también en las comunas vecinas.</p>                   |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | <p>Fortalecer la información de instrumentos de fomento.</p> <p>Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | <p>Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas conciencia turística para toda la comunidad</li> <li>• Capacitación: higiene, atención cliente, publico objetivo, empresas, formalización.</li> <li>• Centro de formación en turismo.</li> </ul> <p>Apoyar a la organización de gestión del destino en un plan de capacitación para los encargados municipales de entrega de permisos y patentes a empresas ligadas al turismo.</p>                                                                                                                                                                                    |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | <p>Generar barreras de entrada a mega proyectos que podrían afectar la calidad y competitividad del turismo en el destino.</p> <p>Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.</p> <p>Generar productos turísticos experienciales que vinculen las actividades de naturaleza, principalmente desarrollados a nivel cordillerano, con el entorno productivo tanto de la propia comuna como con las otras de MauleSur.</p> <p>Desarrollar el proyecto que lleve a la generación de una normativa/reglamento/temas para contar con estándares de calidad para pertenecer a la organización de gestión del MauleSur, y contar con los beneficios que esto conlleve.</p> |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | <p>Incorporarse en dinámicas que permitan conocerse entre empresarios de todo MauleSur, con el fin de robustecer la información y trabajar en función del resultado positivo de la integración del destino.</p> <p>Planificar, organizar y llevar a cabo fam tours con operadores, que den a conocer el producto existente en Parral, lo que al mediano plazo permitirá aprovechar la oportunidad a todo el destino.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 48. Inserción comuna de Retiro en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | Crear el cargo de encargado de turismo municipal, que se vincule a la planificación y gestión de la actividad turística comunal.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                        | Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                        | Generar un trabajo con de bases con respecto a la actividad turística, ya que es una comuna que se encuentra en un ciclo de vida muy inicial con respecto al resto. Por lo que se debe involucrar a la comunidad en torno a los recursos existentes y un trabajo de fortalecimiento de las fiestas tradicionales.                                                                                                                                                                                         |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | <p>Poner en la agenda de los involucrados (municipio, vialidad, otros) el énfasis en temas de infraestructura, por cuanto la incorporación de esta comuna al destino MauleSur depende de que sus condiciones iniciales y base sean las óptimas en función de un crecimiento sustentable. Se debe poner énfasis en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Señalética en ruta 5 sur;</li> <li>• Mejoramiento e información de transporte público;</li> <li>• Mayor cantidad de basureros.</li> </ul> |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | Fortalecer la información de instrumentos de fomento.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                        | Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | <p>Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas conciencia turística para toda la comunidad;</li> <li>• Reglamentos y ordenanzas para el buen desarrollo del turismo;</li> <li>• Capacitación: higiene, atención cliente, publico objetivo, empresas, formalización.</li> <li>• Formación profesional del RRHH (municipios).</li> </ul>                                                       |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | Construir un catastro de recursos productivos que lleven a generar un mapa del momento actual de la comuna, en torno a la actividad turística, que lleve a planificar para ir alcanzando metas tempranas, con el fin de asegurar su éxito.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | Incorporarse en dinámicas que permitan conocerse entre empresarios de todo MauleSur, con el fin de robustecer la información y trabajar en función del resultado positivo de la integración del destino.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                        | Gigantografía en la ruta 5 para vender MauleSur y Retiro como parte del destino.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 49. Inserción comuna de San Javier en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                      |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | Crear el cargo de encargado de turismo municipal, que se vincule a la planificación y gestión de la actividad turística comunal.                                         |
|                                                        | Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna.            |
|                                                        | Empaquetamiento del modelo asociativo sustentable del Valle del Caliboro, para ser implementado a nivel comunal y mostrado al MauleSur como buenas prácticas en turismo. |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | Implementación de señalética vial y turística en las diversas áreas turísticas de la comuna.                                                                             |

| EJE ESTRATÉGICO                                  | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  | Estudio de propuesta de no pago de nuevo peaje que permite entrar a la comuna y que hoy en día genera un gasto extra para quienes llegan, e incluso minimiza posibilidades de ingreso.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                        | Fortalecer la información de instrumentos de fomento.<br>Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>     | Trabajo a nivel municipal en temas relacionados con conciencia turística y medio ambiente.<br>Campañas de conciencia y calidad turística a nivel de privados y comunidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>      | Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.<br>Generar productos turísticos experienciales. Este es un punto que en esta comuna es factible realizar en el corto plazo, por cuanto se encuentran mucho más avanzados que otras, además, se cuenta con grandes empresas turísticas que generan masa crítica; viñas pequeñas y grandes (lo que entrega diversidad de experiencias), hotelería y actividades. |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b> | Incorporarse en dinámicas que permitan conocerse entre empresarios de todo MauleSur, con el fin de robustecer la información y trabajar en función del resultado positivo de la integración del destino.<br>Planificar, organizar y llevar a cabo fam tours con operadores, que den a conocer el producto existente en San Javier, lo que al mediano plazo permitirá aprovechar la oportunidad a todo el destino.                                                          |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 50. Inserción comuna de Villa Alegre en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | Fortalecimiento del tema asociativo entre los privados de la comuna, desde el ámbito de actividades que promuevan los siguientes ámbitos; confianza entre actores, como resolver conflictos y liderazgo, principalmente.<br>Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna. Desde el municipio se solicita que participe el encargado de turismo.<br>Continuidad del trabajo en red y de integración a nivel privado y fortalecimiento municipal de la actividad turística. Se requiere que la asociatividad sea vista como para todos los que trabajan en el rubro y no solo unos pocos. |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | Mejoramiento de señalética vial y turística en toda la comuna. Sobre todo para el acceso a recursos y planta turística.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | Fortalecer la información de instrumentos de fomento.<br>Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas conciencia turística para toda la comunidad;</li> <li>• Reglamentos y ordenanzas para el buen desarrollo del turismo.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.<br>Generar productos que vinculen la atraktividad del territorio en términos de la atracción de visitantes, potencian otros recursos más culturales, pero menos conocidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                        | Gigantografía en la ruta 5 para vender MauleSur.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| EJE ESTRATÉGICO                                  | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                  |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Presencia en la carretera.</li> </ul> Estrategia de posicionamiento de la comuna como una zona típica con historia y cultura. |

Fuente: elaboración propia

Tabla n° 51. Inserción comuna de Yerbos Buenas en la estrategia de desarrollo

| EJE ESTRATÉGICO                                        | REQUERIMIENTOS COMUNALES PARA SU INSERCIÓN EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD</b>                      | <p>Crear el cargo de encargado de turismo municipal, que se vincule a la planificación y gestión de la actividad turística comunal.</p> <p>Participación obligatoria en la organización de gestión del PLADETUR, del municipio y de un empresario privado que represente a la oferta total de la comuna.</p> <p>Continuidad del trabajo en red y de integración a nivel privado y fortalecimiento municipal de la actividad turística. Se requiere que la asociatividad sea vista como para todos los que trabajan en el rubro y no solo unos pocos.</p> |
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | <p>Actualizar y potenciar los planes relacionados con el mantenimiento del centro poblado como zona típica, lo que requiere el esfuerzo permanente de la comunidad y el gobierno local.</p> <p>Fortalecer la señalización vial y turística para el ingreso a la comuna, ya que en la actualidad existen problemas para entrar a la misma.</p>                                                                                                                                                                                                            |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | <p>Fortalecer la información de instrumentos de fomento.</p> <p>Generar canales de comunicación entre la municipalidad y los privados, en relación a este ámbito.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | <p>Generar programas, en asociación con el municipio, que lleven a fortalecer los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Campañas conciencia turística para toda la comunidad;</li> <li>Reglamentos y ordenanzas para el buen desarrollo del turismo;</li> <li>Formación profesional del RRHH (municipios).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                           |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | <p>Involucrar a los empresarios privados en las campañas de registro de sus servicios, Q de calidad y Sello S.</p> <p>Generar productos turísticos experienciales que vinculen el tema histórico presente con fuerza en la comuna y las actividades de campo y tradición.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | <p>Gigantografía en la ruta 5 para vender MauleSur.</p> <p>Presencia en la carretera.</p> <p>Puesta en marcha de productos turísticos experienciales que puedan ser promocionados y vendidos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

Fuente: elaboración propia

Uno de los temas transversales a todo el destino y que en las tablas anteriores se establece en el eje gobernanza, es la capacidad de estos municipios, como gobiernos locales autónomos, de gestionar la actividad turística. Si bien existe una brecha visible en el desarrollo, a varios niveles, en el ámbito de la gestión específica, algunas comunas poseen encargados y departamentos de turismo, mientras que otras aún no se plantean asumir la necesidad de contar con profesionales atinentes. En base a lo anterior, se ha preparado una matriz que plantea las necesidades de un departamento municipal de turismo y la realidad actual, con el objetivo de que cada municipio conozca su brecha para afrontar la actividad turística.

**Tabla n° 52. Requerimientos departamentos de turismo MauleSur**

| COMUNA               | ENCARGADO DE TURISMO | PROFESIONAL DEL ÁREA | ASISTENTE | INFORMADOR TURÍSTICO | OFICINA | COMPUTADOR | VEHÍCULO | PRESUPUESTO | PLADETUR | AUTONOMÍA |
|----------------------|----------------------|----------------------|-----------|----------------------|---------|------------|----------|-------------|----------|-----------|
| <b>CAUQUENES</b>     | SI                   | SI                   | NO        | NO                   | SI      | NO         | NO       | NO          | NO       | NO        |
| <b>COLBUN</b>        | NO                   | NO                   | NO        | NO                   | NO      | NO         | NO       | NO          | NO       | NO        |
| <b>LINARES</b>       | SI                   | SI                   | NO        | SI                   | SI      | SI         | NO       | SI          | SI       | NO        |
| <b>LONGAVÍ</b>       | SI                   | SI                   | NO        | NO                   | SI      | SI         | NO       | NO          | NO       | NO        |
| <b>RETIRO</b>        | NO                   | NO                   | NO        | NO                   | NO      | NO         | NO       | NO          | NO       | NO        |
| <b>SAN JAVIER</b>    | NO                   | NO                   | NO        | NO                   | NO      | NO         | NO       | NO          | SI       | NO        |
| <b>PARRAL</b>        | SI                   | SI                   | NO        | NO                   | SI      | SI         | NO       | SI          | NO       | NO        |
| <b>VILLA ALEGRE</b>  | SI                   | SI                   | NO        | NO                   | SI      | SI         | NO       | SI          | NO       | NO        |
| <b>YERBAS BUENAS</b> | NO                   | NO                   | NO        | NO                   | NO      | NO         | NO       | NO          | NO       | NO        |

Fuente: elaboración propia equipo consultor

De acuerdo a la tabla se establece, en primer lugar, que si bien en cada uno de los municipios hay departamentos o divisiones administrativas dedicadas al desarrollo turístico del territorio, estos se hallan más bien débiles en cuanto a que solo cinco comunas poseen un encargado de turismo, es decir, una persona que maneje esta actividad por sí misma, el resto actúa desde otros departamentos como SECPLAC, DIDECO, fomento productivo, relaciones públicas u otro.

Un punto importante es la inexistencia de un plan que dirija el futuro de cada comuna, en torno a la actividad turística. Esto repercute en que las iniciativas generadas en el seno de la administración municipal no den cuenta de una visión a largo plazo en cuanto a equipamiento, infraestructura y coordinación con otros agentes de desarrollo turístico alojados en cada una de las comunas.

Esta matriz se ha confeccionado no solo desde la mirada, y aun cuando es fundamental, de contar con un encargado, ya sea que proceda desde una carrera técnica o profesional de turismo o su equivalencia en experiencia en esta área, sino que también desde las condiciones base para que este encargado pueda actuar.

Es así que se mide la existencia de un asistente y un informador turístico, desde el punto de vista que manejar una comuna completa requiere de más de una persona para alcanzar una eficiencia mínima. Asimismo, que el departamento tenga la capacidad de contar con un espacio y que en este se cuente con material y los implementos necesarios ayuda a cumplir con los objetivos.

Por último, el presupuesto es fundamental para una buena gestión, y si bien se ha establecido que aquellos que cuentan con encargados de turismo también tienen un presupuesto para ejecutar sus estrategias, estos recursos son más bien para llevar a cabo acciones val corto plazo, como la producción de eventos y otros más bien estacionales. Un medio de transporte entrega autonomía a la gestión de los encargados y la mayoría dependen de que este no se encuentre en uso por parte de otras dependencias del municipio.

En síntesis, los aspectos que considera esta matriz son base para que una oficina con un encargado de turismo se transforme en una dirección, que no solo vea temas intrínsecos a la temporada alta, que motive la atracción de visitantes de la misma comuna o de otras aledañas, si no que se planteen como una estrategia al mediano y largo plazo que tienda al desarrollo sostenible de la comuna y de manera integral con el destino.



## 8. MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO MAULE SUR

### 8.1 Proceso de conformación de una organización para el destino MauleSur

La génesis de la elaboración de un PLADETUR que aunara a las nueve comunas del territorio, establece que es necesario dejar estructurada una organización, que sea capaz de generar las instancias necesarias para su implementación.

Por lo anterior, durante el tiempo que duró la consultoría, se llevó a cabo todos los últimos jueves de cada mes, una reunión entre públicos y privados que tendiera a conformar una asociatividad capaz de sustentar la gran responsabilidad de sacar adelante las propuestas del PLADETUR.

Los actores que fueron integrantes de esta mesa de trabajo fueron seleccionados de la siguiente manera:

- Un representante de cada municipio. Se elige al encargado de turismo de cada comuna o en su defecto a la persona a cargo del departamento que se encargue del rubro.
- Un representante privado de cada comuna. En el primer taller participativo, realizado en cada comuna, se elige, por votación de los presentes, a una persona que represente a la oferta privada.
- Personal de SERNATUR.

En las siguientes tablas, se enumera a los actores públicos y privados que participaron en las mesas de trabajo. De parte de la oferta, además, de los representantes elegidos, en cada mesa también participaron otros actores cuya motivación fue aportar al grupo y al futuro de la organización.

**Tabla n° 53. Representantes municipales y públicos en la mesa de trabajo PLADETUR MauleSur**

| COMUNA        | NOMBRE                 | CARGO                                     |
|---------------|------------------------|-------------------------------------------|
| Cauquenes     | Ana Isabel Campos      | Encargada Turismo                         |
| Colbún        | Ariel Oyarzún          | SECPLAC                                   |
|               | Anibal Urtubia         | Jefe OMDEL                                |
| Linares       | Verónica González      | Encargada Turismo Linares                 |
| Longaví       | Noemí Moreira          | Encargada Turismo Longaví                 |
| Parral        | Carlos Chandía         | Encargado Turismo                         |
| Retiro        | Beatriz Barra          | OMIL Retiro                               |
| San Javier    | Fernando Moya          | Fomento productivo                        |
| Villa Alegre  | Olivia Méndez          | Encargada de Turismo                      |
|               | Urbano Rojas           | Diseño Turismo                            |
|               | Randolfo Alarcón       | Gestor Cultural                           |
| Yerbas Buenas | María José Soto Barros | RR.PP. Yerbas Buenas/Periodista           |
|               | Joaquín Núñez          |                                           |
| SERNATUR      | Andrea Espinoza        | Subdirección de Desarrollo SERNATUR Maule |
| SERNATUR      | Ricardo Melo           | Subdirección de Desarrollo SERNATUR Maule |

Fuente: elaboración propia equipo consultor

**Tabla n° 54. Representantes privados en la mesa de trabajo PLADETUR MauleSur**

| COMUNA    | NOMBRE           | CARGO                  |
|-----------|------------------|------------------------|
| Cauquenes | Claudio Pinochet | Hostal Plaza Cauquenes |
| Colbún    | Michael Davies   | Panihouse              |
| Linares   | Miguel Campos    | Turismo rural Linares  |
|           | Pilar Chandía    | Archibueno Lodge       |

| COMUNA        | NOMBRE          | CARGO                               |
|---------------|-----------------|-------------------------------------|
| Longaví       | Isabel Aravena  | Casa Museo y biblioteca el Canario  |
| Parral        | Pía Sepúlveda   | Representante Cámara Turismo Parral |
| Retiro        | Hernán Escobar  | Restaurante Nueva Baviera           |
| San Javier    | Valesca Morales | Caliboro Aventura                   |
| Villa Alegre  | Alicia Tapia    | Hostal la Casona Solariega          |
| Yerbas Buenas | Verónica Farías | Red de turismo Yerbas Buenas A.G.   |

Fuente: elaboración propia equipo consultor

**Tabla n° 55. Otros representantes privados en la mesa de trabajo PLADETUR MauleSur**

| COMUNA        | NOMBRE             | CARGO              |
|---------------|--------------------|--------------------|
| San Javier    | Verónica Villagran | Hotel Eurocharles  |
| Villa Alegre  | Regina Rodríguez   | Dulce Trama        |
|               | Lucy Aravena       | Doña Lucy          |
| Yerbas Buenas | Carlos Pinochet    | Hostal Reencuentro |

Fuente: elaboración propia equipo consultor

En Anexo N° 13, se entrega el listado completo, en formato Excel, con todos los datos de contacto de los actores que participaron en la mesa de trabajo para la conformación de la OGD.

Dentro de las reuniones realizadas, se trataron temas relacionados con establecer la filosofía del grupo de trabajo, especificar la forma en que se debiese estructurar la organización, se hicieron presentaciones comunales para que los miembros se comenzaran a conocer, entre otras actividades que sirvieron para generar la base de trabajo necesaria para la continuidad posterior.

Los listados de asistencia a cada una de las mesas de trabajo se encuentran en Anexo N° 14.

## 8.2 Estructura de trabajo de la OGD del destino MauleSur

### 8.2.1 Formación y especificaciones de la OGD

El gran desafío de un Plan de Desarrollo Turístico, es que este sea implementado. No basta contar con un documento que, aun cuando alinee todas las problemáticas -transformadas en soluciones-, no trascienda de manera significativa, o lo que es peor, se pierda en el devenir de las administraciones públicas que cambian cada cierto período.

Existe una variable que le agrega complejidad a este desafío, y es que la implementación de un PLADETUR debe terminar mostrando, de manera visible, productos turísticos de calidad, por lo que sin el ámbito de una gestión eficiente son prácticamente imposibles de comercializar, o bien, a la larga se deterioran o desaparecen al no haber sido planificados bajo los principios de la sustentabilidad.

Estos párrafos, confirman la necesidad de manejar apropiadamente las demandas públicas y sociales para satisfacer a la mayor cantidad de población objetivo, en este caso, ciudadanos y turistas (actuales y potenciales); lo que termina, posteriormente a la elaboración del documento, y comienza, una vez que es aprobada por las partes que correspondan, con un modelo que ponga en marcha el PLADETUR MauleSur.

El punto de partida, entonces, será validar un modelo de gestión que ponga en marcha el PLADETUR de MauleSur, y que lleve a cabo los cursos de acción que aborden las problemáticas desde la visión de la situación deseada.

Esta situación deseada se expresa en la imagen objetivo del territorio, aprobada por la comunidad:

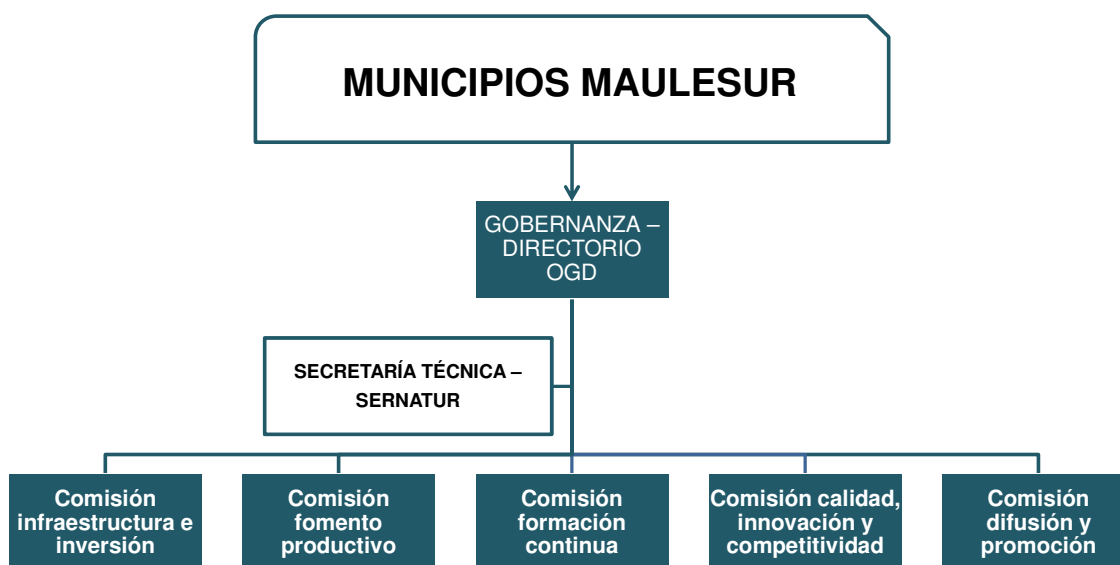
***MauleSur es un destino turístico sustentable y reconocido a nivel nacional, que cuenta con una organización público – privada que se articula con los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo, bajo un enfoque de calidad, identidad y competitividad. Donde la comunidad local se identifica con la actividad turística, debido al aporte de esta última a la diversificación de la economía local y al mejoramiento de la calidad de vida. Este trabajo integral, tiene como resultado un territorio donde es posible vivir experiencias turísticas generadas desde su naturaleza campesina, cuyos atributos de identidad son los productos de la tierra, la vida campesina e historia local y la naturaleza y el bienestar.***

De acuerdo a lo expuesto, a los resultados del trabajo de gabinete y por, sobre todo, al contexto participativo en las mesas de trabajo, el PLADETUR MauleSur requiere un modelo de gestión que apoye, facilite y/o intervenga en cada uno de los ejes estratégicos definidos y que lleve a alcanzar, en el largo plazo, la imagen objetivo turística.

Este modelo, ha sido elaborado en base a la necesidad de contar con responsables de su implementación, y para ello se ha acudido a ejemplos de gestión en niveles gubernamentales, de destinos turísticos propiamente tal y aquellos que mezclan los niveles públicos y privados.

En este contexto, se presenta un modelo de gestión que entrega responsabilidades a cada uno de los actores involucrados, y que se sustenta en las brechas a abordar en el territorio.

**Esquema n° 10. Organigrama de funcionamiento OGD MauleSur**



Fuente: elaboración propia equipo consultor

En reunión de la mesa de trabajo, sostenida con fecha 3 de marzo de 2016, se elige un directorio, transitorio, para la OGD y se establecen las comisiones de trabajo que se encargarán de guiar los proyectos propuestos dentro de la cartera, y sostener nuevas formas de trabajo.

El directorio quedó constituido de la siguiente manera:

- Carlos Chandía. Encargado de turismo de la municipalidad de Parral
- Noemí Moreira. Encargada de turismo de la municipalidad de Longaví
- Verónica Farías. Red de turismo Yervas Buenas A.G.

En este directorio, Carlos Chandía (Parral) asume el rol de Presidente, entendiendo que este directorio es transitorio hasta que se cuente con el proyecto que permita darle continuidad al trabajo. Proyecto que pueda estar sostenido en recursos propios o que lleguen a través de instrumentos de fomento.

La estructura de la OGD, con funciones, roles, líneas estratégicas, se entrega en un protocolo de funcionamiento y que fuera firmado por los asistentes a un seminario realizado en el marco de la consultoría de elaboración del PLADETUR, el día 5 de abril de 2016. A continuación, algunas fotografías del evento.

**Imagen n° 24. Fotografías evento de firma de compromiso OGD MauleSur**



Fuente: Dirección regional de turismo, Maule. 2016

Este protocolo incluye las siguientes especificaciones:

- Introducción
- Bases fundacionales de la OGD
- Naturaleza de la OGD MauleSur
- Valores
- Principios
- Objetivo General
- Objetivos Específicos
- Estructura de la OGD
- Foco estratégico
- Organigrama
- Directorio de la OGD
- Definición
- Ámbitos de competencia y atribuciones del Directorio de la OGD

- Organización directorio de la OGD
- Frecuencia de reuniones ordinarias y extraordinarias
- Quórum exigido para reuniones ordinarias y extraordinarias
- Votación de acuerdos
- Suplencia de representantes titulares
- Composición del directorio
- De los Miembros del Directorio de la OGD
- Derechos de los miembros del directorio
- Deberes de los Miembros del Directorio de la OGD MauleSur
- Pérdida de la condición de Miembro del Directorio de la OGD
- Del Presidente(a) del Directorio de la OGD
- Elección del presidente(a) de la OGD
- Atribuciones del presidente de la OGD
- Pérdida de la condición de Presidente(a)
- Pérdida de la condición de Miembro del Directorio de la OGD
- Comisiones de Trabajo
- Definición
- Atribuciones y dinámica de operación de las Comisiones de Trabajo
- Deberes y atribuciones de los Integrantes de las Comisiones de Trabajo
- Ejes estratégicos de las comisiones
- Dirección Ejecutiva
- Definición
- Atribuciones
- Lineamientos estratégicos para la acción
- Lineamiento número 1: Constitución de entidad jurídica del MauleSur
- Lineamiento número 2: Financiamiento para trabajo inicial de la OGD

El Protocolo de la OGD MauleSur completo se entrega en Anexo N° 15, mientras que el detalle del seminario; programa y listas de asistencia se entregan en Anexo N° 16.

Las comisiones especificadas en el organigrama, quedaron establecidas para ser abordadas y trabajadas por los miembros de la OGD. La siguiente tabla personaliza el trabajo de comisiones.

**Tabla n° 56. Integrantes comisiones de trabajo OGD MauleSur**

| <b>NOMBRE COMISIÓN</b>                                 | <b>INTEGRANTES</b>                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>INFRAESTRUCTURA DE APOYO E INVERSIÓN EN TURISMO</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beatriz Barra. Retiro</li> <li>- Pía Sepúlveda. Parral</li> <li>- Carlos Chandía. Parral</li> <li>- Noemí Moreira. Longaví</li> <li>- Ariel Oyarzún. Colbún</li> </ul> |
| <b>FOMENTO PRODUCTIVO</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ana Isabel Campos. Cauquenes</li> <li>- Carlos Chandía. Parral</li> <li>- Fernando Moya. San Javier</li> <li>- Beatriz Barra. Retiro</li> </ul>                        |
| <b>FORMACIÓN CONTINUA DEL CAPITAL HUMANO</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verónica Villagrán. San Javier</li> <li>- Noemí Moreira. Longaví</li> <li>- Alicia Tapia. Villa Alegre</li> </ul>                                                      |
| <b>CALIDAD, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pilar Chandía. Linares</li> <li>- Lucy Aravena. Villa Alegre</li> <li>- Verónica González. Linares</li> </ul>                                                          |
| <b>DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verónica Farías. Yerbass Buenas</li> <li>- Hernán Escobar. Retiro</li> </ul>                                                                                           |

|  |                                                                                                                        |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ana Isabel Campos. Cauquenes</li> <li>- Verónica González. Linares</li> </ul> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fuente: elaboración propia equipo consultor

Estas comisiones y sus integrantes, fueron definidas en reunión del día 3 de marzo en la comuna de Yerbos Buenas, por lo que se encuentran formadas por las personas que en ese momento se encontraban presentes. Ante esto, es necesario señalar que pueden ser incorporados nuevos integrantes y que, si se corresponde con un funcionario municipal, éste puede ser reemplazado por otro. Ejemplo de aquello es que la comuna de Colbún participó en esa instancia con su SECPLAC, no obstante, en las mesas anteriores el asistente fue el OMDEL. Asimismo, una misma persona puede integrar más de una comisión, solo es necesario el compromiso de acción que se especifica en el protocolo de la OGD (Anexo N°15).

## 8.2.2 Programa de trabajo de la OGD

La OGD MauleSur, debe trabajar de manera asociativa y encadenada con los otros destinos y territorios de la Región del Maule, así como también con otras regiones, en tanto sirva para apoyar e introducir conocimiento, metodologías e ideas a la organización misma y al territorio en general. Asimismo, se debe establecer, prontamente, la figura legal de esta OGD y la forma de financiar la misma.

Por lo anterior, el trabajo del primer año de la OGD debe contar con dos grandes líneas de acción, las que en el tiempo se deben ir adecuando a las realidades y mejorando en su eficiencia. En este sentido, a continuación, se establecen estas acciones y posteriormente una tabla de tareas para su implementación y propuestas de continuidad, según fases.

### **Fomento a la asociatividad territorial y empresarial**

La primera acción asociativa, que se propone realice la OGD, es incorporar a las comunas de Chanco y Pelluhue al destino. Lo anterior, se basa en una estrategia relacionada con el ámbito geográfico; históricamente estas comunas han trabajado de manera unificada ya que se corresponden con rutas de acceso y se complementan en la dinámica cordillera, valle, mar, que no solo es potente en términos productivos y conectivos, sino que también al momento de ofrecer productos turísticos diversificados.

De manera paralela, la OGD debe comenzar a generar relaciones con los otros destinos del MauleSur, donde el Valle de Curicó ya cuenta con un PLADETUR y se encuentra en ejecución un proyecto para la conformación de la OGD de ese destino. En tanto, el Valle del Río Maule está pronto a terminar la elaboración de su PLADETUR, que se realiza de manera paralela a este documento.

Se debe generar un calendario de visita y/o invitaciones a los otros destinos para conocer su método y funcionamiento general. Una vez establecidas las relaciones, se debe comenzar a plantear el conocimiento empresarial para la futura propuesta de productos integrados y experienciales. Este trabajo no tiene repercusiones inmediatas, es más bien un resultado que se puede dar en el mediano o largo plazo, por lo que se hace imperativo que se comience a la brevedad.

### **Formalización y financiamiento**

Una de las decisiones de la mesa de trabajo que dio pie a la formación de la OGD, fue establecer relaciones, conocimiento mutuo y generación de confianzas de manera previa a formalizar la agrupación. En este contexto, se prevé que durante el año 2016 (mayo a diciembre) se continúe con las reuniones de trabajo durante los últimos jueves de cada mes, con el fin de ir fortaleciendo la asociatividad y aunar criterios para definir la forma legal y continuidad.

Una propuesta de funcionamiento de esta OGD es que comience a trabajar con las asociaciones y organizaciones de turismo existentes en todas las comunas, estas ya cuentan con una asociatividad y una confianza de trabajo, por lo que han recorrido un camino. En este escenario, la OGD MauleSur debiese conformarse como una FEDERACIÓN, que aúne a las agrupaciones formalizadas y vaya incorporando nuevas, en la medida que estas se conformen. De esta manera, la OGD se verá robustecida y con la capacidad de representar a todo el territorio, donde también podrían incorporarse empresas particulares, según los estatutos que se generen para aquello.

Otra propuesta, que no es excluyente de la anterior por lo que se podrían dar de manera paralela, es que esta OGD se formalice como una cooperativa (el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, se encuentra en un proceso de relevar las cooperativas fomentando su conformación), que pueda tender en el tiempo a hacer las veces de tour operador de MauleSur, generando toda una lógica de integración comercial que requieren las empresas de un destino en una fase de implicación en la actividad turística y que de manera agrupada, y sobre la base de una marca y experiencias, podrían llegar a los mercados meta de manera más eficiente.

Dentro del capítulo de propuesta de guion turístico territorial para el MauleSur (6.1) destaca un proyecto asociativo en torno a la experiencia “Salud y Bienestar”. En este caso se hace necesaria este agrupamiento, ya que, a diferencia de las otras experiencias, ésta no cuenta con un ámbito introductorio donde se pueda comenzar la vivencia, a menos que se llegue hasta cada oferta de servicios. Es así que se establece que una asociación es la forma de lograr el posicionamiento, y apuntar a un trabajo que en el mediano y largo plazo pueda generar proyectos emblemáticos para el territorio.

Una posibilidad, es que esta asociatividad se dé para todas las experiencias propuestas para MauleSur (6.1.3.4); Cordillera campesina, El trabajo de la tierra, Salud y bienestar. Y se conformen subcomités, que funcionen dentro del comité de “Calidad, innovación y competitividad” y que tiendan a consolidar productos, integrar empresas y recursos y posicionar el destino en toda su vocación turística y memorabilidad.

En tanto, desde el ámbito del financiamiento, se propone que la agrupación de municipios y empresas generen un proyecto para ser presentado a un organismo que cuente con instrumentos de fomento apropiados. En este ámbito, es CORFO quién posee una gama más amplia de herramientas que resultan pertinentes, como lo son el PDT (Programa de Transferencia Tecnológica) y el NODO para la competitividad. En Anexo N° 17 se entrega una propuesta de postulación a un PDT de CORFO para MauleSur, con cada una de sus actividades y objetivos.

Por otro lado, es factible que los nueve municipios de MauleSur realicen un acuerdo de cooperación con el fin de destinar recursos que permitan financiar esta organización. En este caso, se debe generar una reunión de trabajo que cuente con la participación de todos los alcaldes, o en su defecto a quienes la alcaldía determine para aquello, con el fin de que cada municipio especifique la forma en que es factible reunir el financiamiento. Si cada municipio aporta un aproximado de 5,5 millones de manera anual, es factible contar con el fondo mínimo para el funcionamiento de una OGD.

En tercer lugar, los privados participantes de la organización deberán establecer cuotas que permitan, al menos, financiar las actividades de relaciones públicas –traslado, alimentación, otras-, necesarias para el trabajo de las comisiones y la directiva.

Estas tres formas de financiamiento no son excluyentes, al contrario, se cree que es necesario trabajar en todos los frentes de oportunidades existentes y forjar un resultado que implique ir cumpliendo objetivos.

### **Tareas para la OGD MauleSur**

A continuación, se presentan las actividades marco que debe llevar a cabo la OGD como gobernanza y que se deben realizar de manera paralela al trabajo de las comisiones, con el fin de que estas últimas tengan un sustento ante autoridades y comunidad en general.

**Tabla n° 57. Tareas de la OGD MauleSur**

| LÍNEA DE ACCIÓN                       | TAREA                                                                            | INDICADOR DE RESULTADO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FOMENTO A LA ASOCIATIVIDAD</b>     | 1. Invitación a participar de la OGD MauleSur a las comunas de Chanco y Pelluhue | 1.1 Reunión de trabajo con municipios de Pelluhue y Chanco; alcaldes y/o encargados de turismo<br>1.2 Reunión con asociaciones empresarios de turismo de Chanco y Pelluhue<br>1.3 Acuerdo de trabajo con municipios y empresarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                       | 2. Relacionarse con los otros destinos de la Región del Maule                    | 2.1 Reunión de trabajo con el NODO de Turismo Sustentable del destino Curicó Valle y Cordillera<br>2.2 Reunión de trabajo con la organización del destino Valle del Río Maule<br>2.3 Acuerdos de trabajo para la asociatividad como organizaciones de destino<br>2.4 Acuerdo de trabajo a nivel empresarial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>FORMALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO</b> | 3. Definición de la figura legal de la OGD MauleSur                              | 3.1 Reuniones de trabajo (incorporando a las comunas de Chanco y Pelluhue) de los miembros de la OGD los últimos jueves de cada mes<br>3.2 Generación de carpeta con requerimientos, carta Gantt y objetivos de cada forma asociativa y jurídica posible de implementar<br>3.3 Acuerdo de trabajo con respecto a la figura asociativa y legal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                       | 4. Búsqueda de financiamiento para la OGD MauleSur                               | 4.1 Reunión con los CORE y gobernaciones, que apoyaron los fondos para la elaboración del PLADETUR y apoyaron la creación de la OGD, con el fin de determinar las posibilidades de continuidad del proyecto<br>4.2 Reunión de definición con CORFO Región del Maule para visualizar un instrumento de fomento que tenga el apoyo de la institución<br>4.3 Calendario de trabajo entre los municipios para definir un acuerdo de cooperación entre ellos, donde cada municipio pueda gestionar un monto para la continuidad de la organización y la implementación de MauleSur como destino<br>4.4 Definición de cuotas sociales para los integrantes de la OGD (asociaciones y empresas), con el fin de financiar las actividades de relaciones públicas y |



| LÍNEA DE ACCION | TAREA | INDICADOR DE RESULTADO                        |
|-----------------|-------|-----------------------------------------------|
|                 |       | generación de lazos intra e inter territorios |

Fuente: elaboración propia equipo consultor

Se ha elaborado este programa con el fin que la OGD tenga una base de trabajo para el año 1, no obstante, en la cartera de programas y proyectos del PLADETUR se consideran estos requerimientos.

## 9. CARTERA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS Y SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLADETUR MAULESUR

### 9.1 Consideraciones previas

La presente **cartera de programas y proyectos turísticos**, ha sido conformada teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades existentes e identificadas en el territorio. En este sentido, a través de las iniciativas propuestas se trata de potenciar las fortalezas turísticas del destino MauleSur mediante la incorporación de proyectos que puedan incentivar a los actores a profesionalizarse, poner en valor atractivos turísticos y elevar la calidad de sus servicios. Asimismo, esta cartera pretende plantear a los gobiernos locales y organismos públicos regionales 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 cartera de programas y proyectos, se elabora bajo la perspectiva de guiar el proceso de los próximos cinco años donde el destino MauleSur se podrá consolidar, en la medida que se lleven a cabo las estrategias que son parte de este documento y las nuevas acciones que se irán elaborando dentro del contexto de desarrollo del destino.

La cartera, se presenta conformada por programas que pueden tener uno o más proyectos, según sea su naturaleza o la forma en que debe ser abordado el eje de trabajo. Estos serán definidos a nivel de ideas o perfiles y fueron validadas por los diferentes actores locales (apartado 5.4.4). En ese contexto, su formulación implica:

- Perfil del programa;
- Proyectos asociados -localización, objetivo, responsables y justificación-;
- Magnitud de la inversión, en caso que sean proyectos evaluables en esta instancia;
- Origen de la financiación –pública, privada, otros-;
- Proponer un plan de trabajo de implementación.

En esta instancia del Plan sólo es posible establecer montos estimados generales de inversión, ya que una determinación más acabada es posible hacerla cuando se formulen a nivel de factibilidad las iniciativas propuestas, cuestión que excede los alcances de este estudio.

Finalmente, es necesario señalar que 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 MauleSur, 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 5 años).

La descripción de cada uno de los fondos que se propone como financiamiento para los programas y proyectos de esta cartera se encuentra en el Anexo N° 18. En Anexo N° 19 en formato Excel, se entrega el sistema de monitoreo y control de la cartera de proyectos en formato de seguimiento.

## 9.2 Programas y proyectos PLADETUR MauleSur

### 9.2.1 Programas gobernanza y asociatividad

#### 9.2.1.1 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 el destino MauleSur, 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: Continuidad y formalización de la Organización de Gestión del Destino MauleSur.

##### Objetivo:

Poner en marcha las tareas correspondientes al modelo de gestión del territorio.

##### Responsables:

- Directorio OGD MauleSur
- Municipios del MauleSur
- SERNATUR

##### 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: Fortalecimiento de asociaciones de turismo

##### Objetivo:

Incorporar al trabajo organizacional del destino a las asociaciones; cámaras de turismo, agrupaciones, asociaciones gremiales y proyectos asociativos de turismo.

##### Responsables:

- Directorio OGD MauleSur

##### Justificación:

La sustentabilidad de una organización, se basa en el capital humano que lo conforme y la representatividad del mismo. En este sentido, es que el trabajo de una organización que abarca un destino compuesto por más de una comuna, se ve fortalecido si se encuentra integrado por la mayor cantidad de empresas y actores, lo que se debe manejar a través de la representatividad.

Dentro de las experiencias turísticas definidas para MauleSur, se establece la necesidad de generar una asociatividad específica para el producto “Salud y Bienestar”, ya que se corresponde con la

forma en que los servicios orientados a este tema puedan logra vincularse con el resto del territorio. Es así, que se propone la creación de una asociación que lleve a fomentar las actividades relacionadas, generar nuevos productos y servicios e integrarse al resto de los servicios (ver punto 6.1.3.5), lo que se visualizará en el plan de trabajo.

### Proyecto N° 3: Creación de una Federación de Turismo MauleSur

#### Objetivo:

Conformar una organización de mayor envergadura, que tenga un peso consistente a nivel de decisiones territoriales.

#### Responsables:

- Directorio OGD MauleSur

#### Justificación:

El proyecto anterior (N°2) interviene a nivel de asociaciones de turismo, justificándose en la representatividad que la OGD debe tener a nivel de territorio. El éxito de ese proyecto, permitiría conformar una organización de mayor envergadura, que tenga un peso potente a nivel de decisiones privadas, y por ende una mayor llegada a las entidades públicas que deben generar proyectos para el mejoramiento del territorio. El primer año de continuidad de la OGD MauleSur, definirá la mejor forma asociativa y la figura legal más pertinente a la realidad y su comportamiento empresarial, público y municipal. Por lo anterior, la federación es una propuesta, que debe estar supeditada a los resultados del trabajo en conjunto. De todas maneras, se maneja como un proyecto que debe quedar redactado dentro de esta cartera.

### III. Magnitud de la inversión

Se considera que los proyectos vinculados a la organización del destino, requiere un monto anual de aproximadamente \$50.000.000 (cincuenta millones de pesos chilenos).

### IV. Origen de la financiación

| FONDOS PÚBLICOS                              | FONDOS PRIVADOS                                                 | OTROS FONDOS                                                  |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| NODO de competitividad. CORFO                | Cuotas sociales asociaciones y empresas pertenecientes a la OGD | Acuerdo de cooperación de los nueve municipios de MauleSur    |
| Programa de Transferencia Tecnológica. CORFO |                                                                 | Al Invest 5.0. Comisión europea para mipymes de Latinoamérica |
| Fortalecimiento gremial. SERCOTEC            |                                                                 |                                                               |

### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                                          | INICIATIVAS                                                                       | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. CONTINUIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE GESTIÓN DEL DESTINO MAULESUR | 1.1 Invitación a participar de la OGD MauleSur a las comunas de Chanco y Pelluhue | 1.1.1 Reunión de trabajo con municipios de Pelluhue y Chanco; alcaldes y/o encargados de turismo  |
|                                                                                   |                                                                                   | 1.1.2 Reunión con asociaciones empresarios de turismo de Chanco y Pelluhue                        |
|                                                                                   |                                                                                   | 1.1.3 Acuerdo de trabajo con municipios y empresarios                                             |
|                                                                                   | 1.2 Relacionarse con los otros destinos de la Región del Maule                    | 1.2.1 Reunión de trabajo con el NODO de Turismo Sustentable del destino Curicó Valle y Cordillera |
|                                                                                   |                                                                                   | 1.2.2 Reunión de trabajo con la organización del destino Valle del Río Maule                      |

| PROYECTO                                      | INICIATIVAS                                                           | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               |                                                                       | 1.2.3 Acuerdos de trabajo para la asociatividad como organizaciones de destino                                                                                                                                                         |
|                                               |                                                                       | 1.2.4 Acuerdo de trabajo a nivel empresarial                                                                                                                                                                                           |
|                                               | 1.3 Definición de la figura legal de la OGD MauleSur                  | 1.3.1 Reuniones de trabajo (incorporando a las comunas de Chanco y Pelluhue) de los miembros de la OGD los últimos jueves de cada mes                                                                                                  |
|                                               |                                                                       | 1.3.2 Generación de carpeta con requerimientos, carta Gantt y objetivos de cada forma asociativa y jurídica posible de implementar                                                                                                     |
|                                               |                                                                       | 1.3.3 Acuerdo de trabajo con respecto a la figura asociativa y legal                                                                                                                                                                   |
|                                               | 1.4 Búsqueda de financiamiento para la OGD MauleSur                   | 1.4.1 Reunión con los CORE y gobernaciones, que apoyaron los fondos para la elaboración del PLADETUR y apoyaron la creación de la OGD, con el fin de determinar las posibilidades de continuidad del proyecto                          |
|                                               |                                                                       | 1.4.2 Reunión de definición con CORFO Región del Maule para visualizar un instrumento de fomento que tenga el apoyo de la institución                                                                                                  |
|                                               |                                                                       | 1.4.3 Calendario de trabajo entre los municipios para definir un acuerdo de cooperación entre ellos, donde cada municipio pueda gestionar un monto para la continuidad de la organización y la implementación de MauleSur como destino |
|                                               |                                                                       | 1.4.4 Definición de cuotas sociales para los integrantes de la OGD (asociaciones y empresas), con el fin de financiar las actividades de relaciones públicas y generación de lazos intra e inter territorios                           |
| 2. FORTALECIMIENTO DE ASOCIACIONES DE TURISMO | 2.1 Trabajo sistemático con las asociaciones existentes en el destino | 2.1.1 Depuración de listado de asociaciones turísticas del destino MauleSur                                                                                                                                                            |
|                                               |                                                                       | 2.1.2 Invitación a reunión a asociaciones de las comunas del MauleSur                                                                                                                                                                  |
|                                               |                                                                       | 2.1.3 Acuerdo de trabajo entre asociaciones y la OGD                                                                                                                                                                                   |
|                                               |                                                                       | 2.1.4 Definición de nomenclatura jurídica del trabajo                                                                                                                                                                                  |

| PROYECTO                                                 | INICIATIVAS                                                                                              | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          | 2.2 Generación de nuevas asociaciones turísticas vinculadas a las experiencias definidas para el destino | 2.2.1 Trabajo a nivel de comisiones de la OGD para definir la integración de empresas que tienen la misma línea temática<br>2.2.2 Definir proyectos asociativos necesarios, según la línea de productos a diseñar en el destino |
| 3. <b>CREACIÓN DE UNA FEDERACIÓN DE TURISMO MAULESUR</b> | 3.1 Definición de estructura de trabajo                                                                  | 3.1.1 Reuniones de acuerdo entre todos los socios para definir la estructura de la Federación<br>3.1.2 Formalización y programa de trabajo al corto, mediano y largo plazo de la Federación                                     |

### 9.2.1.2 Programa: Fortalecimiento del turismo a nivel municipal

#### I. Perfil del programa

Los municipios son los receptores directos, como gobiernos locales, de los beneficios y también de los impactos negativos de la actividad turística. Su capacidad de gestión, en este ámbito, muchas veces es insuficiente para enmarcar un proceso sistemático y a largo plazo.

Por lo anterior, y con el fin de que el territorio se encuentre en condiciones de abordar de manera sustentable la actividad turística, es que se hace necesaria la generación de un programa que involucre proyectos específicos para el fortalecimiento de los departamentos de turismo de los nueve municipios del MauleSur<sup>72</sup>.

Este programa solo considera el fortalecimiento de los departamentos de turismo y su articulación efectiva. No obstante, es necesario que una vez que se comience a implementar la OGD, y se haya establecido la forma organizacional y el financiamiento, se comience un proceso para trabajar en la forma de crear departamentos en cada municipio que involucren los requerimientos especificados en el punto 0 de este documento.

#### II. Proyectos

#### Proyecto N° 4: Fortalecimiento e integración de los departamentos de turismo de los municipios del MauleSur

##### Localización:

MauleSur

##### Objetivo:

Fortalecer y entregar herramientas para mejorar la capacidad de los departamentos de turismo de los municipios, y en caso de no contar con uno, de los encargados de la temática, de abordar los temas relevantes para cada comuna y para el destino, donde la sola mención de esa palabra implica que los involucrados tengan las mismas directrices y generen proyectos articulados y sustentables.

##### Responsables:

- Directorio OGD MauleSur

##### Justificación:

Un proyecto de integración de varias comunas, en torno a una actividad en específico, requiere que sus integrantes estén vinculados de manera eficiente y eficaz, por lo que es necesario generar un programa específico para esta integración y desarrollar proyectos que lleven a crear una Red de

<sup>72</sup> En caso que se lleve a cabo la iniciativa de involucrar en el destino a las comunas de Chanco y Pelluhue, sería un total de 11 municipios en el destino MauleSur.

coordinadores de turismo del destino<sup>73</sup>.

### III. Magnitud de la inversión

Se considera que los proyectos que involucra el fortalecimiento y articulación de los departamentos de turismo municipales, requiere un monto anual de aproximadamente \$12.000.000 (doce millones de pesos chilenos).

### IV. Origen de la financiación

| FONDOS PÚBLICOS                                                           | FONDOS PRIVADOS | OTROS FONDOS                                               |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------|
| Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional del Maule | ----            | Acuerdo de cooperación de los nueve municipios de MauleSur |
| Proyectos de Fomento (PROFO). CORFO                                       |                 |                                                            |
| Fortalecimiento gremial. SERCOTEC                                         |                 |                                                            |
| Fondo para negocios asociativos (JUNTOS). SERCOTEC                        |                 |                                                            |
| Redes de oportunidades de negocios. SERCOTEC                              |                 |                                                            |
| Programa Estratégico Nacional de Turismo Sustentable (PENTS). CORFO       |                 |                                                            |

### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                                                        | INICIATIVAS                                                                              | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4. FORTALECIMIENTO E INTEGRACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS DE TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DEL MAULESUR | 4.1 Creación de un protocolo de funcionamiento de los departamentos de turismo municipal | 4.1.1 Reuniones de coordinación para construcción de la agenda de trabajo conjunta<br>4.1.2 Programa anual de trabajo (POA)                                                                     |
|                                                                                                 | 4.2 Proyecto de implementación de oficinas de turismo orgánicas en cada municipio        | 4.2.1 Elaborar una propuesta integral de implementación de los departamentos de turismo municipales<br>4.2.2 Generar una propuesta de financiamiento a partir de recursos del gobierno regional |
|                                                                                                 |                                                                                          |                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                 |                                                                                          |                                                                                                                                                                                                 |

<sup>73</sup> Como ejemplo se toma el caso de la Red de Coordinadores de Turismo Municipal de Chiloé: <http://www.sernatur.cl/sernatur-premia-a-iniciativas-turisticas-de-combarbala-chiloe-y-constitucion-por-su-innovacion-y-aporte-al-turismo-local/>

## 9.2.2 Programas infraestructura de apoyo e inversión en turismo

### 9.2.2.1 Programa: Infraestructura básica y complementaria

#### 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.

Este plan implica generar un programa de seguimiento a los proyectos de infraestructura básica que se estén diseñando o implementando en las comunas de la MauleSur. Este deberá estar a cargo de la comisión (ver 8.2.1), que se dedique principalmente a incorporar los proyectos prioritarios dentro de los programas de trabajo de los municipios y organismos públicos vinculados. Asimismo, deberá dar seguimiento a aquellos proyectos que hoy en día se encuentra ejecutando cada municipio con el fin de darle mayor peso a las iniciativas.

La infraestructura vial es otra gran temática que se considera fundamental dentro del apoyo complementario al turismo, debido a que es la red vial la que permite acceder a todo el territorio a través del transporte terrestre. Sin embargo, muchos de los caminos públicos, sobre todo aquellos que permiten acceder a los sectores cordilleranos, están muy mal mantenidos actualmente.

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 las comunas; implementación de señalética vial de tránsito y toponimia urbana; habilitación de pasos peatonales que brinden seguridad a los turistas y residentes, entre otros.

Este programa debe estar asociado al Plan Regional de Gobierno Región del Maule 2014-2018, donde existen claras indicaciones para la consolidación de los circuitos turísticos definidos en el Plan Director de infraestructura del MOP (Ver diagnóstico PLADETUR MauleSur), que son los que se exponen a continuación (solo se mencionan los que se corresponden con el Destino MauleSur).

**Tabla n° 58. Destinos Turísticos del MauleSur. Plan Gobierno Regional del Maule**

| DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN |                                          |
|----------------------------------|------------------------------------------|
| 1                                | Yerbas Buenas                            |
| 2                                | Villa Alegre                             |
| 3                                | Panimávida                               |
| 4                                | Rari                                     |
| 5                                | Cordillera del Melado (RN El Belloto)    |
| 6                                | Parral                                   |
| 7                                | Nevados del Longaví                      |
| 8                                | Embalses Digua, Bullileo y Laguna Amargo |
| 9                                | Termas de Catillo                        |
| 10                               | Lago Colbún                              |

Fuente: Actualización Plan Director de Infraestructura MOP, 2010

El Plan 2014-2018 indica que para consolidar estos circuitos turísticos se requiere de ciertas intervenciones en las rutas. Las que se exponen a continuación:

- Consolidar el **acceso a los atractivos de la cordillera**, la continuación del Arco Oriente al norte y al sur.
- Integrar transversalmente el territorio por a lo menos tres o cuatro ejes cordillera-mar: **Cordillera Linares-Cauquenes-Pelluhue; Bullileo-Parral-Cauquenes-Pelluhue.**
- Consolidar las rutas de **acceso a Parques Nacionales y Reservas Nacionales.**



- Para brindar una apropiada accesibilidad a otros sectores cordilleranos de la región, se requiere el mejoramiento completo de rutas tales como: **L-455, L-45 y L-75 en la provincia de Linares.**

Este Plan también actúa a nivel de la importancia de los recursos naturales y la biodiversidad por lo que refuerza lo siguiente: “búsqueda de alternativas de manejo que llevan al mantenimiento y sustentabilidad de los recursos, no sólo para lograr la subsistencia de los ecosistemas de flora y faunas nativas, **sino que también para lograr el fortalecimiento de la industria turística y el mantenimiento de los circuitos sociales y económicos locales vinculados a estas áreas**”<sup>74</sup>.

De acuerdo a lo anterior, el programa de infraestructura básica y complementaria, con su extensión a cargo del Comité, debiese generar una línea de seguimiento a estos proyectos y proponer nuevas alternativas, para aquello se proponen dos proyectos.

## **II. Proyectos**

### **Proyecto N° 5: Seguimiento a proyectos de infraestructura en carpeta del MauleSur**

#### **Objetivo:**

Establecer un seguimiento a los proyectos que considera el Plan Director de Infraestructura del MOP, basándose en las especificaciones del Plan Regional del Maule que tiene un horizonte de trabajo hasta el año 2018.

#### **Responsables:**

- Comisión de infraestructura de apoyo e inversión en turismo OGD MauleSur.

#### **Justificación:**

Es necesario generar un seguimiento a los proyectos de infraestructura del MauleSur, debido a que, de su implementación muchas veces depende que ciertas actividades puedan ser llevadas a cabo.

### **Proyecto N° 6: Propuesta de nuevos proyectos de infraestructura para MauleSur**

#### **Objetivo:**

Incorporar nuevos proyectos a la actualización del Plan Director de Infraestructura del MOP.

#### **Responsables:**

- Comisión de infraestructura de apoyo e inversión en turismo OGD MauleSur.
- Municipios del MauleSur: la participación de estos es fundamental, ya que existen fondos que solo es factible ser presentados a través de los gobiernos locales, los que pueden ser para una comuna o como proyecto integrado.

#### **Justificación:**

Los proyectos de infraestructura son un complemento fundamental para el desarrollo turístico, los que están orientados a entregar un valor agregado al producto, como por ejemplo contar con una adecuada red de agua potable y alcantarillado o que exista un acceso universal a zonas y atractivos. En este sentido, se detecta una oportunidad desde el Plan Regional del Maule, el que debe ser elaborado para un nuevo período (a partir del 2019), por lo que se está en el momento para generar acuerdos con el gobierno regional, con el fin de incorporar proyectos orientados al mejoramiento de la infraestructura del destino.

Cada comuna del MauleSur, a su vez, tiene necesidades específicas en torno a la infraestructura, por lo que a continuación se establece un listado con proyectos que deben ser parte de los acuerdos con el gobierno regional y el MOP.

<sup>74</sup> DOCUMENTO “PLAN REGIONAL DE GOBIERNO 2014-2018, REGIÓN DEL MAULE”

Tabla n° 59. Proyectos de infraestructura por comuna del destino mauleSur

| COMUNA               | REQUERIMIENTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CAUQUENES</b>     | Infraestructura y equipamiento para centros de información turística<br>Proyecto que permita revertir el resultado del by pass, en términos de pérdida de personas que entran al centro ya que se dirigen directamente a la costa                                                                                                                                                                                                  |
| <b>COLBÚN</b>        | Mejoramiento de las rutas desde Colbún a la cordillera, ya que al día de hoy estas rutas se hacen por Linares, donde existe mejor accesibilidad                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>LINARES</b>       | Proyecto de generación de un espacio urbano y turístico en la Ruta 5 sur, acceso a Linares<br>Proyecto de intervención patrimonial para sus edificios                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>LONGAVÍ</b>       | Mejoramiento de la ruta Longaví L5 camino a la montaña/Parral L75<br>Aumentar la cantidad de basureros en toda la comuna y sobre todo en áreas rurales<br>Generar proyectos arquitectónicos y de diseño que incrementen la atraktividad de espacios naturales vinculados al Río Longaví. Un ejemplo de ello es la implementación de un mirador en el sector de la gruta de la Virgen de Lourdes de La Tercera Montaña.             |
| <b>PARRAL</b>        | Mejoramiento de la ruta Longaví L5 camino a la montaña/Parral L75<br>Mejoramiento e información del transporte público<br>Aumentar la cantidad de basureros en toda la comuna y sobre todo en áreas rurales.<br>Generar un proyecto que transforme el(los) espacio(s) dedicado(s) a Pablo Neruda con el fin de revertir la situación del “sin sentido” que genera en la población comunal, así como también en las comunas vecinas |
| <b>RETIRO</b>        | Mejoramiento e información de transporte público<br>Aumentar la cantidad de basureros en toda la comuna y sobre todo en áreas rurales.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>SAN JAVIER</b>    | Estudio de propuesta de no pago de nuevo peaje que permite entrar a la comuna y que hoy en día genera un gasto extra para quienes llegan, e incluso minimiza posibilidades de ingreso.                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>VILLA ALEGRE</b>  | Actualizar y potenciar los planes relacionados con el mantenimiento del centro poblado como zona típica, lo que requiere el esfuerzo permanente de la comunidad y el gobierno local.                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>YERBAS BUENAS</b> | Actualizar y potenciar los planes relacionados con el mantenimiento del centro poblado como zona típica, lo que requiere el esfuerzo permanente de la comunidad y el gobierno local.                                                                                                                                                                                                                                               |

Existe un proyecto mencionado en todas las comunas en estudio y que se relaciona con la señalización vial y turística, el que será abordado en el programa de inversión en turismo, ya que se ha relacionado con la implementación del guion turístico territorial.

### 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 del Maule | ----            | ----         |
| Fondo regional de iniciativa local (FRIL). Gobierno Regional del Maule    |                 |              |
| Dirección de vialidad. MOP                                                |                 |              |
| Dirección de arquitectura. MOP                                            |                 |              |
| Plan de Reconstrucción patrimonial. MINVU                                 |                 |              |
| FONDART Regional (línea de                                                |                 |              |

| FONDOS PÚBLICOS            | FONDOS PRIVADOS | OTROS FONDOS |
|----------------------------|-----------------|--------------|
| patrimonio cultural). CNCA |                 |              |

## V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                              | INICIATIVAS                                                                                          | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. SEGUIMIENTO A PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA EN CARPETA DEL MAULESUR | 5.1 Velar por el cumplimiento de los proyectos de infraestructura en carpeta del MOP                 | 5.1.1 Elaborar listado de proyectos<br>5.1.2 Reunión con el MOP –vialidad, arquitectura, otros-<br>5.1.3 Chequeo de proyectos elaborados y no elaborados |
| 6. PROPUESTA DE NUEVOS PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA PARA MAULESUR     | 6.1 Conformación de un esquema de trabajo con el MOP para la incorporación de proyectos              | 6.1.1 Elaboración de listado de iniciativas de infraestructura del territorio<br>6.1.2 Reuniones con el MOP<br>6.1.3 Acuerdo de trabajo                  |
|                                                                       | 6.2 Conformación de una mesa de trabajo con los municipios para generar proyectos de infraestructura | 6.2.1 Elaboración de listado de iniciativas de infraestructura por comuna y del territorio<br>6.2.2 Sesiones y actas de trabajo de la Mesa               |

### 9.2.2.2 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. Por lo anterior, este PLADETUR entrega un guion turístico territorial que se debe transformar en la base del desarrollo del destino, ya que es elaborado bajo una metodología que incluye como eje principal; la participación ciudadana: el respeto por la visión y la historia de la población local. No obstante lo anterior, el guion también se construye con una mirada abierta, ya que un destino turístico debe estar dispuesto a transarse dentro de un mercado competitivo, donde lugares de todo el mundo generan estrategias para atraer más y nuevos turistas.

Este guion turístico expresa la forma en que la historia del territorio debe ser contada, cuales son los elementos que debiesen destacar y cómo es posible vivir el territorio a través de distintas experiencias. Para que el guion turístico no sea solo un documento escrito, debe ser capaz de ser visible para el turista y esto se logra a través de proyectos específicos, los que deben ser implementados en el destino MauleSur, estos proyectos son:

- **Proyecto de implementación y estandarización de señalética**
- **Centro de interpretación de la cordillera de los Andes (CICA)**

\*Otros dos proyectos del guion turístico se relacionan con la conformación de redes; red de museos del MauleSur y asociación de turismo de bienestar, por lo que se corresponden con acciones de gestión y no de inversión, por lo que se detallan en los programas que corresponde.

#### II. Proyectos

##### Proyecto N° 7: Implementación y estandarización de señalética en el MauleSur

###### Objetivo:

Diseñar e implementar la señalética del destino MauleSur

**Responsable:**

- Comisión de infraestructura de apoyo e inversión en turismo OGD MauleSur.
- Municipios del MauleSur.
- SERNATUR.

**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° 8: Centro de interpretación de la cordillera de los Andes (CICA)****Objetivo:**

Diseñar, construir e implementar un Centro de interpretación de la Cordillera de Los Andes.

**Responsable:**

- Comisión de infraestructura de apoyo e inversión en turismo OGD MauleSur.
- Municipios del MauleSur.
- SERNATUR.

**Justificación:**

Todo destino turístico requiere un proyecto ícono, que sea capaz de transformarse en el núcleo de atracción, visual y concreto, para generar la llegada de demanda a un territorio, diseminando sus efectos al resto de los servicios y productos. Hoy en día se encuentra en carpeta la implementación de un centro de esquí en el Nevado de Longaví, el que será un factor de atracción para un mercado específico, no obstante, este Centro de interpretación debe ser concebido como un proyecto que aumente la demanda y establezca oportunidades de nuevos segmentos.

| <b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>                | <b><i>Centro de interpretación de la Cordillera de Los Andes (CICA)</i></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--|-------------|----------------|---------------------------------|----|-------------------------|----|------------------------------------|----|-----------|----|
| <b>UBICACIÓN PROPUESTA</b>                | Nevado de Longaví: futuro centro de esquí                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| <b>METOS CUADRADOS MÍNIMOS PROPUESTOS</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 254,4 m<sup>2</sup></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| <b>MONTO ESTIMADO DE EJECUCIÓN</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arquitectura y construcción (UF 35 por m<sup>2</sup>): 35 x 250 = UF 8.750</li> <li>• Museografía e interiorismo (UF 35 por m<sup>2</sup>): 35 x 100 = UF 3.500.-</li> </ul> <b>Total Proyecto: UF 12.250</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                        | <p>La vocación cordillerana del territorio, debe estar contenida en un lugar que permita al visitante interiorizarse de todas las posibilidades turísticas en la montaña. Este centro debe interpretar el patrimonio cordillerano-campesino de MauleSur. Asimismo, debe ser capaz de contener todo el patrimonio de la Cordillera de Los Andes, desde Venezuela hasta Tierra del Fuego, convirtiéndose en un referente a nivel sudamericano. Las potencialidades de un centro de estas características, tienen su importancia en ser el primer centro de este tipo en Chile y América. El CICA debe ser diseñado pensando en convertirse en un atractivo turístico en sí mismo, entendiendo la significancia que tendrá para todo el continente.</p> <p>Fundamental para el éxito del centro propuesto, es que se incorpore a una oferta turística global. En este sentido, se propone que el CICA forme parte del proyecto Centro de esquí Nevado de Longaví.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">PROGRAMA ARQUITECTÓNICO TENTATIVO</th></tr> <tr> <th>Descripción</th><th>m<sup>2</sup></th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recepción/información turística</td><td>20</td></tr> <tr> <td>Sala muestra permanente</td><td>60</td></tr> <tr> <td>Sala multiuso, muestras temporales</td><td>60</td></tr> <tr> <td>Cafetería</td><td>40</td></tr> </tbody> </table> | PROGRAMA ARQUITECTÓNICO TENTATIVO |  | Descripción | m <sup>2</sup> | Recepción/información turística | 20 | Sala muestra permanente | 60 | Sala multiuso, muestras temporales | 60 | Cafetería | 40 |
| PROGRAMA ARQUITECTÓNICO TENTATIVO         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| Descripción                               | m <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| Recepción/información turística           | 20                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| Sala muestra permanente                   | 60                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| Sala multiuso, muestras temporales        | 60                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |
| Cafetería                                 | 40                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                   |  |             |                |                                 |    |                         |    |                                    |    |           |    |

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| <b>Tienda</b>               | 20           |
| <b>Baños</b>                | 12           |
| <b>Total m² útiles</b>      | <b>212</b>   |
| <b>20% Circulaciones</b>    | 42,4         |
| <b>Total m² Construidos</b> | <b>254,4</b> |

#### IMÁGENES DE REFERENCIA



### III. Magnitud de la inversión

Proyecto Centro de interpretación de la cordillera de los Andes (CICA): 12.250 UF.

### IV. Origen de la financiación

| FONDOS PÚBLICOS                                                           | FONDOS PRIVADOS | OTROS FONDOS                            |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------|
| Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional del Maule | ----            | Banco Interamericano de Desarrollo. BID |
| Fondo regional de iniciativa local (FRIL). Gobierno Regional del Maule    |                 |                                         |
| Dirección de vialidad. MOP                                                |                 |                                         |
| Dirección de arquitectura. MOP                                            |                 |                                         |
| FONDART Regional (línea de patrimonio cultural). CNCA                     |                 |                                         |

### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                         | INICIATIVAS                                                                                   | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7. IMPLEMENTACIÓN Y ESTANDARIZACIÓN DE SEÑALÉTICA EN EL MAULESUR | 7.1 Elaborar el proyecto de diseño y ubicación de la señalética vial y turística del MauleSur | 7.1.1 Definir el plan de acción para el proyecto: obtención de fondos, términos de referencia, licitación y diseño |
|                                                                  | 7.2 Incorporar proyecto a la carpeta de                                                       | 7.2.1 Proyecto en cartera                                                                                          |
|                                                                  |                                                                                               | 7.2.2 Proyecto implementado                                                                                        |
|                                                                  |                                                                                               |                                                                                                                    |

| PROYECTO                                                                | INICIATIVAS                                                                    | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                         | infraestructura, que se estará trabajando con el MOP y municipios del MauleSur |                                                                                                                                                  |
| 8. <b>CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LA CORDILLERA DE LOS ANDES (CICA)</b> | 8.1 Incorporación del proyecto a la agenda regional                            | 8.1.1 Reunión con gobierno regional para establecer la viabilidad del proyecto en la agenda<br>8.1.2 Acuerdo de trabajo con el gobierno regional |
|                                                                         | 8.2 Diseño, construcción e implementación del proyecto                         | 8.2.1 Definir el plan de acción para el proyecto: obtención de fondos, términos de referencia, licitación y diseño                               |

### 9.2.3 Programas de fomento productivo

#### 9.2.3.1 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 de las personas. Este proyecto 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, deben implementar el guion turístico a nivel particular, además, de entregar un servicio de calidad. En este sentido, es que los actores turísticos debiesen generar proyectos que les entreguen las herramientas necesarias para elevar aún más el perfil del destino.

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. Por lo anterior, la OGD y la Comisión de Fomento Productivo cuentan con la plataforma para estimar las necesidades de empresarios del territorio con el fin de proponer la incorporación de ellos a diversos instrumentos. 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 negocio para que el servicio público apoye el proyecto.

Por otro lado, un factor preponderante para la Región del Maule y específicamente para este destino, es que los servicios públicos adviertan las características reales del rubro turístico, ya que muchas veces los empresarios no logran adjudicar fondos debido a que no logran transferir las necesidades y, sobre todo, los resultados de sus iniciativas. Por esto, este programa también debe propender a generar capacitación en ejecutivos de los organismos públicos que permita una mejor comprensión del marco global y específico de la actividad turística.

##### II. Proyectos

#### **Proyecto N° 9: Generación de un acompañamiento de los empresarios turísticos del territorio que tienda a la estandarización de la oferta de servicios del destino MauleSur**

##### **Objetivo:**

Establecer una base de empresas con sus requerimientos para la generación de proyectos de estandarización de niveles de calidad y productos experienciales.

##### **Responsables:**

- Comisión de fomento productivo OGD MauleSur.
- Municipios del MauleSur

**Justificación:**

La implementación exitosa del PLADETUR MauleSur, comienza por poner en valor los productos elaborados especialmente para él, estos son el guion territorial y las experiencias turísticas que se derivan del mismo. Un territorio requiere contar con una serie de elementos para convertirse en un destino turístico, y que no solo corresponde a contar con recursos culturales y naturales, sino que más bien a ponerlos en valor y ser capaces de hacerlos llegar a los mercados meta. Es por esto, que trabajar con los privados es esencial para conseguir los objetivos como destino turístico MauleSur, e ir avanzando de manera progresiva hasta que una gran mayoría se encuentre en un mismo nivel de calidad.

### **Proyecto N° 10: Capacitaciones mutuas entre los empresarios, asociaciones y municipios del MauleSur y los organismos que entregan instrumentos de fomento**

**Objetivo:**

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 y lograr ventajas competitivas.

**Responsables:**

- Comisión de fomento productivo OGD MauleSur.
- Municipios del MauleSur
- SERNATUR. La dirección regional es crítica en la postulación a instrumentos que provienen desde fondos no chilenos. La existencia de instrumentos como AI Invest, FOMIN y el OMJ (estos dos últimos del BID), requieren que la postulación sea a través de organismos, ya que no se entregan directamente a los empresarios.

**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, así como también, existe la convicción que los organismos no conocen el rubro turístico, por lo que niegan ciertos beneficios o no entienden las postulaciones. 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.

### **Proyecto N° 11: Capacitación a funcionarios municipales**

**Objetivo:**

Capacitar a los funcionarios municipales que se vinculan con la generación de negocios turísticos en el territorio.

**Responsables:**

- Comisión de fomento productivo OGD MauleSur.
- Municipios del MauleSur
- SERNATUR.

**Justificación:**

Este es un proyecto que podría estar vinculado a muchos de los programas de esta Cartera. No obstante, en este punto se establece un hito crítico en el fomento a la creación de empresas y sobre todo a su formalización. Muchas veces los permisos de funcionamiento no son entregados a los solicitantes por existir brechas de información, que se deriva del poco conocimiento o poca flexibilidad de ciertos departamentos. Este tema no se relaciona con aceptar el funcionamiento de negocios que no cumplan con obligaciones, si no que más bien, tender a unificar criterios entre los responsables.

## **III. Magnitud de la inversión**

Se considera que el trabajo en este programa es más bien de gestión, no obstante, debe estar inserto dentro del proceso de formación de la OGD, donde la comisión de fomento productivo pueda actuar

a través de la generación de una planificación de talleres y reuniones.

El monto anual requerido corresponde a \$5.000.000 (cinco 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 | Acuerdo de cooperación de los nueve municipios de MauleSur    |
| Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento - Región del Maule. CORFO                                      |                                                         | Al Invest 5.0. Comisión europea para mipymes de Latinoamérica |
| Capital Abeja Emprande. SERCOTEC                                                                            |                                                         | Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). BID                |
| Asesoría Empresarial. SERCOTEC                                                                              |                                                         | Oportunidades para la Mayoría (OMJ). BID                      |
| 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                                                                             |                                                         |                                                               |
| MejoraNegocios: 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)                                                            |                                                         |                                                               |

#### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                                                        | INICIATIVAS                                              | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9. GENERACIÓN DE UN ACOMPAÑAMIENTO DE LOS EMPRESARIOS TURÍSTICOS DEL TERRITORIO QUE TIENDA A LA | 9.1 Difusión de la iniciativa a los empresarios MauleSur | 9.1.1 Creación de un formulario que permita establecer la cantidad de empresas del MauleSur con requerimientos de inversión, capacitación, asesorías, entre otros. Para aquello se debe utilizar como base los datos entregados por esta consultoría |



| PROYECTO                                                                                                                                             | INICIATIVAS                                                                                                                    | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ESTANDARIZACIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS DEL DESTINO MAULESUR</b>                                                                                |                                                                                                                                | 9.1.2 Utilizar la plataforma creada para este PLADETUR <a href="http://www.pladeturmaulesur.cl">www.pladeturmaulesur.cl</a> para la inscripción de las empresas que estén interesadas en asociarse a este proceso<br>9.1.3 Publicación de fechas críticas para las postulaciones                                                                 |
|                                                                                                                                                      | 9.2 Postulaciones a instrumentos de fomento                                                                                    | 9.2.1 Generar un espacio comunitario para un trabajo en redes (networking) en torno a los formularios de postulación a instrumentos de fomento<br>9.2.2 Creación de comisiones de trabajo según requerimientos, que cuenten con un asesor externo según ámbito<br>9.2.3 Subida de formularios a los sitios habilitados                           |
| 10. <b>CAPACITACIONES MUTUAS ENTRE LOS EMPRESARIOS, ASOCIACIONES Y MUNICIPIOS DEL MAULESUR Y LOS ORGANISMOS QUE ENTREGAN INSTRUMENTOS DE FOMENTO</b> | 10.1 Organización de un calendario de capacitaciones                                                                           | 10.1.1 Acuerdos con organismos para la obtención de retroalimentación al momento de la postulación a instrumentos de fomento                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                      | 10.2 Capacitaciones en instrumentos de fomento y reciprocidad del rubro turístico                                              | 10.2.1 Sesiones de trabajo que adviertas las necesidades de una y otra parte, para la correcta postulación a instrumentos                                                                                                                                                                                                                        |
| 11. <b>CAPACITACIÓN A FUNCIONARIOS MUNICIPALES</b>                                                                                                   | 11.1 Establecer unificación de criterios para la obtención de permisos de funcionamiento para empresas turísticas del MauleSur | 11.1.1 Realizar reuniones con los alcaldes y administradores municipales para acordar un plan de acción<br>11.1.2 Generar una entrevista a departamentos municipales – patentes, obras, entre otros-, para conocer sus brechas<br>11.1.3 Realizar capacitación a funcionarios municipales en base a “buenas prácticas” de otras comunas del país |

## 9.2.4 Programas formación continua del capital humano

### 9.2.4.1 Programa: Formación y profesionalización de los negocios turísticos del MauleSur

#### 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° 12: Programa de capacitaciones para los negocios turísticos del MauleSur

##### Objetivo:

Generar un programa de capacitaciones para la estandarización de la calidad de los servicios en el destino MauleSur.

##### Responsable:

- Comisión de formación continua del capital humano de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

##### 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, es que 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 a continuación.

|                     |                                  |                                          |                                      |
|---------------------|----------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|
| 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             | Guiaje                           | 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 | Acuerdo de cooperación de los nueve municipios de MauleSur    |
| Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento - Región del Maule. CORFO |                                                         | Al Invest 5.0. Comisión europea para mipymes de Latinoamérica |
| Becas capital humano. CORFO                                            |                                                         | Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). BID                |
| Iniciativas de Desarrollo de Mercado. SERCOTEC                         |                                                         | Oportunidades para la Mayoría (OMJ). BID                      |
| 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)                       |                                                         |                                                               |

**VI. Plan de trabajo**

| PROYECTO                                                                        | INICIATIVAS                                                                                          | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>12. PROGRAMA DE CAPACITACIONES PARA LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS DEL MAULESUR</b> | 12.1 Establecer los requerimientos oficiales de formación para el territorio                         | 12.1.1 A partir del proyecto 9, se contará con listados de requerimientos de formación para las empresas del MauleSur, por lo que se deberá generar una depuración de esas listas<br>12.1.2 Generar listado de programas oficiales de formación para el territorio y a nivel país                                                                                                                         |
|                                                                                 | 12.2 Generación de acuerdos para la incorporación de las empresas a un círculo virtuoso de formación | 12.2.1 Una vez que se cuenta con el listado de programas de capacitación a los que se puede acceder en el territorio, se realiza la publicación y llamado abierto a la inscripción<br>12.2.2 Reuniones con instituciones, a nivel regional o central, para solicitar formación específica de acuerdo a requerimientos territoriales y que estos se lleven a cabo en las provincias de Linares y Cauquenes |
|                                                                                 |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                 |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

### 9.2.4.2 Programa: Cultura turística en el destino MauleSur

#### 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° 13: Conciencia turística comunitaria

##### Objetivo:

Generar un programa de conciencia turística que abarque a toda la comunidad de MauleSur.

##### Responsable:

- Comisión de formación continua del capital humano de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

##### 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

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     | ----            | Municipios del MauleSur         |
| Programa conciencia turística. SERNATUR |                 | Centros educativos del MauleSur |

#### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                    | INICIATIVAS                                                                                  | INDICADORES DE GESTIÓN                                                              |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. <b>CONCIENCIA TURÍSTICA COMUNITARIA</b> | 13.1 Elaboración del mapa de organizaciones y sociedad civil que debe ser parte del programa | 13.1.1 Elaborar listas de centros educativos, asociaciones de comerciantes, y otros |
|                                             |                                                                                              | 13.1.2 Reuniones con municipios y SERNATUR para el financiamiento del programa      |
|                                             |                                                                                              | 13.1.3 Plan de acción del programa; temas, lugares, fechas                          |

| PROYECTO | INICIATIVAS                                              | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                         |
|----------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | 13.2 Implementación del programa de conciencia turística | 13.2.1 Llevar a cabo conversatorios que incluyan la gama de temas necesarios para aumentar la cultura turística del territorio |

## 9.2.5 Programas calidad, innovación y competitividad

### 9.2.5.1 Programa: Experiencias turísticas del MauleSur

#### I. Perfil del programa

Este PLADETUR, deja incorporado un instrumento que debe ser la base para la generación de productos turísticos experienciales en el territorio, el guion turístico territorial. Este actúa como un “catalizador de energías”, lo que se traduce en que prioriza el patrimonio del espacio territorial, entregándole herramientas para su transformación en actividades que lleven a los visitantes a vivir experiencias realmente diferenciadoras.

Este guion tiene un concepto central, que se relaciona con la naturaleza campesina, donde se mezclan la Cordillera de los Andes, con la producción del campo y la salud. Tres ámbitos que es posible vivir en MauleSur, y que deben ser llevados a la práctica a través de productos turísticos.

Una vez que el territorio; privados, municipios y organismos públicos, hayan implementado proyectos específicos es factible comenzar a crear productos que puedan hacer uso de los proyectos ícono, la capacidad empresarial y otros elementos, para generar tours y programas abiertos y cerrados para atraer nuevos mercados meta y fidelizar a los ya existentes.

Existen proyectos íconos que permitirían comenzar a generar la propuesta de valor del territorio, mientras, de manera paralela, se ejecutan los programas de este PLADETUR como, por ejemplo, la estandarización y mayor cantidad de señalética, tanto vial como interpretativa. Este es un recurso que permite establecer un producto turístico base, ya que entrega suficiente información al turista para recorrer el territorio, teniendo la posibilidad de visitar atractivos turísticos informarse a través de gigantografías de mapas de ubicación en las plazas e interpretación de la oferta en general. Ese proyecto se encuentra asociado al eje de inversión en turismo, por lo que es patente la complementación de las comisiones de trabajo de la OGD.

#### II. Proyectos

### Proyecto N° 14: Diseño de productos turísticos experienciales destino MauleSur

#### Objetivo:

Construir una oferta de productos para el territorio MauleSur

#### Responsable:

- Comisión de calidad, innovación y competitividad de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

#### Justificación:

La palabra “experiencia” ciertamente es hoy en día la más usada al momento de exponer con respecto a las tendencias del turismo a nivel mundial. Los organismos reguladores de la industria se encuentran planificando y gestionando en base a este concepto, por tanto, MauleSur no debe ser la excepción. No obstante, constituirse como un territorio verdaderamente experiencial requiere del esfuerzo conjunto de todos los sectores, por lo que este proyecto en particular solo será exitoso, en la medida que el resto de los programas se vayan implementando. El esfuerzo, en este proyecto, debe estar en generar una base de productos, que cubran al menos uno para cada experiencia propuesta en el guion turístico, lo que reforzará las tres vocaciones del territorio. En el corto plazo debe ser capaz de articularse en función de estas experiencias y contar con catálogo del destino que

muestren las posibilidades de vivir estas experiencias en MauleSur.

### III. Magnitud de la inversión

Se considera que el proyecto para la construcción de productos turísticos requiere un monto de aproximadamente \$20.000.000 (veinte millones de pesos chilenos).

### IV. Origen de la financiación

| FONDOS PÚBLICOS                                   | FONDOS PRIVADOS | OTROS FONDOS                                                  |
|---------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------|
| Nodos para la competitividad. CORFO               | ----            | 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 |                 |                                                               |

### VI. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                           | INICIATIVAS                                            | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 14. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EXPERIENCIALES DESTINO MAULESUR | 14.1 Proceso ex ante para el desarrollo de productos   | 14.1.1 Ordenamiento de la información de empresas, atractivos, asociaciones y proyectos del MauleSur                                                                                      |
|                                                                    |                                                        | 14.1.2 Obtención de financiamiento y elaboración de bases para la elaboración de productos                                                                                                |
|                                                                    |                                                        | 14.1.3 Licitación y/o contratación de expertos para la construcción de productos                                                                                                          |
|                                                                    | 14.2 Construcción de productos turísticos del MauleSur | 14.2.1 Creación de una mesa de trabajo, liderada por la comisión de calidad, innovación y competitividad de la OGD MauleSur, para ser la contraparte del proceso de creación de productos |
|                                                                    |                                                        | 14.2.2 Proceso ex post para la validación de los productos turísticos del MauleSur                                                                                                        |

### 9.2.5.2 Programa: calidad, innovación y sustentabilidad del MauleSur

#### 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 del MauleSur y la obtención de sellos para aquellos que vayan cumpliendo los ámbitos que se evalúan.

#### II. Proyectos

##### Proyecto N° 15: Creación de un sello de calidad del MauleSur

###### Objetivo:

Construir un sello que identifique al territorio y que genere el escalamiento de los negocios turísticos, para la competitividad del destino.

###### Responsables:

- Comisión de calidad, innovación y competitividad de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.
- Municipios del MauleSur.

###### Justificación:

El tipo de empresas del MauleSur pertenecen, en su mayoría, a la categoría micro y pequeñas. Esto hace que muchas de ellas nazcan al alero de las necesidades más que al aprovechamiento de oportunidades. Gran parte de las empresas ofrecen cuentan con una oferta dirigida más bien a un mercado de gente que se traslada por trabajo y que por turismo, por lo que la dinámica de entrega de servicios, equipamiento e instalaciones dista mucho de lo que necesita un destino turístico de calidad. Por lo anterior, se hace necesario generar una separación de estas dos líneas, que lleven a que exista mayor cantidad de emprendedores que vean en la actividad turística una oportunidad y que estos tengan ventajas por sobre otro tipo de instalaciones.

En este sentido, es que este proyecto apunta a que los negocios turísticos del MauleSur, 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 en torno a la OGD y asociaciones vinculadas.

##### Proyecto N° 16: Plan para la certificación de empresas en sellos Q y S

###### Objetivo:

Elaborar un plan que tienda a la certificación de empresas del territorio MauleSur.

###### Responsables:

- Comisión de calidad, innovación y competitividad de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

###### Justificación:

La forma de que el territorio aumente la cantidad de empresas con sellos de calidad, es que se estructure un acompañamiento y vinculación con cada uno de los proyectos de esta cartera. Así, al momento de ejecutar los programas de fomento productivo, de capital humano y otros, se debe tener presente que el horizonte debe ser que una masa crítica de empresarios se transforme en ejemplo para el resto, fomentando la asociatividad, el trabajo conjunto y el logro de un distintivo que transforme al destino en referencia para el resto del país.

### III. Magnitud de la inversión

Se considera que el programa de estandarización y sustentabilidad de la oferta turística requiere un monto aproximado de \$200.000.000 (doscientos millones de pesos chilenos), en cinco años.

### 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 | Al Invest 5.0. Comisión europea para mipymes de Latinoamérica |
| 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 |                                                         |                                                               |

### VII. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                          | INICIATIVAS                                                               | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15. <b>CREACIÓN DE UN SELLO DE CALIDAD DEL MAULESUR</b>           | 15.1 Establecer los lineamientos del sello de calidad del MauleSur        | 15.1.1 Mesas de trabajo para determinar las líneas de trabajo que debe contener el sello MauleSur<br>15.1.2 Generación de conversatorios en el territorio para la obtención de insumos<br>15.1.3 Construcción del procedimiento para certificar con el sello MauleSur: creación gráfica, comisión de visitas a establecimientos, contratación de externos<br>15.1.4 Elaboración de la planilla de chequeo de cumplimiento de estándares de calidad para MauleSur<br>15.1.5 Proceso de validación del instrumento |
|                                                                   | 15.2 Difusión e implementación del sello de calidad del MauleSur          | 15.2.1 Difusión del sello a través de la plataforma del MauleSur<br>15.2.2 Establecer calendario de visitas y fechas de entrega de certificados de acreditación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                   | 16.1 Generación de un plan para la certificación de empresas del MauleSur | 16.1.1 Establecer, junto a SERNATUR, las líneas de trabajo para el logro de este objetivo<br>16.1.2 Elaboración de un Plan operativo anual (POA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 16. <b>PLAN PARA LA CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS EN SELLOS Q Y S</b> |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |



## 9.2.6 Programas difusión, promoción y marketing turístico

### 9.2.6.1 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 a través de la OGD, 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 MauleSur con el fin de que nuevos actores se vayan sumando a la formación del destino.

#### II. Proyectos

#### Proyecto N° 17: Conversatorios sobre el PLADETUR y la actividad turística en MauleSur

##### Objetivo:

Incorporar a la comunidad local en la implementación del PLADETUR MauleSur.

##### Responsables:

- Comisión de difusión, promoción y marketing de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

##### 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.

#### III. Magnitud de la inversión

Se considera que el programa de difusión del PLADETUR requiere un monto aproximado anual de \$4.000.000 (cuatro millones de pesos chilenos).

#### IV. Origen de la financiación

| FONDOS PÚBLICOS                                  | FONDOS PRIVADOS | OTROS FONDOS            |
|--------------------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| Nodos para la competitividad. CORFO              | ----            | Municipios del MauleSur |
| Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) |                 |                         |
| Programa conciencia turística. SERNATUR          |                 |                         |

#### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                   | INICIATIVAS                                              | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                      |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 17. <b>CONVERSATORIOS SOBRE EL PLADETUR Y LA ACTIVIDAD</b> | 17.1 Generar un plan anual para la difusión del PLADETUR | 17.1.1 La comisión a cargo del programa elabora los temas, propone lugares y fechas para los conversatorios |

| PROYECTO              | INICIATIVAS                                               | INDICADORES DE GESTIÓN                                                    |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| TURÍSTICA EN MAULESUR |                                                           | 17.1.2 Se presenta al directorio de la OGD y se valida                    |
|                       | 17.2 Implementar los conversatorios, de manera trimestral | 17.2.1 Llevar a cabo los conversatorios en las comunas parte del PLADETUR |

### 9.2.6.2 Programa: Plan de marketing del destino MauleSur

#### 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° 18: Elaboración del plan de marketing turístico del destino MauleSur

###### Objetivo:

Construir una herramienta que permita comunicar y vender el destino MauleSur

###### Responsables:

- Comisión de difusión, promoción y marketing de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

###### Justificación:

Una vez que se cuenta con productos y servicios, un destino debe generar el posicionamiento y la posterior comercialización de los mismos. 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° 19: Implementación del plan de marketing turístico del destino MauleSur

###### Objetivo:

Implementar el plan de marketing del destino MauleSur

###### Responsables:

- Comisión de difusión, promoción y marketing de la OGD MauleSur.
- SERNATUR.

###### 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 del mismo.

#### IV. Origen de la financiación

| FONDOS PÚBLICOS                                                           | FONDOS PRIVADOS                                                 | OTROS FONDOS                                               |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Gobierno Regional del Maule | Cuotas sociales asociaciones y empresas pertenecientes a la OGD | Acuerdo de cooperación de los nueve municipios de MauleSur |
| Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)                          |                                                                 |                                                            |

#### V. Plan de trabajo

| PROYECTO                                                                       | INICIATIVAS                                                       | INDICADORES DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 18. <b>ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DEL DESTINO MAULESUR</b>    | 18.1 Proceso ex ante para la elaboración del plan de marketing    | 18.1.1 Obtención de financiamiento y elaboración de bases para la elaboración de productos<br>18.1.2 Licitación y/o contratación de expertos para la construcción de productos                                                                        |
|                                                                                | 18.2 Construcción de productos turísticos del MauleSur            | 18.2.1 Creación de una mesa de trabajo, liderada por la comisión de promoción y marketing de la OGD MauleSur, para ser la contraparte del proceso de elaboración del Plan<br>18.2.2 Proceso ex post para la validación del plan de marketing MauleSur |
| 19. <b>IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DEL DESTINO MAULESUR</b> | 19.1 Proceso ex ante para la implementación del plan de marketing | 19.1.1 Obtención de financiamiento para la implementación del Plan<br>19.1.2 Licitación y/o contratación de expertos para la construcción del Plan                                                                                                    |
|                                                                                | 19.2 Implementación del Plan de marketing                         | 19.2.1 Creación de una mesa de trabajo, liderada por la comisión de promoción y marketing de la OGD MauleSur, para ser la contraparte de implementación, seguimiento y evaluación del Plan<br>19.2.2 Proceso ex post para la evaluación del Plan      |

## **10. DIAGNÓSTICO DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES**

### **10.1 Introducción**

Un destino turístico hoy, no sólo debe tener la capacidad de atraer turistas sino también inversionistas que sean capaces de dinamizar los productos y servicios del lugar. Es decir, la atraktividad turística de un destino no sólo se genera por las bellezas naturales y culturales (atractivos turísticos), sino también por una oferta de servicios de calidad, innovadora, sustentable y que genere una imagen positiva de este territorio.

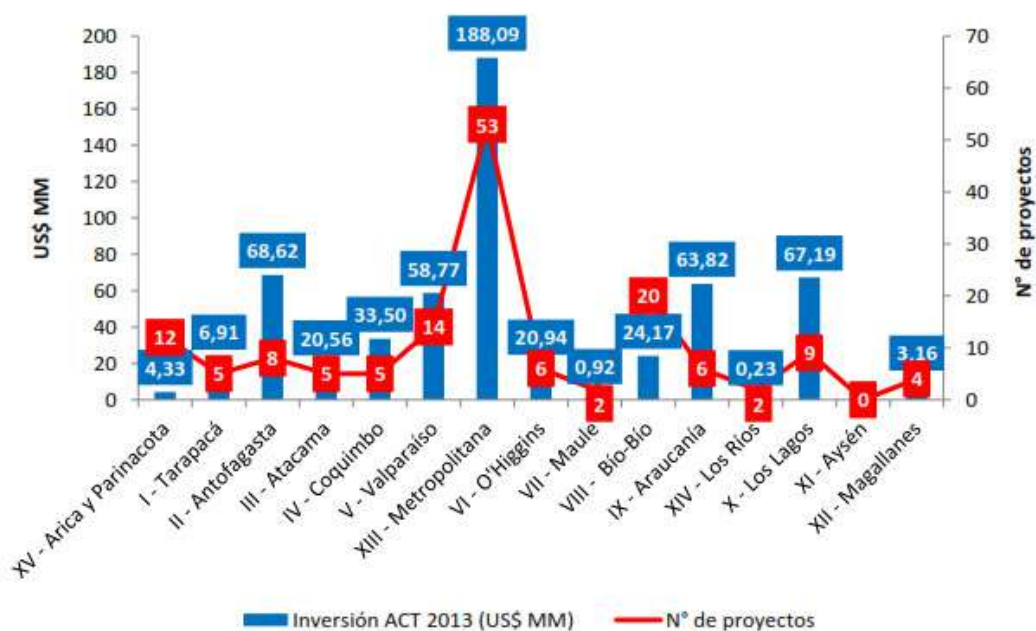
Esta dinamización viene dada por una visión estratégica que debe ser capaz de motivar a actores públicos y privados para promover nuevas inversiones que permitan revitalizar la imagen objetivo del destino o generar nuevas oportunidades de destinos y productos. Muchas veces, los destinos simplemente se desarrollan por el crecimiento natural de la demanda que acude al lugar. Ese crecimiento orgánico podrá tener éxito siempre y cuando la demanda tenga un crecimiento constante. Pero la realidad de la mayoría de los destinos en Chile, no es así. El crecimiento puede verse estancado por situaciones ajenas al mismo sistema turístico, como una crisis económica, un desastre natural e inclusive por una imagen negativa que se haya promovido del territorio. Por lo anterior, depende de solamente el crecimiento orgánico de una demanda es arriesgar bastante el desarrollo futuro del destino, más aún cuando hoy en día cada destino compite con otros dentro de la misma región, en el mismo país y a nivel internacional.

Considerando lo anterior, es fundamental generar un diagnóstico de oportunidades de inversión, que permita identificar oportunidades de negocios (proyectos) para inversionistas, empresarios y emprendedores locales, regionales, nacionales e internacionales.

### **10.2 Inversión turística MauleSur**

Un diagnóstico de oportunidades de inversión permite contar con proyectos que pueden lograr una dinamización del territorio generando un círculo virtuoso que permite posicionar una nueva oferta.

A nivel país la Región del Maule es una de las de menor inversión en ACT (Actividades Características del Turismo), esto de acuerdo al *Informe de Catastro de proyectos de inversión privada en turismo* de SERNATUR del año 2013, solo con 2 proyectos y una inversión total de 920 mil dólares.

**Gráfico n° 33. Montos de Inversión en ACT y Número de Proyectos por Región Año 2013 (millones de US\$)**

Fuente: SERNATUR

Desde la mirada de la inversión esto indica dos factores esenciales: baja competitividad del destino y poca atraktividad para el desarrollo de inversiones turísticas. La región del Maule presenta una oferta turística con poco posicionamiento a nivel internacional, lo que provoca un desinterés por parte de los inversionistas en desarrollar proyectos de gran capital para el turista nacional.

Talca y Curicó se han destacado como ejes del desarrollo de inversiones turísticas y hoteleras de grandes capitales en la región, asociado mayormente a su vocación de destinos de turismo de negocios.

Maule Sur por su parte ha estado más atrasado en el desarrollo turístico y de grandes inversiones a nivel regional. El destino cuenta con un gran potencial, el cual aún no ha logrado posicionar una oferta turística para el desarrollo de grandes inversiones (sobre 1 millón de dólares).

La zona está marcada por pequeños emprendimientos turísticos asociado mayormente a equipamiento y planta turística. Estos proyectos por su escala no se contemplan, como oportunidades de inversión, debido a que existen otras líneas de financiamiento tales como fondos Corfo (capitales semilla y abeja), créditos bancarios a tasas de interés convenientes.

### **10.3 Imagen objetivo y perfil del inversionista**

#### **10.3.1 Imagen objetivo**

Como se ha mencionado en otros apartados de este informe, entre los conceptos más emblemáticos, captados a través de las distintas instancias de participación y a la apreciación personal de los consultores a cargo de este estudio, se encuentran; el Campo, montaña, gastronomía, tradiciones campesinas, naturaleza, cultura típica, tranquilidad.

La idea de la fusión tierra y montaña debe ser la base para la conformación y diseño de los productos inmediatos y otros más en el largo plazo, como las experiencias turísticas, la imagen de marca y el empaquetamiento de la oferta.

A nivel de inversión deben existir diferentes grados de esta. una relación directa entre estos conceptos y lo que se desea desarrollar como nuevos equipamientos, infraestructura y servicios a lo largo del territorio. Jamás, la nueva inversión que se necesita atraer deberá contradecir la imagen turística que se desea promover para atraer a los turistas. Por lo anterior, el tipo de inversión que se desea atraer corresponde a equipamientos turísticos con las siguientes características:

- De pequeña escala (que no generen un gran volumen visual y a la vez complementan la oferta ya existente).
- Con identidad local en su arquitectura como en su forma de gestión.
- Diseñado sustentablemente.
- Localizados en un lugar que combine la naturaleza campesina con las actividades de la cordillera y tradiciones.
- Calidad superior (equipamiento que vengam establecer un nuevo estándar para la zona, así como una nueva demanda)

Estos cinco elementos configuran la imagen objetivo a promover para atraer inversionista.

#### **10.3.2 Criterios de inversión**

Junto con la imagen objetivo, es fundamental, considerar criterios de inversión que permiten determinar los parámetros de competitividad y sustentabilidad que se esperan como impacto o externalidades derivado de este nuevo desarrollo.

Al respecto, se presenta a continuación los criterios específicos para este tipo de inversión:

**Esquema n° 11. Criterios de Inversión**

Fuente: DTS Consultores

Este esquema representa los cuatro criterios de inversión (color azul) que deberá considerar el inversionista antes de tomar la decisión. Este tipo de criterio genera un marco conceptual del tipo de inversión que se necesita en el Maule Sur.

**10.3.3 Perfil inversor**

No todos los destinos turísticos se focalizarán en un mismo perfil de inversionista. Por lo anterior, es fundamental aclarar que existen cuatro tipos de perfil inversionista dentro del Sistema Turístico:

- a. Inversionista Rentista: Coloca capital, pero no construye, ni opera.
- b. Inversionista Desarrollador: Coloca capital y construye, pero no opera
- c. Inversionista Operador: Coloca capital, no construye, pero opera
- d. Inversionista Gestor: Coloca capital, construye y opera

El tipo de inversionista de los puntos A, B y C corresponde más a inversiones de alto riesgo y de gran escala, las cuales más bien se identifican con desarrollos en centros urbanos o destinos consolidados masivos con una baja estacionalidad. Las inversiones superan los 5 millones de dólares, por lo que tienen que se tiene que armar un pull de asociados para materializar el proyecto. Para el caso del destino Maule Sur, es necesario un proyecto icono que lo posicione a nivel nacional.

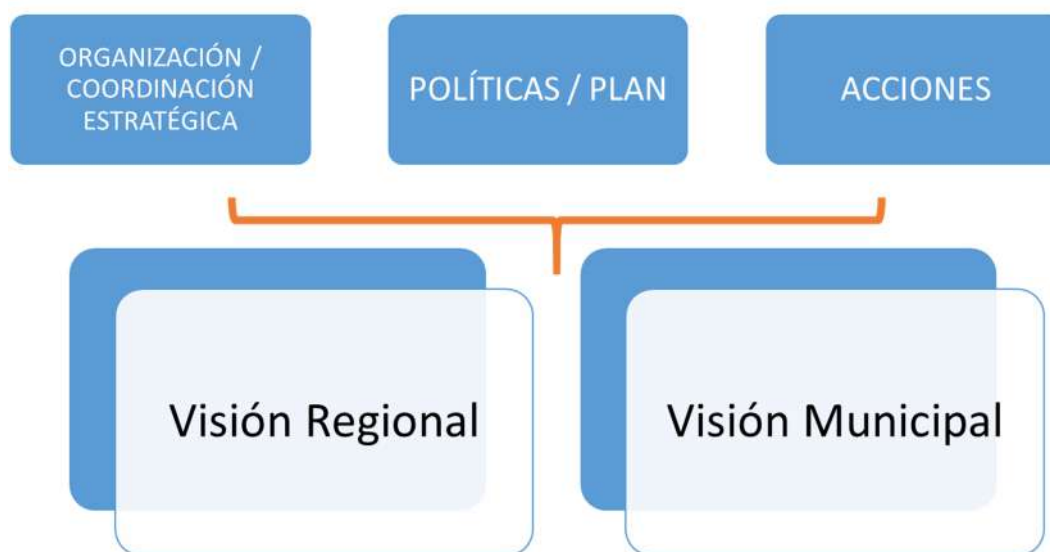
Si bien los niveles de inversiones en Maule Sur son a menor escala, existen un par de proyectos que podrían aportar en el desarrollo de nueva oferta.

## 10.4 Programa de atracción de inversiones MauleSur

### 10.4.1 Etapas para generar el proceso de atracción

Para generar un proceso de atracción de inversiones, es fundamental considerar el siguiente esquema:

**Esquema n° 12. Etapas para generar el Proceso de Atracción**



Fuente: DTS Consultores

La figura explica que claramente debe existir una plataforma organizacional a nivel regional y a nivel municipal cuyas funciones serían:

- Desarrollar un plan estratégico para atraer inversionistas (misión, visión y objetivos)
- Definir una cartera de oportunidades de inversión a nivel regional como comunal (conceptualización de proyectos)
- Determinar acciones que permitan el apoyo a la materialización de inversiones (ej. Subsidio a la contratación de la mano de obra local, exención de impuestos, rebaja de impuestos)
- Definir un conjunto de acciones que permitan la facilitación de la llegada de nuevas inversiones (procedimiento de ventanilla única)
- Definir un conjunto de acciones comunicacionales que permitan promover el portafolio de proyectos (oportunidades de inversión) en conjunto con las acciones que de apoyo y de facilitación.
- Seguimiento en el proceso de materialización de la inversión

Esta plataforma organizacional, debería estar integrada por un Comité de Inversión Regional como presencia a nivel local. Para el caso específico del destino MauleSur, este comité debería estar integrado por la directiva de la Organización de Gestión de Destino Maule Sur (OGD) y liderado por su gerente. No hay que crear una nueva plataforma paralela. Inclusive, a nivel regional, debería recaer en todas las OGD que se creen y que finalmente puedan determinar sus políticas de atracción de acuerdo al perfil de proyectos, criterios y oportunidades (proyectos).



Esta plataforma organizacional por destinos (OGD) va permitir ordenar y coordinar todo el proceso para evitar así las siguientes situaciones:

- A. Desarrollo inorgánico del equipamiento turístico en el destino (cada proyecto con una identidad que puede romper la imagen y experiencia que se desea promover).
- B. Falta de involucramiento de la comunidad local en el proceso de desarrollo de una nueva oferta (externos invierten sin considerar a la comunidad local).
- C. Especulación de los bienes raíces (generando un proceso de venta poco justificada).
- D. Falta de manejo de la estandarización de la calidad en la nueva oferta.

#### **10.4.2 Propuesta programa de atracción inversiones**

La presente propuesta, es una visión de la empresa consultora en relación a cómo debería ser el programa de atracción de inversiones. El proceso deberá continuar con la validación de esta propuesta una vez que entre en funcionamiento la OGD Maule Sur.

Como se mencionó anteriormente, la organización de este programa debería estar en el Directorio y Gerencia de la OGD, por lo que se describirán los participantes de esta organización ya que eso se ha desarrollado en otro capítulo de este informe. Es importante señalar, que esta organización de recoger participantes regionales y comunales tanto del sector público, privado y municipal.

#### **Estrategias corporativas**

A continuación, se propone la siguiente visión estratégica del programa:

- Misión: Ser una plataforma que permita identificar, coordinar y comunicar oportunidades de inversión para el destino Maule Sur.
- Visión: Implementar una plataforma eficiente y estratégica, que permita transformar competitivamente y sustentablemente la oferta turística del destino Maule Sur
- Objetivos:
  1. Definir un conjunto de políticas y acciones que permitan atraer inversionistas locales, regionales y nacionales.
  2. Implementar de manera eficiente y eficaz las políticas y acciones.
  3. Identificar permanentemente oportunidades de inversión en el destino Maule Sur.

#### **Políticas**

Las políticas vienen a generar el marco operacional de esta plataforma organizacional (O.G.D.) dentro de la línea de trabajo de Atracción de Inversiones.

Las políticas en su esencia están estrechamente vinculadas con la imagen objetivo a promover y los criterios de inversión (ambos vistos en puntos anteriores en este informe). Por lo que tienen que reforzar estos temas y no contradecirlos.

Las políticas propuestas para el destino MauleSur son:

- Identificar y promover proyectos de carácter sustentable y competitivo.
- Promover proyectos que estén enmarcados en la imagen objetivo del destino
- Facilitar el proceso de atracción de inversión.

Con estas tres políticas para un destino que recién se está organizando es bastante apropiado. Para destinos que tienen otro nivel de inversión y se encuentran en una fase de madurez como la ciudad

de Santiago, las políticas apuntarán más bien a tema de coordinación, disponibilidad de terrenos y montos de inversión.

A continuación, se van a describir las políticas para que se puedan comprender mejor:

- ***Identificar y promover proyectos de carácter sustentable y competitivo.***

Esta política tiene relación con el tipo de inversión esperada, el cual debe tener elementos identitarios locales y por sobre todo respetar el medioambiente que se localiza en el destino. Proyectos de grandes desarrollos que vienen a romper esquemas, aunque sean de muy alta inversión, no deberían potenciarse y apoyarse. Un elemento vital que potencie esta política, es que la cartera de proyectos que se presenten sea validada por el directorio de la OGD y cuando sea atraído un inversionista, éste deba presentar su plan de inversión al directorio para que sea validado y así tenga una participación y aprobación local de manera efectiva.

- ***Promover proyectos que estén enmarcados en la imagen objetivo del destino***

Esta política deberá considerar elementos identitarios locales definidos en la imagen objetivo del destino (naturaleza campesina) que permitan generar elementos experienciales en cada proyecto que conecten a la demanda con el destino.

- ***Facilitar el proceso de atracción de inversión.***

Esta política deberá considerar una muy buena coordinación entre todos los actores o stakeholders involucrados, para que realmente permita facilitar la inversión. Este proceso deberá comprender al menos una clara política de apoyo a la materialización de la inversión como una guía de procedimientos, incentivos y facilidades (ejemplo: armar al inversionista una visita de campo a conocer los proyectos o una agenda de reuniones con alcaldes o funcionarios públicos involucrados)

## **Acciones**

Las acciones comprenden la materialización de las políticas antes definidas. Estas acciones, deberán ser precisas, muy bien definidas y coordinadas por el gerente de la OGD bajo el apoyo de su directiva.

Las acciones que a continuación se describen, se van a distribuir por cada una de las políticas antes definidas, como se muestra en la tabla a continuación.

**Tabla n° 60. Acciones de programa atracción de inversiones**

| POLITICA                                                                      | ACCION                                          | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Identificar y promover proyectos de carácter sustentable y competitivo</b> | 1. Identificación de Oportunidades de Inversión | <p>Corresponderá a la gerencia de la OGD poder identificar oportunidades de inversión a lo largo de todo el destino, por medio de reuniones con actores privados y municipales.</p> <p>El actual equipo de trabajo que ha desarrollado este PLADETUR identificó de manera general en los talleres realizados las siguientes necesidades de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotelería 3 estrellas en la ciudad de Cauquenes</li> <li>• Hotelería 4 estrellas en la ciudad de Linares</li> <li>• Centro de Montaña en Nevado de Longaví</li> <li>• Lodge u/o Hotel Boutique en sector cordillerano y de viñedos</li> </ul>                                                                                                                                |
|                                                                               | 2. Definición de Proyectos de Inversión         | <p>Una vez identificados las oportunidades, la gerencia deberá transformarlos en proyectos de inversión por medio de una ficha descriptiva del proyecto la cual deberá contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Nombre del Proyecto</li> <li>b. Ubicación</li> <li>c. Propiedad disponible</li> <li>d. Propietario</li> <li>e. Tipo de Inversión</li> <li>f. Descripción del proyecto</li> <li>g. Mercado objetivo (incluyendo estadísticas regionales y locales que lo justifiquen)</li> <li>h. Monto aproximado de Inversión</li> <li>i. Fotografías del lugar.</li> </ul> <p>Esta cartera de proyectos será validada por el directorio de la OGD cada vez que se vayan estructurando fichas. Este es un proceso dinámico y no tiene una fecha de término.</p> |

| POLITICA                                              | ACCION                                       | DESCRIPCION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                       | 3. Comunicar Proyectos de Inversión          | <p>Una vez que al menos se tengan 3 proyectos de inversión claramente definidos y validados por el Directorio de la OGD, se procederá a comunicarlos. Las actividades involucradas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Colocar un aviso en prensa nacional y regional informando de estas oportunidades de inversión y que se deben contactar con la gerencia de la OGD Maule Sur.</li> <li>2. Otra opción es desarrollar una agenda de reuniones con inversionistas, los cuales podrán ser locales, regionales, nacionales e inclusive internacionales. Esta agenda deberá armar en conjunto con una empresa que tenga redes de inversionista o con CORFO nacional. Esta opción involucra más recursos y no corresponde implementarla para el nivel de desarrollo de inversión. Esta opción es más bien utilizada en destino mucho más sofisticado en altos volumen de inversión como Antofagasta, Iquique y Copiapó.</li> </ol> |
| <b>Facilitar el proceso de atracción de inversión</b> | 1. Definir una Estrategia de Facilitación    | <p>De manera paralela a la acción 1 de la Política anterior, se deberá definir como Directorio de la OGD una estrategia de facilitación del proceso de inversión, la cual deberá involucrar los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un protocolo para atender a un inversionista (procedimiento de ventanilla única).</li> <li>2. Medidas para atraer al inversionista. La OGD podrá implementar medidas legales como herramientas o instrumentos que se estén promoviendo por las distintas organizaciones públicas regionales y nacionales y que permitan seducir al inversionista (ej. Apoyo en la obtención de los permisos de construcción, apoyo en la iluminación pública de acceso a la inversión, apoyo en la capacitación del personal, en acciones de promoción, entre otras.)</li> </ol>                                                                                                                |
|                                                       | 2. Apoyar la materialización de la Inversión | <p>Una vez que suceda la acción 3 de la etapa anterior, se deberá acompañar al inversionista en el proceso de toma de decisiones y visita al lugar. Se necesita apoyarlo en todo lo que significa el proceso de materialización de la inversión, considerando al menos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Armar una agenda de reuniones con actores locales y regionales claves.</li> <li>2. Acompañarlo a visitar el o los proyectos que se están promoviendo.</li> <li>3. Asesorarlo en el proceso de toma de decisión</li> <li>4. Apoyarlo en el proceso de materialización de la inversión</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

### 10.5 Oportunidades de inversiones MauleSur

Basado en las entrevistas a actores claves clave del territorio se detectaron las siguientes oportunidades.

#### **Centro de esquí Nevados de Longaví**

La Corporación Regional de Desarrollo Productivo, está impulsando un estudio de pre-factibilidad que incluye un Centro Invernal de Montaña y construcción de canchas de esquí en el Nevado de Longaví.

Esta es una zona rodeada de bellezas naturales que, en invierno permanece cubierta de nieve que podría ser la base para este proyecto de infraestructura turística. En efecto, el objetivo es levantar modernas instalaciones que permita su uso durante los meses fríos, abriendo una nueva oferta turística inexistente hasta la fecha en la Región del Maule.

El proyecto se emplazaría en el Fundo El Castillo perteneciente a la Familia Gardeweg, quienes entregarían los terrenos en concesión a 30 años.

**Imagen n° 25. Plano de localización del Nevado de Longaví**



Fuente: google earth

La ladera sur-poniente por accesibilidad y cualidades tiene el mejor acceso y la mejor pendiente y es la que presenta las mayores potencialidades de este proyecto.

El proyecto se encuentra en fase de estudio de prefactibilidad técnica de caminos y centro de esquí.

### **Restaurant Enoturístico**

Este proyecto busca generar un negocio enogastronómico en terrenos de viña Balduzzi, si bien los dueños tienen interés en el desarrollo de este, no estarían dispuestos a invertir capital.

La intención de la Viña es buscar un inversionista que tenga gran trayectoria en el negocio gastronómico y que transforme el proyecto en el mejor de la región.

Los terrenos disponibles para ello son aquellos ubicados en el sector oriente de la viña ubicado en el pueblo de San Javier.

### **Hotel del vino**

Este proyecto es un interés de Sernatur, que busca promover el desarrollo de un hotel del vino en la comuna de Cauquenes. La intención es desarrollar una ruta del vino artesanal que comience en San Javier y termine en Cauquenes.

Por el momento es solo un anhelo, pero no existe información que permita confirmar este proyecto como una oportunidad concreta.

## **10.6 Recomendaciones en la temática atracción de inversiones**

Un proceso de atracción de inversiones significa una serie de pasos o etapas las cuales deben partir con una plataforma organizacional que tenga la voluntad y las capacidades de impulsar esta programación. Por tal razón, se ha pensado que la plataforma de la OGD sea la encargada de llevar este proceso y porque justamente ésta definió como lineamiento estratégico una de sus áreas el tema de atracción de inversiones.

Este proceso no tiene un plazo definido de ejecución como podría ser un plan de marketing o la definición de un circuito turístico. Este proceso más bien comienza con una organización y para posteriormente definir las acciones que permitan por una parte identificar y comunicar los proyectos y por la otra facilitar el proceso de inversión.

La atracción de inversiones considera una disposición integral de sector público, privado y municipal para generar una oferta renovada del destino. No necesariamente para proyectos de índole privado, también podrán ser proyectos del ámbito público o municipal como la concesión de un camping, un restaurante o la construcción de un malecón turístico. Todas son oportunidades de proyectos y de creación de valor al destino. Un destino necesita estar constantemente en renovación para lograr fidelizar aún más a sus turistas y así este le genere rentabilidad. Ahora bien, este negocio debe estar dentro de ciertos criterios de inversión que los coloca el destino como en este caso la naturaleza, la identidad y la calidad.

Es así que Maule Sur presenta una opción concreta y que puede generar una gran dinamización del territorio con oportunidad de desarrollar un nuevo producto tanto a nivel regional como nacional. El desarrollo de un centro de esquí y montaña en Nevado de Longaví es una oportunidad concreta para comenzar a visualizar atracción de inversiones en un territorio que presenta un gran potencial. Primordial para la concreción de este proyecto es el trabajo conjunto tanto del sector público, privado y municipios.

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PLADETUR MAULESUR

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.

El territorio MauleSur, si bien posee áreas que han sido trabajadas durante mucho tiempo en torno a la actividad turística, se encuentra en una fase de implicación, como destino turístico. Este estado, que para muchos puede ser un bajo nivel de desarrollo, presenta una oportunidad para el destino, ya que la elaboración de una herramienta como es el PLADETUR, en este punto, lo transforma en el momento exacto en que la planificación y gestión hacen sentido.

MauleSur es un territorio que ha explotado a la actividad turística de manera espontánea, donde los eventos en época estival son su principal fortaleza. No obstante, este trabajo ha demostrado que es mucho más que eso, con una cultura que brota desde la tierra, en el sentido poético y también en la realidad. En un país donde el monocultivo se hace presente en casi todo paisaje, acá aún es posible encontrar múltiples vivencias; campos sembrados con los más diversos productos, viñedos enmarcados por valles y ciudades, una cordillera alcanzable, son solo algunos de los recursos que este territorio tiene para ofrecer.

Este territorio, de la mano de la recientemente formada **Organización de Gestión del Destino MauleSur**, puede entregar las más diversas experiencias a turistas regionales, nacionales y por qué no, a extranjeros en busca de algo que no encontrarán fácilmente en otros lugares del mundo.

El trabajo elaborado en el marco de este PLADETUR, señala que la propuesta de valor de este territorio debe estar basado en tres ejes; “Vida Campesina e Historia Local”, “Productos de la Tierra” y “Naturaleza y Bienestar” que lleven a vivir experiencias memorables y que descubran la visión general, que se expone en el siguiente concepto:

**MauleSur: Naturaleza campesina  
Cultura y vida sustentable**

Toda vez que se pueda ordenar el territorio y generar una propuesta de valor en torno a experiencias turísticas diferenciadoras, será factible una mayor llegada de turistas, pero por, sobre todo, acceder a nuevos mercados y generar una mayor estadía, lo que implica beneficios más sustentables en términos de la diseminación del gasto a una mayor cantidad de actores y polos turísticos contenidos en el destino.

Para aquello la articulación es fundamental, que brinde apoyo a la comercialización inicial de ciertos productos para luego, incorporar una mayor cantidad de servicios. El destino cuenta con una masa empresarial y entes públicos dispuestos a aportar talento y conducción en un proceso sistémico de actuación, en pos de agregar valor a la oferta de productos y servicios con asiento en las cualidades del destino y su propuesta estratégica de posicionamiento. No obstante, también existe una cierta dinámica a generar un trabajo solo por la vía del acompañamiento externo, lo que implica que la generación de un proyecto asociativo y el impulso por parte de los actores más comprometidos, será fundamental en el éxito de la implementación de este PLADETUR.

Existe la oportunidad de articularse y organizarse para la acción, bajo un modelo de **Organización de Gestión de Destino (O.G.D.)**, orientado a disminuir las brechas de comunicación existentes,

generando sinergias en la necesidad compartida de rentabilizar las inversiones tanto públicas como privadas efectuadas en el territorio, con una visión sistémica de captura de las ganancias muchas veces esquivas de conseguir.

En función de los párrafos anteriores, es que este plan de desarrollo del destino propone trabajar en función de seis ejes estratégicos, lo que se encuentran fundamentados a partir de la integración de las estrategias de turismo a nivel nacional, y la realidad del territorio. Estos ejes son los siguientes:

- 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**

Muy ligado al modelo de gestión del destino, se encuentran las comisiones de trabajo por eje estratégico, donde los actores que las componen se corresponden con el mundo privado y los municipios pertenecientes al destino. Todos estos miembros debiesen sesionar al menos una vez al mes para lograr articularse en función de los proyectos y/o programas de la cartera, hacer seguimiento a las acciones en carpeta y ser el responsable del cumplimiento de cada una de las especificaciones del PLADETUR.

Para el logro de gran parte de los objetivos y la implementación de los ejes, será necesario contar con un plan que guíe el proceso. Este plan se encuentra en todo el presente documento representado fundamentalmente por el modelo de gestión del destino y la cartera de programas y proyectos, los que se aconseja sean guiados a partir de un instrumento como el NODO de Competitividad de CORFO, con el fin dar comienzo al destino MauleSur, cuya planificación debiese convertirlo en un destino de excelencia al año 2017.

Y para finalizar, se deja la imagen objetivo del destino MauleSur, que deberá transformarse en el sueño que se persiga durante los próximos cinco años, donde el trabajo, la unidad y la innovación llevarán a construir un destino donde sea factible vivir la cultura y vida sustentable del centro de Chile.

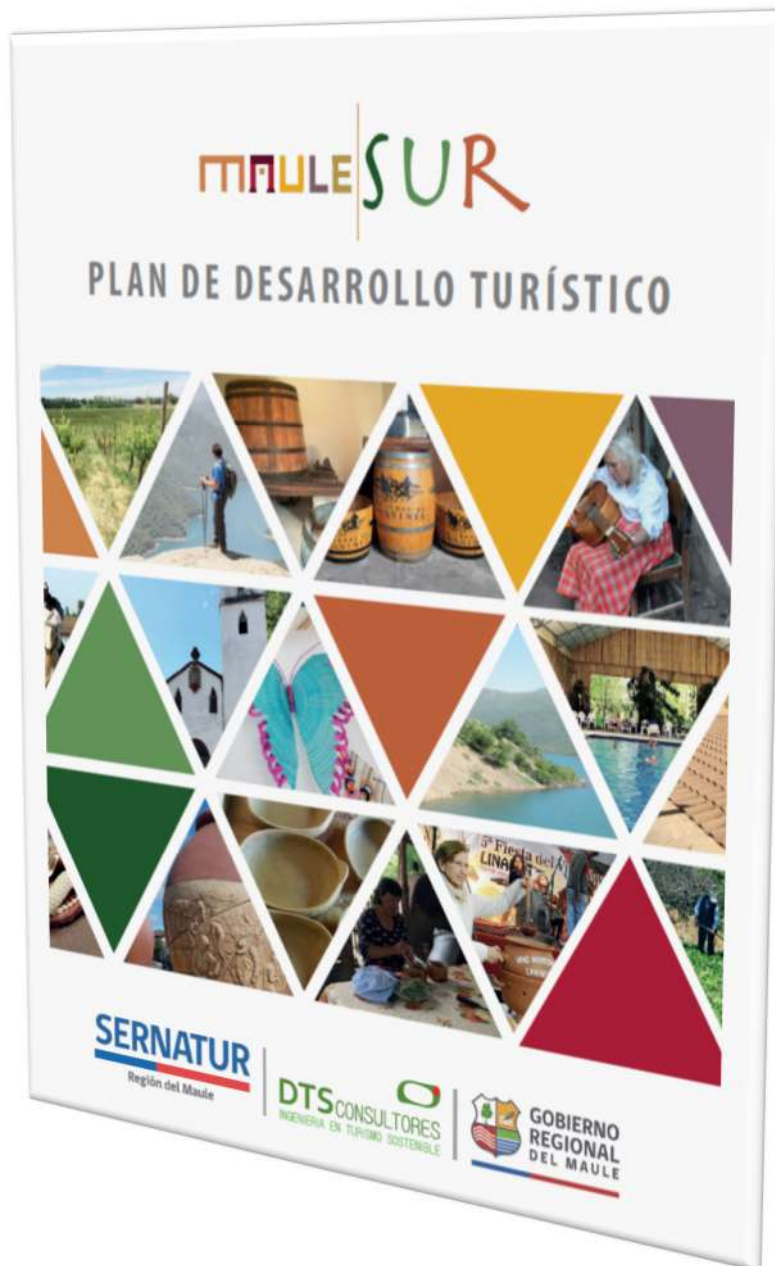
***MauleSur es un destino turístico sustentable y reconocido a nivel nacional, que cuenta con una organización público – privada que se articula con los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo, bajo un enfoque de calidad, identidad y competitividad. Donde la comunidad local se identifica con la actividad turística, debido al aporte de esta última a la diversificación de la economía local y al mejoramiento de la calidad de vida. Este trabajo integral, tiene como resultado un territorio donde es posible vivir experiencias turísticas generadas desde su naturaleza campesina, cuyos atributos de identidad son los productos de la tierra, la vida campesina e historia local y la naturaleza y el bienestar.***



## 12. ANEXOS

### 12.1 ANEXO N° 1. Folleto Pladetur MauleSur

Este anexo se entrega en formato PDF.



## 12.2 ANEXO Nº 2. Estrategia regional de desarrollo 2008 -2020

### GOBIERNO REGIONAL

#### Estrategia Regional de Desarrollo 2008- 2020

Los lineamientos estratégicos, que presentan relación a la actividad turística, se presentan a continuación:

#### Eje Estratégico: Economía Local

##### 1. Recursos

###### 1.1. Inversión total

Crear un organismo o instancia para la promoción de la inversión extranjera, que tenga información disponible para la toma de decisiones, que formalice un portafolio diversificado y atractivo de productos y servicios regionales, y que ayude a promover la inversión externa con apoyo a la gestión, especialmente en la producción agrícola (hortofrutícola y vitivinícola), forestal e industria secundaria de la madera y turismo de intereses especiales.

###### 1.2. Localización territorial

Identificar y gestionar en las zonas de interés regional las potencialidades económicas, productivas, naturales, culturales y turísticas que permitan a esas comunidades resolver la sostenibilidad territorial, priorizándolos con base técnica y política.

###### 1.3. Actividades principales

Promover y fomentar la inversión local en capacitación del recurso humano, incorporación de estándares de calidad internacional, mejoramiento de los procesos productivos, infraestructura y tecnología, gestión comercial y posicionamiento internacional, de los sectores productivos prioritarios (industria hortofrutícola, vitivinícola, ganadera, turismo, forestal e industria secundaria de la madera).

Promover y fomentar la pequeña agricultura campesina, la pesca artesanal y el turismo como unidades productivas importantes en los sectores de menores recursos, invirtiendo en proyectos que apunten a fortalecer su competitividad y su incorporación a los encadenamientos productivos de mayor envergadura.

###### 1.4. Actividades emergentes y potenciales

Diversificar la estructura productiva regional con un enfoque sostenible, es decir, sólo apoyando iniciativas y áreas que estén avaladas por estudios técnicos y criterios políticos, con especial interés en turismo y servicios intensivos en conocimiento.

##### 2. Productividad

###### 2.1. Encadenamientos productivos

Implementar al menos un Plan de Mejoramiento de la Competitividad en cada uno de los ejes productivos regionales priorizados.

Generar instancias y mecanismos que promuevan y fortalezcan la asociatividad empresarial, prospectando iniciativas asociativas exitosas, como mecanismo para alcanzar mayor eficiencia en los mercados de adquisición de insumos y materias primas y en el mercado de la comercialización de productos agrícolas, mejorando el acceso a la tecnología de punta, acceso a la información, contratación de expertos y enfrentar con mayor posibilidad de éxito las negociaciones con los agentes comerciales que constituyen la demanda del sector.

Incentivar la instalación de nuevas empresas (atraer inversiones) en cadenas productivas con potencial de convertirse en clusters.

## **2.2. Investigación, desarrollo, innovación y emprendimiento**

Desarrollar vínculo permanente entre universidades y empresas, a través de plataformas tecnológicas que den respuesta a las problemáticas de empresarios regionales, conformando un centro de inteligencia de mercado que monitoree constantemente las orientaciones y patrones de consumo, los estándares de calidad y medioambientales requeridos por cada mercado, los aspectos regulatorios y normativos, los nuevos mercados y competencia, que puedan aportar al crecimiento de los sectores productivos prioritarios y actividades emergentes de la Región.

Generar una política consistente y de largo plazo en Ciencia, Tecnología, Innovación y Desarrollo sustentable en la Región, que ayude a estimular el desarrollo de I+D+i+E y en especial la postulación conjunta a proyectos (sector privado, universitario y público), otorgando beneficios a las empresas que desarrollen y financien investigación, y que promueva la incorporación de profesionales de alto nivel a las empresas. Es importante que esta política reconozca las diferentes realidades y escenarios del empresariado maulino.

Priorizar y fomentar la investigación y desarrollo en las áreas temáticas principales, emergentes y de urgencia social.

Generar los mecanismos para desarrollar una masa significativa de emprendedores con capacidad empresarial e innovadora en la Región.

Implementar un sistema de apoyo a la PyME que actualice los instrumentos de fomento existentes, realice un seguimiento a la utilización de instrumentos, y analice constantemente su grado de utilidad y requerimientos de adaptación de los mismos, según las necesidades reales.

## **2.3. Inserción internacional**

Potenciar el marketing regional. Fortalecer las capacidades regionales para la inserción internacional.

## **2.4. Capacitación de la mano de obra**

Mejorar la calidad y pertinencia de los programas de capacitación de la fuerza laboral, estableciendo un plan acorde a los requerimientos futuros de los diversos sectores productivos y de aquellos sectores emergentes.

Promover la certificación de competencias laborales de los trabajadores y trabajadoras del Maule. Generar programas de apoyo financiero a las empresas micro y pequeñas empresas de la Región para que puedan implementar iniciativas de capacitación en áreas claves para el desarrollo económico de la Región.

## **Eje Estratégico: Territorio Infraestructura y Medio Ambiente**

### **1. Desarrollo urbano y territorial**

#### **1.1. Complementariedad y conectividad intraterritorial**

Fortalecer un sistema sustentable de interconectividad entre las ciudades y poblados para potenciar centros o zonas deprimidas de la región, fortaleciendo los medios de comunicación vial y de información.

#### **1.2. Continuidad de los procesos de planificación**

Desarrollar una política y capacidades en el gobierno regional y local que promueva la organización de todo el territorio en el largo plazo, obligando a respetar los procesos de planificación del territorio más allá de los periodos de cada gobierno.

### 1.3. Instrumentos de planificación

Fomentar la planificación participativa del territorio y las ciudades.

Promover reformas políticas que orienten los instrumentos de planificación a la descentralización y la democratización. Incorporar con mayor énfasis en los instrumentos de planificación:

- La dimensión de identidad regional, patrimonio y diversidad cultural.
- Regular el crecimiento del parque automotriz de los grandes poblados y mejorar el sistema de transporte público.
- La incorporación de condiciones arquitectónicas y urbanísticas para personas discapacitadas.
- La incorporación de ciclovías.

Crear mecanismos de compensación o subsidio para expropiaciones, adquisiciones y restauraciones de bienes patrimoniales.

Facilitar la accesibilidad al espacio de uso público y el libre desplazamiento de las personas con movilidad restringida y discapacidad, a través de la eliminación de barreras urbanísticas y arquitectónicas, la fiscalización de las normas técnicas y el cumplimiento de las disposiciones legales en edificios y espacios públicos, construcciones urbanas y zonas turísticas de la Región.

## 2. Conectividad

### 2.1. Conectividad física extrarregional

Enriquecer y resguardar los sistemas de conectividad física extrarregional.

Completar la pavimentación de la ruta costera regional y del arco oriente, proyectándolas como vías alternativas a la Ruta 5 Sur, que faciliten la conectividad con los puertos, que se proyecten como rutas turístico- productivas y entreguen más herramientas a los distintos asentamientos humanos para construir su propio desarrollo.

Mejorar los sistemas de transporte público rural, urbano e interurbano.

### 2.2. Conectividad digital y telefónica

Poner en práctica la agenda digital impulsada por el Gobierno Central.

Impulsar el acceso (equipamiento), capacitación, uso y generación de negocios o mejoras de los actuales a través de las TICs, en las áreas productivas priorizadas: fruticultura, vitivinicultura, ganadería, turismo, forestal e industria secundaria de la madera.

## 3. Prácticas sustentables ambientales

### 3.1. Programas de corrección

Generar e implementar un plan de evaluación y corrección de los principales daños ambientales en la región. Con especial énfasis en la recuperación de fertilidad de la tierra, la reforestación nativa, el control de la erosión, la protección y recuperación de especies en categoría de conservación o en peligro extinción, y la limpieza del aire urbano.

### 3.2. Áreas protegidas y biodiversidad

Desarrollar una política regional que posibilite el reconocimiento y mantención de la biodiversidad presente en los ecosistemas de la Región del Maule.

## Eje Estratégico: Identidad y Cultura

### 1. Cultura e Identidad

Construir y promover una política que reconozca la diversidad de modos de vida y formas de habitar de la región, identificando y valorizando los rasgos distintivos de la cultura y de los asentamientos humanos de la costa, secano, valle y cordillera.

Reconocer y proteger la diversidad cultural de la Región, potenciando la participación activa de los distintos grupos, comunidades o colectivos, tanto a nivel urbano como rural, fomentando la libre expresión de sus prácticas, usos y costumbres sociales y culturales que les son propias.

## **2. Cultura y Patrimonio**

Promover la conservación, protección, difusión y puesta en valor del Patrimonio Cultural y Natural de Significación Comunitaria, tanto a nivel regional como local.

Incentivar la ampliación y diversificación del patrimonio, incorporando temáticas tales como patrimonio de los trabajadores (obreros-campesinos- pescadores), patrimonio industrial, patrimonio moderno, patrimonio urbano, patrimonio rural, patrimonio geológico, y patrimonio paleontológico, entre otros.

Promover en la comunidad rural que habitan zonas o pueblos típicos, declarados o no, el interés por recuperar y mantener las características constructivas tradicionales, de forma de conservar una coherencia y armonía en las viviendas y construcciones de uso público y privado, sobre la base de un trabajo conjunto entre artesanos, arquitectos especialistas en el tema de la arquitectura tradicional de la zona y los miembros de la comunidad que así lo deseen.

## **3. Cultura y Creación Artística**

Apoyar y estimular los proyectos y la creatividad de los artistas a través de fondos concursables y premios.

Fortalecer la artesanía regional y sus cultores, apoyando el trabajo de la Mesa Regional de Artesanía, entre otras instancias asociativas.

## **4. Cultura y Producción Artística**

Articular iniciativas sectoriales público/ privadas de apoyo a la producción artística, facilitando también alianzas intersectoriales.

Apoyar la distribución y comercialización de bienes y servicios creativos.

Propender la creación de asociaciones que articulen la industria creativa en la región.

En especial, apoyar estudios para catastrar y reconocer las industrias culturales que aporten al crecimiento de la oferta de bienes y servicios culturales en el país y en especial a la región del Maule.

## **5. Cultura y Participación**

Fomentar la formación y conocimiento de los niños, niñas y jóvenes de la riqueza de nuestras tradiciones campesinas, valorando el mundo rural, su religiosidad y cosmovisión del hombre en su relación con la tierra y el mar.

Apoyar las manifestaciones populares de fiestas costumbristas, religiosas y tradicionales, velando por su autenticidad y permanencia en el tiempo por su aporte a la identidad y a la memoria colectiva.

Fomentar a través de subvenciones del FNDR la creación y funcionamiento de medios y/o soportes de comunicación masiva, incluidas las TICS.

## **6. Cultura, Infraestructura y Gestión Cultural**

Apoyar todas aquellas iniciativas provinciales y comunales destinadas a profesionalizar la gestión cultural capacitando a los gestores locales.

Apoyar la creación y funcionamiento de redes de gestores culturales municipales y de la ciudadanía en general que posibiliten la formación y profesionalización de su quehacer a favor de la creación, producción y difusión de bienes artísticos y culturales.

Apoyar la recuperación de espacios como teatros, salas y gimnasios, entre otros, para fines culturales y artísticos, y fomentar la construcción de espacios al aire libre (anfiteatros) que permitan el uso del tiempo de ocio para el encuentro con la cultura, el patrimonio y las artes.

Apoyar con financiamiento regional el uso de las nuevas tecnologías de la información, TICS, para la conformación y fortalecimiento de redes de gestores y organizaciones culturales.

## **7. Cultura e Institucionalidad**

Fortalecer los equipos de cultura de los municipios con el propósito de propender a mejorar la gestión artístico-cultural en sus respectivos territorios y garantizar un nivel de producción profesional.

Fomentar la cooperación cultural con Argentina, en especial con la Provincia del Sur de Mendoza en el marco del Comité de Integración Paso Pehuenche, fortaleciendo los vínculos institucionales de las entidades vinculadas al quehacer artístico y cultural.

### 12.3 ANEXO N° 3. Excel de atractivos turísticos

Esta base de datos se entrega en formato Excel.



#### **12.4 ANEXO N° 4. Bases de datos planta turística y archivo fotográfico**

Esta base de datos se entrega en formato Excel y el compilado fotográfico en carpeta comprimida.









## POLA. Análisis Territorial

Análisis de factores internos y externos que inciden en el turismo del territorio

### Potencialidades

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

### Oportunidades

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

### Limitantes

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

### Amenazas

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_



## ID + DIF. Análisis Territorial

### Identificadores

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### Diferenciadores

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

¿Cuál es el elemento o factor diferenciador más relevante del territorio?

\_\_\_\_\_

## COLOR. Identidad cromática

Indique los colores que usted considera Identifican de mejor manera el territorio Maule Sur.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_



## IDEA o CONCEPTO FUERZA

Enuncie como grupo una frase tipo slogan (frase o expresión atractiva) que invite al territorio

---

---

---

## Imagen objetivo propia.

¿Cómo queremos que nos vean?  
¿Cuál sería nuestra situación ideal?

---

---

---

---

---

## 12.6 ANEXO N° 6. Listas de asistencia primer taller participativo

**DTS CONSULTORES**  
DISEÑO DE PROYECTOS DE DESARROLLO

Nombre actividad: 1° Taller Participativo Yerbos Buenos  
Fecha: 5 de Agosto de 2015

| NOMBRE                        | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO | CORREO                         | FIRMA   |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|----------|--------------------------------|---------|
| * Verónica Fariñas            | Red turismo Yerbos Buenos A.G.                     | 93630529 | contacto@comunidadturistica.cl | [Firma] |
| Celso Sepúlveda               | "                                                  | 94839624 |                                | [Firma] |
| Paraguay Ruiz Tovar           | Hijos Sra. Amant.                                  | 74899467 | marcelly@gmail.com             | [Firma] |
| Jonas Reinolao Cortes Ormendo | Artisano en Cueno                                  | 86582869 |                                | [Firma] |
| María Jorjaga                 | Alfombreros de Puro                                | 90704650 |                                | [Firma] |
| Marquitos Gutiérrez           | Marina rotunda de Puro                             | 74384303 | marquitos@vivo.cl              | [Firma] |
| Mercedes Ruiz R.              | " Tejidos Artesanales de Turismo (Y.B.)            | 73786812 |                                | [Firma] |
| Jaqueline Espinoza            | Chore y pastel Artesanal                           | 94331120 | marcelly@gmail.com             | [Firma] |
| Marisol Anillano              | Red Turismo Yerbos Buenos Tejidos a crochet        | 74563909 | marisolanillano@gmail.com      | [Firma] |
| Silvana Muñoz Rojas           | Red Turismo Yerbos Buenos                          | 62811957 |                                | [Firma] |

## 12.7 ANEXO N° 7. Listas de asistencia segundo taller participativo

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: SEGUNDO TALLER PARTICIPATIVO (SAN JUAN DE GUAYOS)

Fecha: MARZO 10/11/2015

| NOMBRE                | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO   | CORREO                         | FIRMA                    |
|-----------------------|-------------------------------------------------|------------|--------------------------------|--------------------------|
| Rosa Flores G.        | Los Enagos Hostel                               | 88310721   |                                | <i>Rosa Flores</i>       |
| Olga Salazar M.       | Retablos León                                   | 61855459   |                                | <i>Olga Salazar</i>      |
| ENRIQUE LEÓN O.       | RETABLOS LEÓN                                   | 8-5574189. | eleandwe@gmail.com             | <i>Enrique León</i>      |
| Trinidad Lora         | docenas de Piles                                | 61506814.  |                                | <i>Trinidad Lora</i>     |
| Alonso Pareda         | Locero de Piles                                 | 86654401   |                                | <i>Alonso Pareda</i>     |
| Jeanette Aguilera     | Tejedoras Cauquenes                             | 71545488   | tejedora-cauquenes@yahoo.es    | <i>Jeanette Aguilera</i> |
| Edula Orrellana       | Tejedoras Cauquenes                             | 90141948.  | tejedora-cauquenes@yahoo.es    | <i>Edula Orrellana</i>   |
| Sara Lopez            | Tejedoras Cauquenes                             | 81831272   | tejedora-cauquenes@yahoo.es    | <i>Sara Lopez</i>        |
| Enrique Muñoz Hidalgo | Transportes y Turismo Chiriquí                  | 94155418   | transportesyturismo@hotmail.es | <i>Enrique Muñoz</i>     |
| Carro Ancochea        | HOSTAL PARA CAUQUENES.                          | 78791598.  | carroanchoe@hotmail.es         | <i>Carro Ancochea</i>    |
| Maria Lora J.         | Gastronomía                                     | 81741798   |                                | <i>Maria Lora</i>        |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: SEGUNDO TALLER PARTICIPATIVO (SAN JUAN DE GUAYOS)

Fecha: 10/11/2015

| NOMBRE               | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO   | CORREO                       | FIRMA                     |
|----------------------|-------------------------------------------------|------------|------------------------------|---------------------------|
| Ismael León H. S.    | Asma Aurale                                     | 97195208   | ismael.leon@asmale.com       | <i>Ismael León</i>        |
| Verónica Salazar     | A P I T E R R A                                 | 68481930   | veronica.salazar@apiterre.cl | <i>Verónica Salazar</i>   |
| MAURICIO NOÑEZ ROSAS | HOSTERIA NUEVA BILBAO                           | 90901369   | MAURICIO30@proton.es         | <i>Mauricio Noñez</i>     |
| Fernando Rojas       | Restaurante El Pato                             | 74785560   | fernando.rojas@el-pato.cl    | <i>Fernando Rojas</i>     |
| Rosamaria Rojas      | Restaurante Rosamaria                           | 97432261   | rosamariarojas@hotmail.com   | <i>Rosamaria Rojas</i>    |
| Christian Hennrich   | RESTAURANTE                                     | 73-2284150 | CHHT6691@gmail.com           | <i>Christian Hennrich</i> |
| Thomás Vardago       | Restaurante El Pato                             | 96973331   | thomas.vardago@hotmail.com   | <i>Thomás Vardago</i>     |
| Monica Rojas         | Cafetería Restaurant                            | 82282150   |                              | <i>Monica Rojas</i>       |
| Dayvi Cornejo        | RESTAURANTE Donde CORNEJITA                     | 91219963   | CARMEN TORRES LSA@outlook.cl | <i>Dayvi Cornejo</i>      |
| Pedro León León      | Artesanía Primaria                              | 82925434   |                              | <i>Pedro León</i>         |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: SEGUNDO TACCA PARTICIPATIVO (LONGAU - RETIRO - PARRAL)

Fecha: 11/11/2015

| NOMBRE          | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO    | CORREO                        | FIRMA |
|-----------------|-------------------------------------------------|-------------|-------------------------------|-------|
| José Revolin    | Emprendedor                                     | 72 68 89 41 | SKYCHERO1@GMAIL.COM           |       |
| Rosa López M.   | U.C. de Centros de Maule (Presidenta)           | 75 61 60 10 |                               |       |
| Pa. Spalding    | Emprendedor                                     | 78 28 11 50 | Pash 282@hotmail.com          |       |
| Carlos Chaves   | Municipalidad de Maule                          | 833 465 93  | carloschaves@maule.cl         |       |
| Martín Villano  | Cooperativa                                     | 62 38 68 56 | martin.villano@cooperativa.cl |       |
| José Volante    | Sociólogo                                       | 96 98 64 97 | josedavolante@gmail.com       |       |
| Roise Ferraz    | Comerciante                                     | 79 89 56 41 |                               |       |
| José Barroca V. | Comerciante                                     | 50 65 013   | josebarroca@gmail.com         |       |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: SEGUNDO TACCA PARTICIPATIVO (LONGAU - RETIRO - PARRAL)

Fecha: 11/11/2015

| NOMBRE             | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO    | CORREO                     | FIRMA |
|--------------------|-------------------------------------------------|-------------|----------------------------|-------|
| José Arce S.       | Comando Comercio Longau                         | 88 32 45 68 | yojo.arce@longau.cl        |       |
| Israel de Quena J. | Mesa y Escuela                                  | 88 33 05 46 | israeldequena@hotmail.cl   |       |
| Andrés Troncoso V. | Chacabara Un Techo de Amor                      | 84 08 34 08 | chacabarauntecho@gmail.com |       |
| Correa Correa      | Mesa Mujer Rural                                | 82 95 90 88 |                            |       |
| Jorge Sazo         | Municipalidad de Longau                         | 86 44 57 61 | kekojorge01@gmail.com      |       |
| Raúl Castro        | Asociación Agraria Alvarado                     | 66 81 15 06 |                            |       |
|                    |                                                 |             |                            |       |
|                    |                                                 |             |                            |       |
|                    |                                                 |             |                            |       |
|                    |                                                 |             |                            |       |



DTS CONSULTORES

Nombre actividad: SEGUNDO TALLER PARTICIPATIVO (VERDAS BUENAS)

Fecha: 12/11/2015

| NOMBRE                | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO                           | FIRMA                 |
|-----------------------|-------------------------------------------------|-----------|----------------------------------|-----------------------|
| Ana Martínez          | Don Juan                                        | 85334705  | ana.martinez@live.com            | Ana Martínez          |
| Kirjani Qui           | Grp. Ecot. y Ant. y Ciel. / RACI                | 78534459  | contacto@ciel.cl                 | Kirjani Qui           |
| Luz Aravena           | Don Juan                                        | 74617193  | Luz.Aravena@dm.cl                | Luz Aravena           |
| Delia Espino          | Hostal La Corona Solera                         | 9-2229390 | deliaespino@laconsomasa.cl       | Delia Espino          |
| Uribe Rojas           | Biblioteca popular Julio Tapia                  | 82894360  | Uribe.Rojas@gmail.com            | Uribe Rojas           |
| Constanza Castro      | Municipalidad de Villa Alegría                  | 7445760   | constanza.castro@munivillaale.cl | Constanza Castro      |
| Melania Pavez         | Las Ferreteras Quineros                         | 84621074  |                                  | Melania Pavez         |
| Ana J. Zepeda         | Arte y Cultura de la zona de Colchagua          | 95965669  |                                  | Ana J. Zepeda         |
| Maria Antunez         | Agroindustria                                   | 98868263  |                                  | Maria Antunez         |
| Luis Mario Montecinos | Aldea Colchagua                                 | 74364460  | luis.montecinos@gmail.com        | Luis Mario Montecinos |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: SEGUNDO TALLER PARTICIPATIVO (VERDAS BUENAS)

Fecha: 12/11/2015

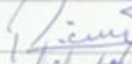
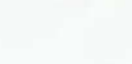
| NOMBRE                   | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA                 | TELÉFONO | CORREO                   | FIRMA                    |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------|--------------------------|--------------------------|
| Maria Clara Ormazabal C  | Comunidad de Pasa Sadina                                        | 85243111 |                          | Maria Clara Ormazabal C  |
| Celia Flores González    | El Churrupe: Secretaría Cámara de Comercio y Turismo Particular | 77147018 | celia.flores@churrupe.cl | Celia Flores González    |
| Marcela Olivos Alarcón   | Artisanos en Pasa Sadina                                        | 65429731 |                          | Marcela Olivos Alarcón   |
| Georgette Alarcón Solórz | Pedro Tebe                                                      | 84416055 |                          | Georgette Alarcón Solórz |
| Natalia Tanco            | Woh Restaurant                                                  | 57785860 | nmatoel@gmail.com        | Natalia Tanco            |
| Margarita Tanco          | Red Turismo Verdad Buena                                        | 74899462 | mtanco@redturismo.cl     | Margarita Tanco          |
| Jaime Dennett            | Gobernación de Linares                                          | 75346519 | jdennett@interior.gob.cl | Jaime Dennett            |
| Marcelo Luchini          | Gobernación de Linares                                          | 7274134  | marcelo.luchini@go.cl    | Marcelo Luchini          |
| Carlos Pinochet          | HOSTAL RE-ENCUENTRO                                             | 98354445 | INFO@RE-ENCUENTRO.CL     | Carlos Pinochet          |

## 12.8 ANEXO N° 8. Listas de asistencia tercer taller participativo

DTS 

Nombre actividad: Taller Participativo 3er - 09 de Enero

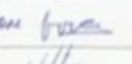
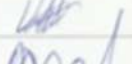
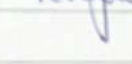
Fecha: 17 de Diciembre

| NOMBRE           | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO                      | FIRMA                                                                              |
|------------------|-------------------------------------------------|-----------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Reynaldo Miranda | Centro Cultural Alejandro Miranda               | 94942587  | Alejandro.miranda@gmail.com |  |
| CRISTIAN PARRERA | HOSTAL PARRERA                                  | 78781558  | cris.parrera@hotmail.com    |  |
| MAURICIO ALONSO  | Hostal Alonso                                   | 90901369  | Bicazo 2@xbox.es            |  |
| Benjamin Toledo  | Entre 2 Ros                                     | 6-2878167 | benja447@hotmail.com        |  |
| Ana Inés Ochoa   | IM de Ochoa's                                   | 56369025  | anaisococha@gmail.com       |  |
| Diego Ochoa      | Estancia                                        | 88144948  |                             |  |
| Ma José Sánchez  | La Estancia                                     | 9579380   | maestancia@gmail.com        |  |
| Edouardo Sando   | El Pello                                        | 7483355   |                             |  |

DTS 

Nombre actividad: 3er Taller Participativo - 09 de Enero

Fecha: 17 de Diciembre

| NOMBRE               | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO                         | FIRMA                                                                                |
|----------------------|-------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| SEGO BARRON          | VINA BALDOZZI                                   | 732322138 | IBARRON@BALDOZZI.cl            |  |
| Isaac Morales        | Colonia Santa Lita                              | 9807526   | isaac.morales@gmail.com        |  |
| Guillermo Valenzuela | J. Manuel en propiedad                          | 71098844  | guillermo.valenzuela@gmail.com |  |
| Fernando Pizarro     | Quinta Pizarro                                  | 71785560  | fernando.pizarro@gmail.com     |  |
|                      |                                                 |           |                                |                                                                                      |
|                      |                                                 |           |                                |                                                                                      |
|                      |                                                 |           |                                |                                                                                      |
|                      |                                                 |           |                                |                                                                                      |
|                      |                                                 |           |                                |                                                                                      |
|                      |                                                 |           |                                |                                                                                      |



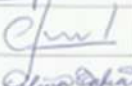
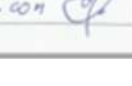
DTS 

Nombre actividad: 3er Taller Participativo - Zetiro  
 Fecha: junio 10 de Diciembre

| NOMBRE                                            | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA                  | TELÉFONO   | CORREO                       | FIRMA                                                                               |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Andrés Trancoso<br>Valdes<br>Cody Poada<br>Molina | Comité de la Zona de<br>Atracción Económica<br>Municipalidad Conavi | 84083407   | chiletravels@chiletravels.cl |  |
| Rebeca Zúñiga<br>Cabrera                          | S. M. G. de<br>Luz                                                  | 52129091   | luz@luz.cl                   |   |
| P. S. S. S.                                       | Carretera de<br>Luz                                                 | 0932461160 | P. S. S. S. S.               |   |
| Carlos Chunga                                     | Prosa<br>Hacia Maule                                                | 84933455   | turismo@prosa.cl             |   |
| Heaven Global                                     | Rep de Zetiro                                                       | 79249594   | heaven@zetiro.cl             |   |
|                                                   |                                                                     |            |                              |                                                                                     |
|                                                   |                                                                     |            |                              |                                                                                     |
|                                                   |                                                                     |            |                              |                                                                                     |
|                                                   |                                                                     |            |                              |                                                                                     |
|                                                   |                                                                     |            |                              |                                                                                     |
|                                                   |                                                                     |            |                              |                                                                                     |

DTS 

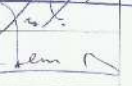
Nombre actividad: 3er Taller Participativo - Vals Alegre  
 Fecha: viernes 11 de Diciembre

| NOMBRE                         | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO               | FIRMA                                                                                 |
|--------------------------------|----------------------------------------------------|-----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Francisco<br>Morales A.        | Agrofen                                            | 83659035  | francisco@agrofen.cl |  |
| Olivia Paredes<br>Jorge Amador | Municipalidad<br>Donce Juez                        | 61563117  | olivia@paredes.cl    |  |
| Pilar Chandra<br>Ortiz         | Asociación<br>Lodge                                | 90016874  | pilar@lodge.cl       |  |
| Olivia Espinoza<br>Sotomayor   | Katal de<br>Llanquihue                             | 9-2229390 | olivia@katal.cl      |  |
| Kate Zúñiga                    | Arte Zúñiga                                        | 99585997  | kate@artezuniga.cl   |  |
| Ugo Jara                       | Carretera de<br>Luz                                | 93449444  | ugo@carretera.cl     |  |
| Andrés Paredes                 | Municipalidad<br>P. S. S. S.                       | 80029225  | andres@paredes.cl    |  |
| ABNUEL RIVERA                  | LA CAMPANA                                         | 73391320  | abnuel@campana.cl    |  |
| CARLOS PINOCHET                | CARRETERA DE<br>Luz                                | 98354445  | carlos@pinochet.cl   |  |

**DTS** 

Nombre actividad: 3er Taller Participativo - Retiro

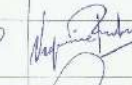
Fecha: juvier 10 de Diciembre

| NOMBRE                     | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO   | CORREO                     | FIRMA                                                                               |
|----------------------------|-------------------------------------------------|------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Anselita Troncoso<br>Ulloa | - Chocolatería Un Talle de Ansel                | 84083402   | chocolaterias@un-talle.com |  |
| Ledy Pareda<br>Molina      | Chocolatería Un Talle de Ansel                  | 84083402   | Ledy.pareda@un-talle.com   |  |
| Hector Zúñiga<br>Cordero   | I. Municipalidad de Langua                      | 52123091   |                            |  |
| Pia Sepúlveda              | Granja de Retiro                                | 0212461150 | Pia.sepulveda@hotmail.com  |  |
| Carlos Chaves              | Parque Municipal                                | 84933455   | carloschaves@gmail.com     |  |
| Herman Escobar             | Rep de Retiro                                   | 79249594   | hermanescobar@gmail.com    |  |
|                            |                                                 |            |                            |                                                                                     |
|                            |                                                 |            |                            |                                                                                     |
|                            |                                                 |            |                            |                                                                                     |
|                            |                                                 |            |                            |                                                                                     |
|                            |                                                 |            |                            |                                                                                     |

**DTS** 

Nombre actividad: Taller Participativo 3er - San Javier

Fecha: miércoles 09 de Diciembre

| NOMBRE               | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO | CORREO                       | FIRMA                                                                                 |
|----------------------|-------------------------------------------------|----------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Alejandro de Miranda | Centro Cultural                                 | 94942587 | AlejandrodeMiranda@gmail.com |  |
| ADARO PARRAS         | ALSTAL PARRAS                                   | 78781588 | adaparras@hotmail.com        |  |
| Mauricio Alvar       | Hostería                                        | 90901369 | Bicade3@netco.es             |  |
| Benjamin Toledo      | Entre 2 rios                                    | 62878467 | benjamin@entre2rios.com      |  |
| Ana Isaura Camacho   | IMI de Cardis                                   | 56369025 | anaisaura@camacho.cl         |  |
| Edith Villanueva     | Estancia                                        | 80141348 |                              |  |
| Ma Jesús Sánchez     | La Estancia                                     | 9593780  | estancia@camacho.cl          |  |
| Eduardo Sandoval     | El Pello Pello                                  | 7483588  |                              |  |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: 3er Taller Participativo - San Javier

Fecha: Viernes 09 de Diciembre

| NOMBRE             | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO                        | FIRMA   |
|--------------------|----------------------------------------------------|-----------|-------------------------------|---------|
| SEBASTIÁN BALDUZZI | VINA BALDUZZI                                      | 732322138 | SEBASTIANBALDUZZI@GMAIL.COM   | [Firma] |
| Valeria Morales    | Colaboro Agencia Lta                               | 99978311  | valeria.morales@colaboro.cl   | [Firma] |
| Guillermo Villan   | J. Municipalidad San Javier                        | 71098844  | guillermo.villan@sanjavier.cl | [Firma] |
| Ernesto Rapa       | Municipalidad de San Javier                        | 71785560  | ernesto.rapa@sanjavier.cl     | [Firma] |
|                    |                                                    |           |                               |         |
|                    |                                                    |           |                               |         |
|                    |                                                    |           |                               |         |
|                    |                                                    |           |                               |         |
|                    |                                                    |           |                               |         |
|                    |                                                    |           |                               |         |
|                    |                                                    |           |                               |         |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: 3er Taller Participativo - Villa Alema

Fecha: Viernes 11 de Diciembre

| NOMBRE              | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO                         | FIRMA   |
|---------------------|----------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|---------|
| Francisca Alarín A. | Aerofon                                            | 83659035  | rita.B3@hotmail.es             | [Firma] |
| Olivero Pineda      | Municipalidad                                      | 61563117  | olivero.pineda@gmail.com       | [Firma] |
| Grego Aravena       | Donde Sueg                                         | 74617193  | Grego.Aravena@dondesueg.cl     | [Firma] |
| Pilar Chandra Ortiz | Achibueno Lodge                                    | 90016834  | achibueno lodge@gmail.com      | [Firma] |
| Alina Capia Villar  | Hostal La Casona Solariega                         | 9.2229390 | alinacapia@casonasolariega.net | [Firma] |
| María Zúñiga        | Hostal Zúñiga                                      | 99585997  | mariazuniga@hostalzuniga.cl    | [Firma] |
| Vivian Jara         | Casón Re-encuentro                                 | 93449488  | vivian@re-encuentro.cl         | [Firma] |
| Rodrigo Paredes     | Municipalidad                                      | 89029725  | rodrigo.paredes@gmail.com      | [Firma] |
| ABRAHAM RIVERA      | VIA LA CAMPINA                                     | 73 381320 |                                | [Firma] |
| CARLOS PINOCHET     | CASONA RE-ENCUENTRO ACT TURISMO                    | 98354445  | CHPINOCHE@GMAIL.COM            | [Firma] |

DTS CONSULTORES

Nombre actividad: 3er Taller Participativo - Villa Alegre.  
 Fecha: Viernes 11 de Diciembre

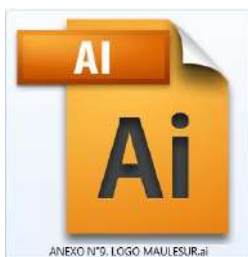


| NOMBRE             | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO      | CORREO                        | FIRMA |
|--------------------|----------------------------------------------------|---------------|-------------------------------|-------|
| Gerardo Barboza    | Termas de Panimadura                               | Cel: 81999939 | gerardo@termasdepanimadura.cl |       |
| Juan Carlos Zúñiga | Termas de Panimadura                               | 81563806      | juan@termasdepanimadura.cl    |       |
|                    |                                                    |               |                               |       |
|                    |                                                    |               |                               |       |
|                    |                                                    |               |                               |       |
|                    |                                                    |               |                               |       |
|                    |                                                    |               |                               |       |
|                    |                                                    |               |                               |       |



## 12.9 ANEXO N° 9. Logo MauleSur

Este anexo se entrega en formato ilustrator para editar.



## 12.10 ANEXO N° 10. Manual de marca MauleSur

Este anexo se entrega en formato PDF.



## 12.11 ANEXO Nº 11. Fotografías merchandising



IMG\_9898 2



IMG\_9903 2



IMG\_9908 2



IMG\_9917 2



IMG\_9919 2



IMG\_9922 2



IMG\_9925 2



IMG\_9928 2



IMG\_9930 2



IMG\_9932 2



IMG\_9939 2



IMG\_9941 2

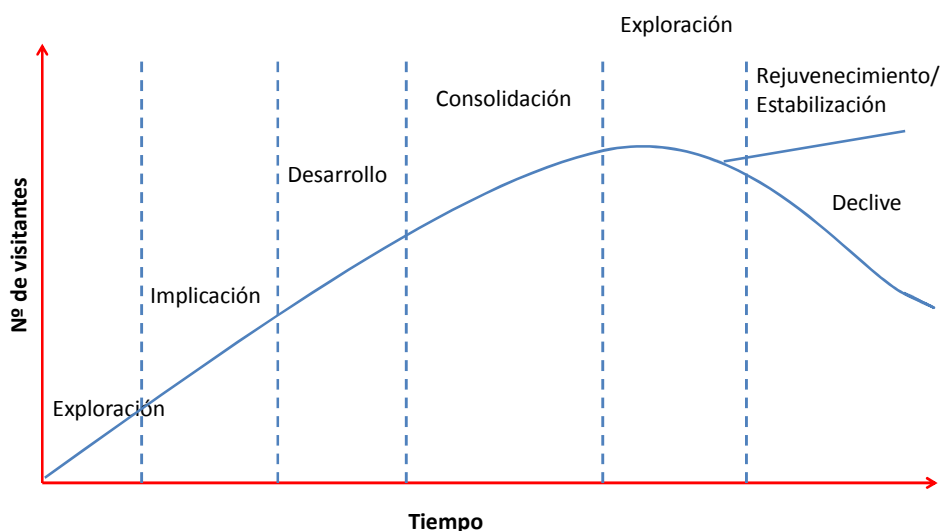
## 12.12 ANEXO Nº 12. Ciclo de vida de un destino turístico

Las fases del ciclo de vida de un destino turístico, se extraen desde el libro Marketing Turístico de Antoni Serra, editado el año 2002 por Ediciones Pirámide.

Los destinos turísticos tienen un Ciclo de Vida conformado por Fases o Niveles de Desarrollo. Es muy importante, para comprender la gestión de un destino, estudiar y analizar sus fases.

El trabajo pionero y que muestra la utilidad del ciclo de vida en un destino es el de Butler (1980). La hipótesis básica del ciclo de vida de los destinos turísticos es que este, entendido como una amalgama de productos turísticos específicos, experimenta un ciclo vital similar al ciclo de vida del producto turístico, no obstante, en el destino en lugar de referirse a las “ventas” se refiere al “número de turistas”.

### CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO



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

Las fases de un destino turístico y que se muestran en la figura anterior son:

El ciclo empieza con la **fase de exploración**, en la que el destino es descubierto y visitado por parte de un reducido número de visitantes, aventureros por naturaleza, que rehúyen del viaje organizado y las masas de turistas (los “alocéntricos en la tipología de Plog). Estos viajeros son atraídos por la belleza natural intacta o la cultura del destino. El número de viajeros es limitado debido a la poca accesibilidad del destino y la ausencia de instalaciones turísticas. En esta fase, el atractivo del destino radica, precisamente, en que es auténtico, no ha habido impactos negativos debido a la actividad turística y el contacto con la realidad y la población local es, o puede ser, intenso. Aquellos visitantes que busquen el carácter auténtico estarán satisfechos.

En la **fase de implicación**, el número de visitantes crece debido a las iniciativas locales para crear equipamiento e instalaciones para los turistas. La población local se implica de forma creciente en el suministro de servicios a los turistas. El destino se hace más popular, se ha creado un mercado y una temporada turística y las presiones sobre las administraciones públicas para que se creen o mejoren las infraestructuras que sirven de soporte al desarrollo turístico pueden ser fuertes. El crecimiento en las llegadas de turistas permite, probablemente, la obtención de economías de escala en el suministro de determinados servicios, con lo que los beneficios se incrementan.



En la **fase de desarrollo**, los turistas llegan en grandes cantidades y pueden superar incluso en número a la población residente en los períodos punta. La organización de la actividad turística empieza a sufrir cambios en la medida en que el control de la actividad turística pasa de los agentes locales a compañías extranjeras que se introducen en el destino y modernizan las instalaciones. Más transportistas y tour operadores incorporan el destino en sus programas. Este proceso puede alterar la apariencia del destino, destruyendo aquellos elementos que constituían, precisamente, en los momentos iniciales. La singularidad del destino y su autenticidad se pierden y se convierten en otro destino de masas, atractivo para segmentos de menor poder adquisitivo. En este sentido, en el éxito de esta fase se encuentran las bases del futuro fracaso. La gran popularidad y los crecientes números de visitantes pueden provocar que el destino sufra problemas de congestión y/o sobreexplotación y deterioro de sus instalaciones y recursos turísticos. La involucración del sector público en la planificación turística se hace crecientemente necesaria para hacer frente a los problemas que surgen y para ayudar en la comercialización del destino, puesto que los mercados generadores e turistas son diversos y los turistas reservan y compran a través de los canales establecidos de distribución turística.

En la **fase de consolidación**, la tasa de incremento de los visitantes disminuye, aunque los números totales sigan aumentando y excedan en número a la población residente. El destino ya constituye una parte integral de la industria turística organizada y las empresas extranjeras ya se han instalado plenamente en él, existiendo zonas turísticas perfectamente delimitadas. El turista inicial probablemente se haya desplazado hacia otro destino y el destino capta turistas que se sienten cómodos viajando en forma masiva. Los elevados niveles de venta y las economías de escala obtenidas hacen que, en esta etapa, los beneficios sean altos.

En la **fase de estancamiento**, el número de turistas alcanza su máximo y ya no crece. 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 acogida<sup>75</sup> puede verse sobrepasado y el destino puede tener problemas medioambientales, económicos y sociales.

En la **fase de declive**, se produce una pérdida de visitantes a favor de nuevos destinos emergentes. Parte de las instalaciones de uso turístico pueden ser reconvertidas hacia otros usos (hoteles que se convierten en apartamentos para residentes, por ejemplo<sup>9</sup>). El destino tendrá que reducir precios para intentar mantener la cuota de mercado. Pero puede darse el caso de que las autoridades reconozcan el problema y decidan emprender medidas para “rejuvenecer” el destino. El rejuvenecimiento implica la búsqueda de nuevos usos, nuevos clientes, nuevos canales de distribución, el diseño de nuevos productos o atracciones y el reposicionamiento del destino. Este tipo de iniciativas requieren de la estrecha colaboración entre los sectores público y privado del destino. Si tales medidas tienen éxito, el destino puede continuar siendo competitivo y estabilizar, e incluso incrementar ligeramente, el número de visitantes.

<sup>75</sup>Número máximo de turistas deseable que visitaran el destino

**12.13 ANEXO N° 13. Base de datos contactos participantes en mesa de trabajo**

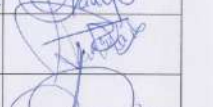
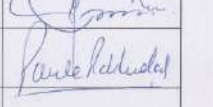
Esta base de datos se entrega en formato Excel.





Nombre actividad: 2º Mesa trabajo Plan de Maule Sur  
 Fecha: 24 septiembre 2015



| NOMBRE                        | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO | CORREO                                | FIRMA                                                                                 |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|----------|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Fernando<br>Noyz Kops         | Municipalidad<br>de San Javier                     | 74785560 | fernando.noyz@<br>municipalidad.cl    |    |
| Carlos<br>Chamón Alvar        | Paranal                                            | 84933455 | carlos@Paranal                        |    |
| Andrés Uribe<br>Rosendo       | Municipalidad de<br>Colbún                         | 77924382 | andres@municipalidad.cl               |    |
| Alejandra<br>Bahamondez M.    | Municipalidad de<br>Colbún                         | 77767622 | abahamondez@<br>municipalidad.cl      |    |
| Paola<br>Naranbueno           | Municipalidad<br>de Longui                         | 96798728 | paola.naranbueno@<br>municipalidad.cl |    |
| Andrea<br>Espinoza C.         | Serena                                             | 71223369 | andrespinosa@serena.cl                |    |
| Ane Isabel<br>Campos Arellano | MUNICIPALIDAD DE<br>CAHUENES                       | 56369025 | turismo.cauquenes<br>@gmail.com       |   |
| Paula Rebeca U                | Municipalidad de<br>Paranal                        |          | paula.rebeca@<br>paranal.cl           |  |
|                               |                                                    |          |                                       |                                                                                       |
|                               |                                                    |          |                                       |                                                                                       |



Nombre actividad: 3º Mesa de Trabajo PMS - Languai

Fecha: 29 de Octubre de 2015



| NOMBRE               | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO  | CORREO                             | FIRMA    |
|----------------------|----------------------------------------------------|-----------|------------------------------------|----------|
| Verónica González    | Mun. de Linares                                    | 82931266  | veronicagonzalez@munil.cl          | Verónica |
| Miguel Campos Bravo  | Liner<br>Turística - San Peeter                    | 92275112  | camposmiguelos@gmail.com           | Miguel   |
| FABEL DANIEL JALQUEA | Motos y Bicihubs El Ombú<br>Carrizal Languai       | 88330457  | skamari@hotmail.cl                 | Fabel    |
| Paula Toledo         | Munic. Languai                                     | 96783839  | paulatoledo@gmail.com              | Paula    |
| Ricardo Melo         | Sermatur Maule                                     | 712233669 | rmelo@sermatu.cl                   | Ricardo  |
| Andrea Espinoza      | Sermatur Maule                                     | 712233669 | aeepinoza@sermatu.cl               | Andrea   |
| Verónica Farías      | Red de turismo<br>Yerbas Buenas A.G.               | 93630529  | contacto@comunidad<br>turistica.cl | Verónica |
| CARLOS DIPOLIT       | HOSTAL PUAZA<br>CAOQUINES                          | 78781588  | hostalpuaza@gmail.com              | Carlos   |

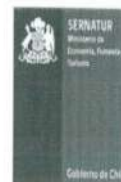




Nombre actividad: 3º REUNIÓN DE TRABAJO PMS - Leonaú

Fecha: Jueves 29 de Octubre de 2015

| NOMBRE                           | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO     | CORREO                                      | FIRMA             |
|----------------------------------|----------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------|-------------------|
| Olivier Espinoza Villal          | Hostal La Casa<br>na Solariega                     | 9-2229390    | alvarezolivia@<br>lacasonasolariega<br>.net | Olivier Espinoza  |
| Urban Antonio<br>Rojas Gutiérrez | Municipalidad<br>de Villa Alegre                   | 569 82894360 | urban.rojas.g @<br>gmail.com                | Urban Rojas       |
| Rafael Fabian<br>Alvarado Landia | Municipalidad de<br>Villa Alegre                   | 85029726     | Fito Alvarado@gmail.<br>com                 | Rafael Fabian     |
| Arturo Urbibis<br>Domínguez      | Municipalidad de<br>Colbún                         | 77924382     | Arturo@munipalidadcolbun.cl                 | Arturo Urbibis    |
| Roberto Aravena<br>Linares       | Gobernación de<br>Linares                          | 97788951     | robertobass@hotmail.com                     | Roberto Aravena   |
| Jaime Bennett                    | Gobernación<br>de Linares                          | 75346519     | JaimeB@interim.<br>fove.cl                  | Jaime Bennett     |
| Beatriz Parra                    | Municipalidad<br>de Retiro                         | 93129070     | eliadobarrera @<br>gmail.com                | Beatriz Parra     |
| Hernán Esobar d.c.               | SOCIEDAD COMERCIAL<br>NUEVA BARRERA LTDA.          | 79249594     | restaurantenba@gmail.com                    | Hernán Esobar     |
| Carlos Chamsa A.                 | Municipalidad de<br>Punta                          | 84349318     | carloschamsa@gmail.com                      | Carlos Chamsa     |
| Ana Isabel Campos A.             | Comuna. Cauquenes<br>MUNICIPALIDAD                 | 56369025     | ←                                           | Ana Isabel Campos |



Nombre actividad: 3º mesa de trabajo PMS - Louni

Fecha: Jueves 29 de Octubre de 2015

| NOMBRE          | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO | CORREO                          | FIRMA   |
|-----------------|----------------------------------------------------|----------|---------------------------------|---------|
| Fernando Rojas  | Proyecto de<br>de futen                            | 74785560 | fernando.rojas@insuper.cl       | [Firma] |
| Voliscor Mondes | Caliboro<br>Aventura Ltda                          | 98979511 | UPONAL@caliboro<br>Aventura.com | [Firma] |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |
|                 |                                                    |          |                                 |         |

CUARTA MESA DE TRABAJO OGD PRADETURMALESUR.  
26 de Noviembre de 2015, UICCA ACEGRES

| NOMBRE                      | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA QUE<br>REPRESENTA | TELÉFONO    | MAIL                                      | FIRMA |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------|-------|
| Michael Davies              | Panhouse Ltda                                                        | 9-8268959   | mdavies64@hotmail.com                     |       |
| Arival Untibio Rosales      | Municipalidad Colón                                                  | 77924382    | arivalrosales@municipalidadcolon.cl       |       |
| Ricardo Melo                | Sematur                                                              | 2233669     | Rmelo@sematur.cl                          |       |
| Roberto Lavaredo            | Job. Linares                                                         | 97788451    | robertolavaredo53@hotmail.com             |       |
| Jaime Jannett               | Job. Linares                                                         | 75346519    | jannett@interim.gob.cl                    |       |
| Guillermo Lora              | Job. Linares                                                         | 073-7012373 | guillermolora@interim.gob.cl              |       |
| Davidto Muñoz Castro        | Municipalidad de Valparaíso                                          | 87029725    | Frodo@munici.cl                           |       |
| D <sup>o</sup> José Soto B. | Municipalidad Y. Linares                                             | 53728015    | mtsotob@guaril.cl                         |       |
| J. CARLOS PINOCHET          | HOSTAL PATA DE CAUQUENES                                             | 78794598    | scpinochet@hotmail.com                    |       |
| Patricio Murobueno J.       | Municipalidad Longui                                                 | 96798728    | patricio.murobueno@municipalidadlongui.cl |       |

| NOMBRE                     | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA QUE<br>REPRESENTA | TELÉFONO  | MAIL                         | FIRMA |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------|-------|
| Isabel del C. Guerra Jaque | Huaso y Bodega, S.A. de C.V.                                         | 83330544  | isabelguerra@hotmail.cl      |       |
| ANDRÉS ESPINOSA C.         | SEMATUR                                                              | 71223368  | alepinosa@sematur.cl         |       |
| HERNÁN ESCOBAR S.          | Retiro                                                               | 79249594  | hernan.escobar, se@gmail.com |       |
| Beatriz Barro              | Retiro S.M.                                                          | 93129070  | eliadabarro@guaril.cl        |       |
| Ana Isabel Campos A        | I. Munc. de Cauquenes                                                | 56369035  | turismo.cauquenes@gmail.com  |       |
| Roberto G. / m             | CCB                                                                  | 52193342  | roberto.garcia@guaril.cl     |       |
| Olivia Espinoza Villal     | Hostal La Casa de Lolo                                               | 9-2229390 | oliviaespinoza@guaril.cl     |       |
| Fernando Rojas R           | Hostal La Casa de Lolo                                               | 74785560  | fernando.rojas@guaril.cl     |       |
|                            |                                                                      |           |                              |       |
|                            |                                                                      |           |                              |       |
|                            |                                                                      |           |                              |       |



Listado de asistencia ROTA trabajo N° 5  
 RETIRO 29 diciembre 2015

| nombre                | empresa<br>organización                     | TELÉFONO  | CORREO                                   | FIRMA   |
|-----------------------|---------------------------------------------|-----------|------------------------------------------|---------|
| Hernán Evaristo d.c.  | Restaurante alemán<br>Mesa Turismo - Retiro | 79249594  | restauranteb@gmail                       | [Firma] |
| Beatriz Bora Fuentes  | I. Municipalidad Retiro                     | 93129070  | elodabona@gmail.com                      | [Firma] |
| Carlos Chavira Alvar  | I. Municipales Pinal                        | 84935455  | luisino@pinal.cl                         | [Firma] |
| Josqui Niny Sney      | I. Municipalidad de Yumbi Buss              | 55218013  | valh33a3e@gmail.com                      | [Firma] |
| CARLOS PINOCHET P     | HOSTAL CASITA DE-ELAVADO                    | 98354445  | INFO@DE-ELAVADO.COM                      | [Firma] |
| Luz Aravena R         | "Bosque Negro" (Chilo)                      | 74617173  | luz-aravena@chilo.cl                     | [Firma] |
| Alivia Espinoza       | Hostal La Casita<br>Lobosnegro              | 9-2229390 | aliciatapia@lucasa<br>marolarioega.net   | [Firma] |
| Fernando POTA ROTOS   | Municipalidad SAN JAVIER                    | 74785560  | fernando.moya@<br>municipalidad.cl       | [Firma] |
| Blanca María Alvarado | Colibrí Aventura Hk                         | 98979584  | luisino@colibriaventura.cl               | [Firma] |
| Isabel Dore Alvarado  | CHIRI Nube y Biotopo                        | 88330544  | luisino@chirinu.com                      | [Firma] |
| Miguel Campor Bravo   | El Camarero - L. Linares                    | 92245112  | camarero@linares.cl                      | [Firma] |
| Verónica González     | Turismo Rural Linares                       | 82931266  | comunicacion@turismo<br>rural.linares.cl | [Firma] |
| Pilar Chavira Ortiz   | ACHIHUENO E.T.R.L                           | 90075874  | achihueno@bolg<br>es@gmail.com           | [Firma] |
| Verónica Farías Tino  | Red de turismo<br>Gerbas Buenos A.G.        | 93630529  | ybturismo@gmail.com                      | [Firma] |

Listado de asistencia ROTA trabajo N° 5  
 RETIRO 29 diciembre 2015

| nombre               | empresa<br>organización         | TELÉFONO   | CORREO                   | Firma   |
|----------------------|---------------------------------|------------|--------------------------|---------|
| Juan Pinochet        | HOSTAL ALBERTO<br>CAJALANES     | 78791598   | Sepinocho@<br>hostal.cl  | [Firma] |
| Gustavo Corrales G.  | Consejero Regional              | 72193947   | gustavo@corrales.cl      | [Firma] |
| Damián Mancini Carda | MUNICIPALIDAD DE<br>LINA PRESNE | 85029725   | luisino@municipalidad.cl | [Firma] |
| Emilio Gómez H       | CEVALLO                         | 79785047   | @gomezhoffmann.cl        | [Firma] |
| Andrés Espinoza C.   | SEBASTIAN                       | 712-233669 | acquirar@sebastian.cl    | [Firma] |
| Ricardo Melo M       | SEBASTIAN                       | 71-2233669 | Ricardo@sebastian.cl     | [Firma] |

## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: Sexta mesa de trabajo OGD, Pladetur Maulesur Fecha: 28-Enero-2016Lugar: Casa de la Cultura, Cauquenes

| Nombre                       | Representante                         | Asociación, Institución, Organización o Empresa | Fono     | Correo electrónico          | Firma   |
|------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------|----------|-----------------------------|---------|
| Beatriz Borra F.             | Digeco<br>Sr. de Retiro               | D. de Retiro                                    | 93129070 | diadaborra@gmail.com        | [Firma] |
| Carlos Chumacero             | Instituto Municipal<br>Parral         | I. de Parral                                    | 84933955 | Carlos.chumacero@gmail.com  | [Firma] |
| HERNAN EROBAR                | Restaurante<br>Nueva Baulera          | Retiro                                          | 79249594 | restauranteb@gmail.com      | [Firma] |
| Vicente Morales A.           | CALICORO<br>ADVENTURA<br>LTDA         | San Javier                                      | 98979511 | vicente.morales@calicoro.cl | [Firma] |
| Jorge Espinoza<br>Fuentealba | Fomento Productivo<br>J.P. San Javier | "                                               | 84187227 | jorge.espinoza@fomento.cl   | [Firma] |

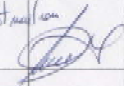
## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: Sexta mesa de trabajo OGD, Pladetur MaulesurFecha: 28-Enero-2016Lugar: Casa de la Cultura, Cauquenes

| Nombre                           | Representante                       | Asociación, Institución, Organización o Empresa | Fono      | Correo electrónico                    | Firma   |
|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------|---------|
| Ana Isabel Campos                | TURISMO<br>I. Munc. de<br>Cauquenes | I. Munc. de<br>Cauquenes                        | 56369025  | ana.isabel.campos@gmail.com           | [Firma] |
| H. Verónica Magaña P.            | Hotel Euro CHARLES                  | San Javier                                      | 94789120  | info@eurocharles.cl                   | [Firma] |
| Olivia Espinoza V.               | Hostal<br>La Casita Solariega       |                                                 | 9-2229390 | olivia.espinoza@lacasitasolariega.net | [Firma] |
| Guillermo Rosas                  | CORE                                | CORE Maule                                      | 52193942  | grosas@core.cl                        | [Firma] |
| María del Carmen<br>Pérez Amador | CORE                                | CORE Maule                                      | 52193935  | mdc.perez@core.cl                     | [Firma] |

## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: Sexta mesa de trabajo OGB, Placeta Maulesur Fecha: 28-Enero-2016Lugar: Casa de la Cultura, Cauquenes

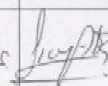
| Nombre          | Representante                     | Asociación, Institución, Organización o Empresa | Fono      | Correo electrónico      | Firma                                                                               |
|-----------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|-----------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Roberto Maulea  |                                   | Gobernación de<br>Linars                        | 97788451  | robertomas3@hotmail.com |  |
| CARLOS PINOCHET | CASA DE RE-ENCUEN<br>TRO (HOSTAL) |                                                 | 98354445  | CHPINOCHET@GMAIL.COM    |                                                                                     |
| Ricardo Melo    |                                   | Somatur                                         | 712233669 | Rmelo@somatur.cl        |  |
| Andrés Espinoza |                                   | SERNATUR                                        | 712233669 | acquirora@serenatur.cl  |  |
|                 |                                   |                                                 |           |                         |                                                                                     |

## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

| Nombre          | Representante | Asociación, Institución, Organización o Empresa | Fono     | Correo electrónico           | Firma                                                                                 |
|-----------------|---------------|-------------------------------------------------|----------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Lucy Aravena R. | Dona Lucy     | Dona Lucy                                       | 74617193 | Lucy-Aravena<br>@Hot-mail.ES |  |
|                 |               |                                                 |          |                              |                                                                                       |
|                 |               |                                                 |          |                              |                                                                                       |
|                 |               |                                                 |          |                              |                                                                                       |
|                 |               |                                                 |          |                              |                                                                                       |



## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: SEPTIMA MESA ORO NAUKE SUR Fecha: 3 DE MARZO 2016  
 Lugar: YERBAS BUENAS

| NOMBRE REPRESENTANTE | NOMBRE QUIEN ASISTE | ASOCIACIÓN, INSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN, EMPRESA | TELEFONO | COMUNA       | CORREO ELECTRONICO       | FIRMA   |
|----------------------|---------------------|------------------------------------------------|----------|--------------|--------------------------|---------|
| Pilar Chandra Ortiz  |                     | ACHIBUENO LOPE                                 | 90015874 | LINDRES      | achibueno.lope@gmail.com | [Firma] |
| Josqui Nuez Gely     |                     | Municipalidad Yumbay Buzas                     | 53728013 | Yumbay Buzas | achibueno.lope@gmail.com | [Firma] |
| Francisco Vallejo    |                     | SEMATUN                                        | 68797512 | TALCA        | frvallejo@sematun.cl     | [Firma] |
| Yoska Lagos S.       |                     | Sernatur                                       | 73541636 | TALCA        | ylagos@sernatun.cl       | [Firma] |
| Ana Carolina C.      |                     | Sernatur                                       | 71223369 | TALCA        | acsernatun@sernatun.cl   | [Firma] |
| Beatriz Parra L.     |                     | Municipalidad Retiro                           | 93129070 | Retiro       | beatrizparra@gmail.com   | [Firma] |



## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: SEPTIMA MESA ORO NAUKE SUR Fecha: 3 DE MARZO 2016  
 Lugar: YERBAS BUENAS

| NOMBRE REPRESENTANTE | NOMBRE QUIEN ASISTE | ASOCIACIÓN, INSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN, EMPRESA | TELEFONO  | COMUNA        | CORREO ELECTRONICO       | FIRMA   |
|----------------------|---------------------|------------------------------------------------|-----------|---------------|--------------------------|---------|
| Herman Escobar       | HERMAN E.           | MUNICIPIO PAJONAS ZENZO MESA BAVIERA           | 79249594  | RETIRO        | restauranteb@gmail.com   | [Firma] |
| CARLOS H PINOCHET    |                     | HOSTAL RE-ENCUENTRO                            | 998354445 | YERBAS BUENAS | CH PINOCHET@GMAIL.COM    | [Firma] |
| Fredy Torres         |                     | MUNICIPIO DE SAN JAVIER                        | 974785560 | SAN JAVIER    | fredytorres@sanjavier.cl | [Firma] |
| Ana Isabel Camas     |                     | I. MUNICIPIO DE CAUQUENES                      | 956269025 | CAUQUENES     | anaisabelcamas@gmail.com | [Firma] |
| Verónica Farías      |                     | Red turismo Y. BUENOS                          | 93630529  | Y. BUENOS     | yturismo@gmail.com       | [Firma] |
| Pia Sepulveda        | Pia                 | Ata y Comuna                                   | 752461150 | PAERAL        | Pia29@gmail.com          | [Firma] |

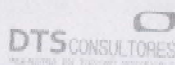




## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: SEPTIMA MESA OGD MAULESUR Fecha: 3 DE MARZO 2016  
 Lugar: YERBAS BUENAS

| NOMBRE REPRESENTANTE      | NOMBRE QUIEN ASISTE | ASOCIACIÓN, INSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN, EMPRESA | TELEFONO  | COMUNA       | CORREO ELECTRONICO                         | FIRMA |
|---------------------------|---------------------|------------------------------------------------|-----------|--------------|--------------------------------------------|-------|
| Noemi Noriega             |                     | J. Noriega<br>Pedi. D. A. de<br>Longaví        | 2411765   | Longaví      | Aseni.noriega<br>de@gmail.com              |       |
| Arturo Oyazun             |                     | 1. Municipalidad<br>Colbun                     | 7277703   | Colbun       | aoyazun@<br>hotmail.es                     |       |
| Maria Veronica Gonzalez   |                     | MUNICIPALIDAD<br>LINARES                       | 982931266 | LINARES      | veronicagonzalez@<br>mail.linares.cl       |       |
| REGINA RODRIGUES PINHEIRO |                     | "DULCE TRAMA"                                  | 9452.5380 | VILLA ALEGRE | reginapin@<br>yahoo.com.br                 |       |
| Luz Chavara Rodriguez     |                     | "Dona Luz"                                     | 974617193 | Villa Alegre | ly.chavara<br>@hotmail.es                  |       |
| Olivia Enríquez           |                     | Hostal<br>La Pasiona<br>de la Uva              | 9-2229390 | Villa Alegre | oliviaenr@<br>elencasolara<br>barriera.net |       |



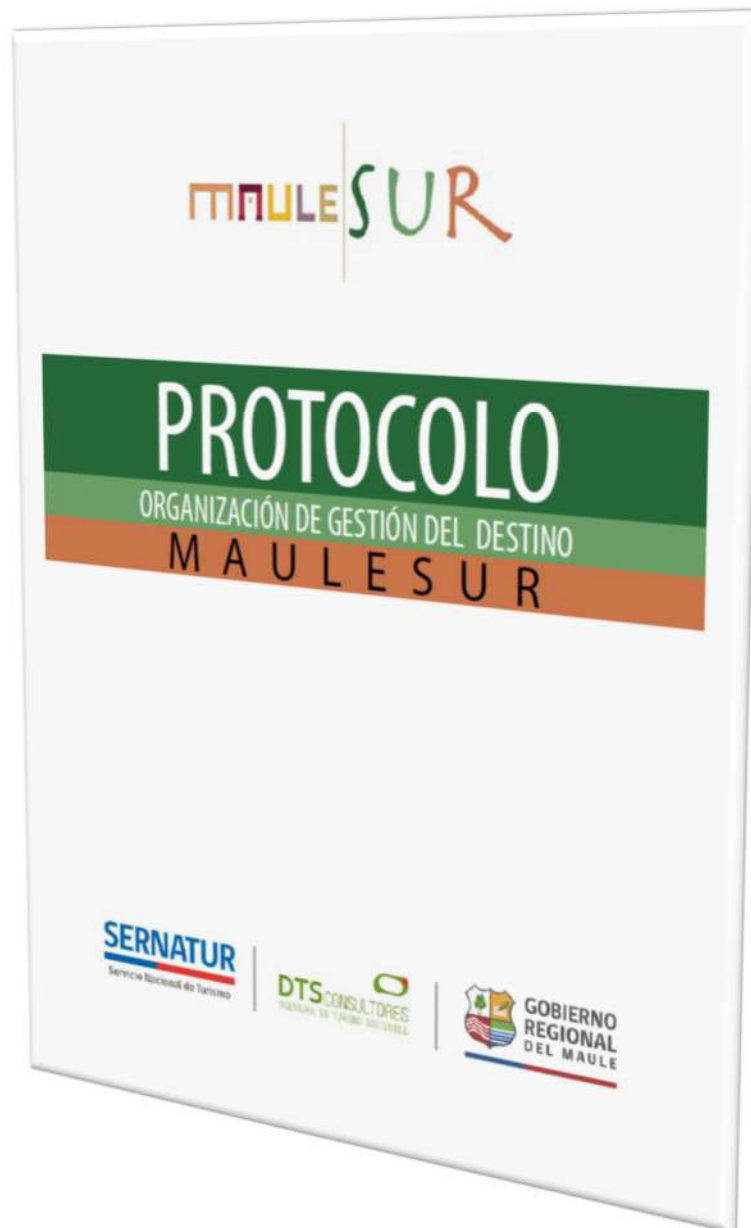
## LISTADO ASISTENCIA

Actividad: SEPTIMA MESA OGD MAULESUR Fecha: 3 DE MARZO 2016  
 Lugar: YERBAS BUENAS

| NOMBRE REPRESENTANTE | NOMBRE QUIEN ASISTE | ASOCIACIÓN, INSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN, EMPRESA | TELEFONO  | COMUNA   | CORREO ELECTRONICO           | FIRMA |
|----------------------|---------------------|------------------------------------------------|-----------|----------|------------------------------|-------|
| Carlos Chausa A.     |                     | I. Chausa<br>Municipalidad                     | 84933455  | Pomaire  | carloschausa@<br>pomaire.cl  |       |
| Vanessa Pellegrini   | V.V.                | Hotel<br>EURO CHARLES                          | 994789120 | Santiago | info@eurocharles<br>club.com |       |
|                      |                     |                                                |           |          |                              |       |
|                      |                     |                                                |           |          |                              |       |
|                      |                     |                                                |           |          |                              |       |
|                      |                     |                                                |           |          |                              |       |

## 12.15 ANEXO Nº 15. Protocolo OGD MauleSur

Este anexo se entrega en formato PDF.



## 12.16 ANEXO Nº 16. Seminario de cierre Pladetur MauleSur



## PROGRAMA SEMINARIO CIERRE PLADETUR MAULESUR

Viernes 6 de mayo de 2016

Viña Balduzzi comuna de San Javier

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10:30 hrs. | Acreditación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 11:00 hrs. | Palabras de bienvenida <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoridades regionales</li> <li>• Dirección regional de SERNATUR</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                       |
| 11:20 hrs. | Experiencias de asociatividad <ul style="list-style-type: none"> <li>• Silvana Bascuñán: Presidenta de la asociación de Turismo de Curicó. NODO de Turismo Sustentable. Empresaria que contará su experiencia de trabajo, asociativo e integral, entre los negocios turísticos del territorio, teniendo como objetivo el desarrollo turístico sustentable del destino.</li> </ul> |
| 11:45 hrs  | Experiencias turísticas: desafíos para el desarrollo innovador y sustentable de un destino <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pablo Ramírez: Director de DTS Consultores; vasta experiencia en conferencias internacionales en turismo; asesor público y privado en proyectos turísticos.</li> </ul>                                                                        |
| 12:15 hrs. | PLADETUR MauleSur <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bárbara A. Vallejos: Directora PLADETUR Principales resultados y visión de trabajo a futuro para el territorio.</li> </ul> Entrega del documento oficial a Gobierno Regional, SERNATUR y OGD MauleSur                                                                                                                  |
| 12:35 hrs  | Palabras finales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carlos Chandía: Presidente Organización del destino MauleSur</li> <li>• Autoridades regionales</li> </ul> Cierre del seminario                                                                                                                                                                                          |
| 13:00 hrs  | Vino de honor de la Viña Balduzzi<br>Cóctel chileno de cierre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



Nombre actividad: SEMINARIO DE FINALIZACIÓN DEL PLADETUR MAULESUR, SAN JAVIER  
 Fecha: VIERNES 6 DE MAYO DE 2016

| NOMBRE             | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA      | TELÉFONO   | CORREO                     | FIRMA |
|--------------------|---------------------------------------------------------|------------|----------------------------|-------|
| Ronald Borsellan   | Ronpe Olay<br>Restaurant                                | 9 85296818 | ronald.borsellan@gmail.com |       |
| Salvador Tustin    | CONSTITUCIÓN<br>Cabañas Ronpe Olay                      | 998960780  | salvador.tustin@gmail.com  |       |
| Ceivando Sepulveda | Local comi don tipit<br>EL Pilo Pelao<br>Local 40 Pichu | 4853585    |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |
|                    |                                                         |            |                            |       |





SEMINARIO DE FINALIZACIÓN DEL PLADETUR MAULESUR, SAN JAVIER

Nombre actividad: .....

VIERNES 6 DE MAYO DE 2016

Fecha: .....

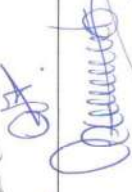
| NOMBRE                      | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TÉLEFONO  | CORREO                                    | FIRMA |
|-----------------------------|----------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------|-------|
| Rosa Caracciola             | Restaurant Beross<br>del Loncomilla                | 87432251  |                                           |       |
| Victoria Barrios            | "Acoseme" Escribana                                | 62344005  | Victoria Barrios 909<br>@gmail.com        |       |
| Noemi Torreira              | Municipalidad<br>Loncomilla                        | 77395509  | Noemi Torreira<br>@email.com              |       |
| Josael Ramirez              | Corporación Cultural<br>El Carmen                  | 988330547 | (Museo El Carmen)<br>dcaranica@hotmail.cl |       |
| N. Elena Guerrero           | Voyage Atacama                                     | 977781575 | info@voyageatacama.com                    |       |
| M. Verónica Villagrán       | Hotel<br>EURO CHARLES                              | 994789120 | info@eurocharles.cl                       |       |
| Charles Cusi                | Hotel<br>EURO CHARLES                              | 79684578  | " "                                       |       |
| Fernando Moya               | Municipalidad<br>San Javier                        | 974705560 | Fernando Moya<br>@hotmail.cl              |       |
| Anibal Urtubia<br>Rodríguez | Municipalidad de<br>Colbun                         | 977924382 | Aurubia@Municipalidad<br>Colbun.cl        |       |
| Michael Davis               | Asociación Centinara<br>y Antiguas Colbun          | 99826819  | mdavis44@hotmail.com                      |       |



Nombre actividad: ..... SEMINARIO DE FINALIZACIÓN DEL PLADETUR MAULESUR, SAN JAVIER  
 Fecha: ..... VIERNES 6 DE MAYO DE 2016 .....

| NOMBRE                  | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TELÉFONO     | CORREO                                 | FIRMA   |
|-------------------------|----------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------|---------|
| CARLOS PINOCHET         | HOTEL RE-ENCUENTRO                                 | 99835445     | CHPINOCHET@MAIL.COM                    | C.P.    |
| Benjamín Toledo.        | Centro de Eventos Y Turismo Entre Ríos             | 62078467     | BENSA447@HOTMAIL.COM                   | [Firma] |
| Liliana Espinoza        | Municipalidad San Javier                           | 73-2 32 2028 | TURISMO SAN JAVIER @ CCSJ.             | [Firma] |
| Guillermo Villena       | Municipalidad San Javier                           | 982144253    | Guillermo Villena @ Tur San Javier. CL | [Firma] |
| Hongu Lobos Arcon       | Restaurante CORRAL AZTECA                          | 954157258    | CORRAL.AZTECA@GMAIL.COM.               | [Firma] |
| Nayarett Jofre Álvarez. | Liceo Instituto Comercial Linaires.                | 85468106     | NAYARETT.JOFRE17@GMAIL.COM.            | [Firma] |
| Vilces PUGLIES ALBARRA  | Calles 700 A/EUTU                                  | 9988978511   | UHOTEL CORRAL AZTECA                   | [Firma] |
| Pedro Emparadoj         | Rede Turismo S&S.                                  | 84346558     | Pedro177d@GMAIL.COM                    | [Firma] |
| Chudela M               | Mold Turismo Artiles                               | 98837921     | moldturismo1@gmail.com                 | [Firma] |
| Silvia Pavañon          | Asociación de Turismo Cuico                        | 995364503    | Silvia@legende.cl                      | [Firma] |

Nombre actividad: SEMINARIO DE FINALIZACIÓN DEL PLADETUR MAULESUR, SAN JAVIER  
Fecha: VIERNES 6 DE MAYO DE 2016

| NOMBRE              | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA       | TELÉFONO  | CORREO                         | FIRMA                                                                               |
|---------------------|----------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Samuel Charbe       | Sercotec                                                 | 2 227030  | Samuel.Charbe@sercotec.cl      |    |
| Andrea Villan       | Hostal Winka Rayen                                       | 978323715 | Hostalwinkarayen@gmail.com     |    |
| Alicia Tapia        | Hostal la Casa de Solarié                                | 992229390 | aliciatapia@lacasadelarié.cl   |    |
| Carolina Reyes      | Dirección SERNATUR                                       | 2233669   | Carolina.Reyes@sernatu.cl      |    |
| Pedro Rojas         | JNE Maule                                                | 223103    | Pedro.Rojas@jne.cl             |   |
| Verónica Fajal      | <del># Municipi</del><br>Yumbas Buenas<br>Red de Turismo | 93630529  | Veronica.Fajal@yumbasbuenas.cl |  |
| Carlos Cipriani     | Municipalidad de Talca                                   | 84933455  | Turismo@municiptalca.cl        |  |
| Diego Saez          | Barrio Olas<br>CONSTRUCCION                              | 985296818 | DiegoSaez@barriolas.cl         |  |
| Christian Hernandez | AGUSTO RESTAURANT                                        | 2284150   | CHERT6691@gmail.com            |  |
| Miguel Villan       | SENEH Economic                                           |           |                                |  |





Nombre actividad: SEMINARIO DE FINALIZACIÓN DEL PLADETUR MAULESUR, SAN JAVIER  
VIERNES 6 DE MAYO DE 2016  
Fecha: .....

| NOMBRE                        | ASOCIACIÓN/ INSTITUCIÓN/<br>ORGANIZACIÓN / EMPRESA | TÉLEFONO  | CORREO                          | FIRMA |
|-------------------------------|----------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|-------|
| Juan Alfredo Jara             | Ine Maule                                          | 2234013   | Juan.Jara@Ine.CL                |       |
| Guillermo Gilberdo Valdes     | <del>Com</del> de Comercio<br>CAMARA. San Javier.  | 950402002 | gilberdovaldes@1941@gmail.com   |       |
| Paulina Gutierrez             | Returismo<br>Yerbas Buenas                         | 984335427 | Gutierrezpp@gmail.com           |       |
| Daniel Salazar                | Returismo<br>Yerbas Buenas                         | 65655151  | ProfesorDanielSalazar@gmail.com |       |
| Robert Fletcher Alba          | Turismo<br>Parral                                  | 93460992  | RFletcher@Toboidal.CL           |       |
| Pia Sepulveda                 | Turismo Parral                                     | 732461150 | PiaSh29@hotmail.com             |       |
| Jaime Dennett                 | Gobernacion de<br>Linares                          | 975346519 | Jdennett@inter202.gov.CL        |       |
| Guillermo Garcia Gonzalez     | Comsejero<br>Regional                              | 952193947 | GuillermoGarciaG@gmail.com      |       |
| Maria del Carmen Perez Domoso | Comsejero<br>Regional                              | 52193953  | MdelCPerez@gmail.com            |       |
| Maria Yolanda Lopez Balduzzi  | comsejal<br>san Javier                             | 97412948  | YolyLopezB@gmail.com            |       |

## **12.17 ANEXO Nº 17. Propuesta de proyecto para postulación instrumento de fomento continuidad trabajo OGD**

### **Propuesta Proyecto de Continuidad Dinamización Organización de Gestión del Destino MauleSur**

#### **Enfoque estratégico: VICTORIA TEMPRANA PLADETUR**

##### **Justificación**

Para responder a los requerimientos de una demanda global cada vez más especializada, se hace necesaria la innovación de las PYMES turísticas. El turismo es un área de un desarrollo indiscutible para la aplicación de acciones de difusión y transferencia tecnológica, que permita dar a conocer, transmitir y complementar los resultados de la implementación del sistema de gestión del Destino MauleSur desarrollado, reflejado en el Directorio Público-Privado de Gestión del Destino.

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 el destino MuleSur se hace necesaria, con el fin de obtener satisfactoriamente los objetivos propuestos, por lo que el programa considera reuniones, talleres e incorporación de conocimientos mediante la transferencia de herramientas de gestión de vanguardia.

##### **Elementos relevantes del programa:**

- a.- Fuente de financiamiento Innova Chile de Corfo
- b.- Duración 15 meses.
- c.- Asociados/Beneficiarios: Municipios, organizaciones privadas y sus empresas asociadas, socio financista y Sernatur Regional.
- d.- Beneficios esperados:

##### **Para Sernatur y los Municipios**

Financiamiento para la ejecución de talleres de transferencia tecnológica.

##### **Para las empresas**

Participación en talleres y seminarios, asistencia técnica en materia de gestión interna empresarial, diseño de productos en base al guion turístico del pladetur, diseño de servicios asociativos, mejora de las herramientas de promoción asociada a su oferta individual como agrupada y herramientas blandas para crear cultura del servicio y mejorar la calidad de sus negocios turísticos.

##### **Para Socio Financista**

Incorporación de logo, con la leyenda “socio estratégico” en todas aquellas Invitaciones a seminarios, talleres, además de todas aquellas publicaciones físicas y virtuales desarrolladas por la iniciativa.

Participación con “Saludos de Bienvenida” en aquellos seminarios o talleres priorizados por los propios partners como relevante de participar.

Mención destacada en todas aquellas presentaciones corporativas y notas de prensa desarrolladas por la iniciativa. Esto incluiría la presentación de sus productos o servicios asociados a los objetivos del proyecto.

**Impacto esperado**

Aumento de la competitividad, lo que genera aumento en la demanda.

Obtención de conocimientos, aportando a la construcción de espacios y herramientas para la mejora de la competitividad del sector.

Reforzamiento de la asociatividad entre los empresarios turísticos bajo métodos de detección de necesidades y soluciones comunes para la mejora de la gestión de sus empresas.

Dinamización de la estructura local empresarial mediante la incorporación de capacidades tecnológicas, reforzando las capacidades de gestión, marketing, comercialización y negociación de las PYMES turísticas con el mayor flujo de clientes, colocación de la oferta en el mercado global y la concreción de negocios con sus pares.

**Objetivos**

Fomentar la incorporación y utilización de tecnologías de gestión turística del destino, orientadas a mejorar la calidad y competitividad del sector, mediante la generación de capacidades en los actores locales.

Transferir tecnologías y experiencias de éxito en gestión de destinos turísticos, permitiendo a los actores locales, adquirir conocimientos que favorezcan el desarrollo sustentable de la Provincia.

Contribuir al fortalecimiento de productos turísticos competitivos e innovadores mediante la implementación de tecnologías de gestión, difusión y comercialización que favorezcan la diferenciación del destino.

**Plan de Trabajo**

| TIPO DE ACTIVIDAD               | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ÉNFASIS DE EJECUCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Reuniones de Trabajo (8)</b> | Ejecución de reuniones mensuales de coordinación de la Organización de Gestión del Destino MauleSur (OGD), las que permitan desarrollar e integrar nuevas tecnologías de gestión para el destino. Definiendo acciones y elementos específicos para la difusión y transferencia tecnológica. Realizando evaluaciones, ejecución de pruebas y control de resultados de la implementación de tecnologías de gestión de destinos, principalmente en temas de difusión y comercialización. Definiendo propuestas de mejoras y cambios a aplicarse que aporten a la competitividad de sus pymes. | Coordinar, organizar, dirigir y ejecutar las acciones de trabajo del destino junto a la evaluación de avances y resultados esperados del mismo, aplicando las herramientas obtenidas mediante la ejecución del programa de difusión. Evaluar y controlar los resultados de la implementación de tecnologías de gestión en difusión y comercialización y aplicar mejoras y cambios que permitan una constante disminución de brechas de competitividad. |
| <b>Misión Tecnológica (1)</b>   | Elaboración y ejecución de misión tecnológica intrarregional (Conociendo a tus pares), con la finalidad de transferir y fomentar la incorporación y utilización de tecnologías, orientadas a mejorar la calidad y competitividad del sector.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Transferir soluciones tecnológicas afines al destino y al perfil de las Pymes turísticas del territorio, en base a la experiencia de sus propios pares, como por ejemplo en materias de difusión y comercialización.                                                                                                                                                                                                                                   |

| TIPO DE ACTIVIDAD                                         | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ÉNFASIS DE EJECUCIÓN                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Seminarios (2)</b>                                     | Seminario de difusión tecnológica y validación de resultados obtenidos a través de la propuesta de implementación y/o ejecución del programa y la presentación de resultados y avances de la implementación de gestión de destinos, en temáticas específicas de difusión y comercialización. | Difundir los objetivos, alcances y validar los resultados del programa al término del mismo y presentar resultados y avances de la Organización de Gestión de Destinos de MauleSur.    |
| <b>Talleres Temáticos y de Capacitación (13)</b>          | Talleres de Capacitación en temáticas específicas de la gestión de destinos, que permitan capacitar a empresarios, actores públicos y miembros de la OGD en nuevas prácticas de gestión                                                                                                      | Capacitar al RRHH en nuevas prácticas y procesos de gestión de destinos, principalmente vinculados a la difusión y comercialización y los avances del Pladetur del destino.            |
| <b>Consultoría Especializada - Traída de Expertos (2)</b> | Incorporación de nuevos conocimientos y prácticas a través la traída de experto en gestión de destinos que asesore a la Organización de Gestión del Destino MauleSur en temas de difusión, marketing, ventas y comercialización y/u otras.                                                   | Apoyar la gestión de la OGD MauleSur, mediante la asesoría de experto en gestión de destinos turísticos, principalmente en temáticas de difusión, comercialización, marketing y otros. |
| <b>Publicaciones (4)</b>                                  | Publicación en medios de comunicación y revistas especializadas.                                                                                                                                                                                                                             | Difundir objetivos, avances y/o resultados del programa y de la Gestión de la OGD, para el conocimiento del sector.                                                                    |

### Visión estratégica

El programa PDT de Corfo, entrega apoyo para que las empresas tengan acceso más rápido y efectivo a **fuentes de tecnologías de producción, buenas prácticas y gestión**, generando alto impacto en los **sectores productivos**, que se traduzca en una **mejora competitiva** y la habilitación para la incorporación de **innovaciones y tecnologías en sus productos, procesos, métodos de gestión o comercialización**.

El programa apoya el desarrollo de actividades tales como diagnósticos sectoriales específicos, prospección de soluciones tecnológicas, cursos, talleres, seminarios, asesorías en planta, exhibiciones, publicaciones, misiones tecnológicas individuales y colectivas, consultorías **nacionales e internacionales** y actividades demostrativas en terreno, entre otras iniciativas que permitan lograr los resultados propuestos.

Este subsidio entrega un financiamiento de hasta el 80% del presupuesto total del programa, con un tope de **\$140.000.000** (pesos chilenos). Los participantes deberán aportar el 20% financiamiento restante, del cual 10% debe ser en efectivo como mínimo.

## 12.18 ANEXO Nº 18. Instrumentos de fomento asociados a la cartera de programas del PLADETUR

Fondo regional de iniciativa local (FRIL); este programa del Gobierno Regional permite financiar proyectos de infraestructura comunal, que mejoren la calidad de vida de la población más pobre de la comuna. Y que dicha iniciativa tenga presente el componente de participación ciudadana y género. El FRIL tiene 4 áreas de trabajo, el de Servicios Básicos, Vialidad, Habilitación de Servicios Públicos y Equipamiento Comunitario.

Programa de fomento a la calidad. FOCAL; instrumento de CORFO que tiene como objetivo general apoyar a las empresas en el mejoramiento de la productividad y competitividad, a través de un incentivo a la implementación y certificación de normas técnicas de sistemas de gestión y de productos o de protocolos, reconocidos por esta Corporación como habilitantes para acceder a mercados más sofisticados o de exportación.

Programa Nodos para la competitividad; Programa de CORFO que tiene como objetivo generar y articular redes entre emprendedores/as, micro y/o pequeñas empresas, impulsando la colaboración entre pares, la vinculación con actores relevantes de la industria y con las fuentes de información y conocimiento, contribuyendo así a mejorar su innovación y competitividad.

Proyectos Asociativos de Fomento (Profo); Programa de CORFO orientado a apoyar a un grupo de empresas para que, de manera conjunta, incorporen mejoras en gestión, resuelvan problemas que afecten su capacidad productiva, desarrollen capital social y/o generen una estrategia de negocio asociativa, para que mejoren su oferta de valor y accedan a nuevos mercados.

Programa de Difusión Tecnológica (PDT); herramienta de CORFO que busca mejorar el acceso al conocimiento, tecnologías y mejores prácticas “prospectadas” para un conjunto de empresas, de preferencia Pymes, a través de actividades de difusión y transferencia tecnológica que aporten valor al desempeño productivo y a la competitividad de las empresas.

Programa Bienes Públicos Estratégicos de Alto Impacto para la Competitividad; Programa de CORFO que busca apoyar el desarrollo de bienes públicos que aborden fallas de mercado y/o de coordinación, generando condiciones que posibiliten el proceso de diversificación de la economía y/o el aumento de la productividad sectorial.

Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento - Región del Maule; CORFO crea el Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento, con el objeto de apoyar a emprendedores(as) en el desarrollo de sus proyectos de negocios de alto potencial de crecimiento y escalabilidad, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación y puesta en marcha de sus emprendimientos. Los proyectos deberán tener la capacidad de escalar a nivel nacional y presentar innovación con respecto a lo actual, al menos, en el país. Además, los proyectos postulados deben tener un objetivo alineado con el Programa y con el enfoque establecido para la Convocatoria de la región de postulación.

Beca capital humano; es un Programa de CORFO que entrega becas de cursos para entregar las habilidades y conocimientos necesarios para un mejor desempeño laboral en la industria del turismo.

Capital Abeja Emprende; es un fondo concursable de SERCOTEC que apoya la puesta en marcha de nuevos negocios, liderados por mujeres, con oportunidad de participar en el mercado. Cofinancia un plan de trabajo destinado a implementar un proyecto de negocio. Este plan incluye acciones de gestión empresarial (capacitaciones, asistencias técnicas y otras) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.



Asesoría Empresarial: programa de SERCOTEC en servicios de asistencia técnica, orientados a micro y pequeñas empresas, que buscan mejorar sus procesos productivos y/o de gestión, a través de la asesoría prestada por un consultor experto.

Capital semilla emprende: es un fondo concursable de SERCOTEC que 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 incluye acciones de gestión empresarial (capacitaciones, asistencias técnicas y otras) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.

Iniciativas de Desarrollo de Mercado: es un instrumento de SERCOTEC, que permite elaborar programas para conocer los mercados, donde se incluyen las misiones comerciales.

Juntos. Fondo para negocios asociativos: es un subsidio no reembolsable de Sercotec destinado al desarrollo de nuevos negocios asociativos o a la mejora de los ya existentes, impulsados por grupos de empresas para las cuales sería más difícil concretar estas iniciativas de manera individual.

Redes de oportunidades de negocio: servicio de SERCOTEC 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.

Formación empresarial: Servicio de SERCOTEC 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.

Mejora Negocios: Fondo de Asesorías Empresariales: es un programa de Sercotec que cofinancia la contratación de asesorías técnicas en diferentes materias, para que las micro y pequeñas empresas puedan aumentar su productividad y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Promoción y canales de comercialización: servicio de SERCOTEC 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.

Crece. Fondo de desarrollo de negocios: 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 o acciones de marketing) para el fortalecimiento de competencias de los empresarios y empresarias, así como el financiamiento de inversiones.

Programa de asesoría técnica especializada y gestor comercial: servicio de INDAP que busca desarrollar de forma sostenible el nivel de competitividad del negocio o sistema productivo, de los pequeños productores agrícolas y campesinos, por medio de acciones de asesoría técnica especializada y/o de gestión comercial.

Programa de asociatividad económica – PAE: servicio de INDAP que busca desarrollar y/o fortalecer los negocios asociativos de empresas campesinas y grupos de emprendedores, contribuyendo al desarrollo económico de la agricultura familiar campesina.

Crédito impulso turístico rural: en la ruta del financiamiento del turismo rural: servicio de INDAP que busca 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. Impulsamos a los emprendedores, empresarias y empresarios a

alcanzar sus objetivos de desarrollo turístico, con el programa de apoyo técnico financiero a las personas naturales, micros y pequeñas empresas, turísticas rurales, a través de financiar de financiar actividades de inversión y operación del negocio.

*Programa adelante mujer rural: programa de financiamiento crediticio para mujeres del campo de Chile;* servicio de INDAP que busca financiar las necesidades de capital de trabajo y de inversión, requeridos para desarrollar actividades económicas y productivas, en las mujeres rurales del País. No se financiará el pago de deudas, los recursos humanos propios, la adquisición de acciones y/o participación en el capital social y la compra de tierras.

*Al Invest 5.0;* es un programa de cooperación económica de la Comisión Europea para mipymes de Latinoamérica, que en esta quinta fase será ejecutado por un consorcio liderado por la Cámara de Comercio de Santa Cruz, Bolivia, y cuyo consorcio está conformado por otras instituciones de Latinoamérica y la UE. Este consorcio tiene como principal objetivo licitar recursos para proyectos que deben ser ejecutados preferentemente en países de Latinoamérica que no forman parte del consorcio.

El programa tiene como **Objetivo general:** Contribuir a la reducción de la pobreza en América Latina mediante la mejora de la productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), promoviendo su desarrollo sostenible y como **Objetivo específico:** Apoyar al desarrollo de las capacidades productivas, empresariales y asociativas de las Mipymes de América Latina, aprovechando los procesos de integración inter/intrarregional; con inclusión social, oportunidades de empleo y trabajo decente.

Dentro las actividades que financian, se encuentran aquellas que promuevan la vinculación empresarial de las Mipymes, como por ejemplo participación en redes empresariales, intercambios de experiencias en el marco de ferias, ruedas de negocios o seminarios. En cuanto a mejora de la productividad y competitividad de las Mipymes, se les podrá ofrecer asesorías nacionales y europeas en los temas en que se pueda mejorar la productividad. Por otra parte, también se pueden considerar actividades para mejorar las capacidades de las organizaciones empresariales a través del fortalecimiento de sus competencias para participar en diálogos público – privado y entregar mejores servicios a sus asociados. Y por último actividades que permitan mejorar el mercado de servicio de desarrollo empresarial. Se debe armar una propuesta de proyecto que incluya temas como estos.

*Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN);* Programa del Grupo BID, que es uno de los mayores inversores en fondos de capital emprendedor y microfinanzas que intenta desarrollar y pilotear iniciativas que aumenten el acceso al financiamiento, los mercados y capacidades, y a los servicios básicos para micro emprendedores y pequeñas empresas de América Latina y el Caribe. La mayor parte del financiamiento del FOMIN se realiza en forma de subsidios para asistencia técnica, que pueden llegar a los US\$2 millones por proyecto. El FOMIN además ofrece préstamos a largo plazo de hasta US\$1 millón e inversiones de capital que pueden alcanzar los US\$5 millones.

*Oportunidades para la Mayoría (OMJ);* Programa del Grupo BID que financia proyectos que amplíen modelos de negocios innovadores y actúa como incubadora de emprendimientos piloto que beneficien micro emprendimientos y pequeñas empresas. Financia proyectos que promuevan una mayor calidad y menores precios, ayuda a construir cadenas de valor locales y promueve la co-creación de oportunidades para negocios y entidades locales. El programa OMJ además apoya proyectos para adaptar productos, servicios y canales de distribución que aumenten el acceso al producto y eleven su valor, así como también oportunidades para replicar experiencias exitosas. La mayor parte del financiamiento que brinda el programa se realiza en forma de préstamos a largo plazo y garantías de crédito parciales de hasta US\$10 millones. El programa OMJ, que también ofrece asistencia técnica, trabaja con instituciones financieras con el fin de aprovechar recursos para proyectos a través de préstamos sindicados.

## 12.19 ANEXO N° 19. Sistema de monitoreo y control de la cartera de programas y proyectos del PLADETUR MauleSur

Este anexo se entrega en formato excel.

