



INFORME I
ACTUALIZACIÓN
PLADETUR CONCÓN

ÍNDICE DE CONTENIDO

PRESENTACION	3
1.CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN.	4
1.1 Región Valparaiso.....	4
1.2 Característicasgeográficas.....	4
1.1.1 División Política Administrativa.....	5
1.1.3 Atractivos Turísticos Regionales.....	6
1.2. Comuna de Concón.....	7
1.3 Sector Turismo – Concón	8
2. ANÁLISIS DE LAS NORMATIVAS LIGADAS AL SECTOR	13
2.1 Ley de Turismo.....	13
2.2 Certificación Turística.....	13
2.2.1 Sello de calidad turistica.....	13
2.2.2 Distinción en turismo Sustentable.....	14
2.3 Accesibilidad.....	14
3. ACTUALIZACIÓN DEL PLADETUR	15
3.1.1. Misión	17
3.1.2. Imagen Objetivo	17
4. FUENTES DE INFORMACIÓN	18
4.1 Fuentes Primarias.....	18
4.1.2 Mapa de Actores.....	19
4.1.3 Grupos de Trabajo	27
4.2 Fuentes Secundarias.....	27
5. Plan de Medios	32
6. Planificacion	32

PRESENTACION

El presente informe contiene la primera entrega de cuatro que componen la actualización del Plan de Desarrollo Turístico, PLADETUR, a desarrollar para la comuna de Concón. En este primer informe se han identificado los principales actores considerados como claves en el desarrollo de turismo comunal, destacándose por su relevancia a nivel regional, provincial y comunal. Es importante destacar que la comuna de Concón es parte importante del dinamismo y desarrollo económico producto del turismo que se realiza en la región.

En primera instancia se presenta un análisis descriptivo que se ha desarrollado desde lo general a lo específico, analizando la información turística existente y llevándola a nivel local, para luego realizar el diagnóstico participativo comunal, considerando como primera fase el análisis de la oferta y demanda turística existente en el territorio.

1. CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN.

1.1 Región de Valparaíso

1.1.1 Características Geográficas

La Región de Valparaíso (V) se sitúa entre los 32º 02' y 33º 57' de latitud sur y entre los meridianos 70º y 72º W. Ubicada en la zona central de Chile, al norte limita con la Región de Coquimbo, al sudeste con la Región Metropolitana y en su extremo sur con la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins; en los límites este y oeste se encuentra referenciada por el límite nacional con Argentina ubicado en el gran macizo de la Cordillera de Los Andes y por el Océano Pacífico, respectivamente.

La región de Valparaíso está caracterizada por ser una zona de transición, desde el punto de vista morfológico y climático, ya que se presentan las últimas manifestaciones de los valles transversales del Norte Chico como son los ríos Petorca y La Ligua, además de no presentarse con claridad las unidades físicas orográficas que caracterizan al país especialmente el Longitudinal o Depresión Intermedia que aparece reemplazada por una serie de cuencas tectónicas al pie occidental del cordón andino.

Desde el punto de vista climático, la Región de Valparaíso presenta un clima templado mediterráneo, pero con algunas variaciones. Así como la semiaridez se presenta hacia el norte del río Aconcagua, es más húmedo o mediterráneo costero en el litoral y frío de altura hacia la cordillera. Tanto el Océano Pacífico, en general, como la corriente de Humboldt, en particular, condicionan en gran medida la conducta de los elementos climáticos de la región. Las direcciones predominantes de los vientos, todas de componente oceánico y portadoras de humedad, explican la constante presencia de este factor en el clima regional.

El carácter frío de la corriente de Humboldt determina la existencia permanente de una banda de bajas temperaturas vecinas a la costa, contribuyendo al descenso de las temperaturas continentales.

En general se distinguen cuatro tipos de climas: Clima de estepa cálido, Clima templado de tipo mediterráneo costero, clima templado de tipo mediterráneo cálido, clima frío de altura.

Fuente www.bcn.cl Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

1.1.2 División Político-Administrativa

Desde el punto de vista de su división político-administrativa, la región está constituida por ocho provincias: Valparaíso, Marga- Marga, San Antonio, Quillota, Provincia de San Felipe y Los Andes y 38 comunas, dos de las cuales son los territorios insulares de Isla de Pascua y Juan Fernández. Su capital regional es la ciudad de Valparaíso, sede del poder legislativo y Patrimonio de la Humanidad según declaración de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el año 2003.

Tabla 1: División político-administrativa de la Región de Valparaíso

Provincia	Superficie Km ²	Población	Capital provincial	Comunas	Capital comunal
Petorca	4.588,9	70.610	La Ligua	1-Petorca 2-La Ligua 3-Cabildo 4-Papudo 5-Zapallar	Petorca La Ligua Cabildo Papudo Zapallar
San Felipe de Aconcagua	2.659,2	131.911	San Felipe	6-Putendo 7-Catemu 8-San Felipe 9-Santa María 10-Panquehue 11-Llailay	Putendo Catemu San Felipe Santa María Panquehue Llailay
Quillota	1.638,7	229.241	Quillota	12-Nogales 13-Calera 14-La Cruz 15-Quillota 16-Hijuelas	Nogales Calera La Cruz Quillota Hijuelas
Los Andes	3.054,1	91.683	Los Andes	17-San Esteban 18-Rinconada 19-Calle Larga 20-Los Andes	San Esteban Rinconada Calle Larga Los Andes
Marga Marga	1179,4		Quilpué	21-Quilpué 22- Villa Alemana 23- Limache 24- Olmué	Quilpué Villa Alemana Limache Olmué
Valparaíso	2.780	876.022	Valparaíso	25-Puchuncaví 26 -Juan Fernández 27-Quintero 28-Concón 29 -Viña del Mar 30-Valparaíso 31-Casablanca	Puchuncaví Robinson Crusoe Quintero Concón Viña del Mar Valparaíso Casablanca
San Antonio	1.511,6	136.594	San Antonio	32-Algarrobo 33-El Quisco 34-El Tabo 35-Cartagena 36-San Antonio 37-Santo Domingo	Algarrobo El Quisco El Tabo Cartagena San Antonio Rocas de Santo Domingo
Isla de Pascua	163,6	3.791	Hanga Roa	38-Isla de Pascua	Hanga Roa

Fuente: Instituto Geográfico Militar- iNE-Congreso Nacional-Censo Población y Vivienda 2002.

1.1.3 Atractivos Turísticos Regionales

A continuación, se presenta el listado de los principales atractivos turísticos y clasificación.

Destino	Comunas	Vocación turística	TIPO DE TURISMO	Circuito turístico
Isla de Pascua	Isla de Pascua	Relacionado a la riqueza de su cultura étnica y sus atributos naturales. Patrimonio de la Humanidad	Cultural, sol y playa, deportivo, trekking.	Circuito patrimonial
Papudo	Quintero Puchuncavi, Zapallar papudo	Esparcimiento, Recreación, Desarrollo de la condición "Balnearios tradicionales" desarrollo vinculado a las actividades del mar en caletas pesqueras tradicionales.	Sol y playa, gastronómico, deportivo,	Circuito borde costero
Viña del Mar – Concón	Viña de Mar- Concón	Congresos, Convenciones, Esparcimiento, Recreación	Sol y playa, gastronómico, ecoturismo, outdoor, cultural, religioso.	Circuito Cerro Castillo Circuito Viña Centro Circuito Borde Costero
Valparaíso	Valparaíso	Patrimonio cultural, Diversión Nocturna, Área de desarrollo patrimonial de orden mundial, se basa en la explotación y desarrolla a partir de su patrimonio de LA HUMANIDAD POR LA UNESCO	Patrimonial-cultural-gastronómico bohemio-, deportivo, outdoor, folclor, religioso.	Circuito fundacional o ruta fundacional circuito de las artes, cerros Bellavista y Florida (Casa Museo de Pablo Neruda) Circuito Borde Costero
Olmue - la campana – Quillota	Olmué , Limache, Quillota	Área de desarrollo vinculada a la explotación y desarrollo del Parque Nacional La Campana y sus atributos naturales, Patrimonio de la cultura del agro, escuela agronomía, bodegas, patrimonio en museo del carruaje rural y urbano en la escuela de caballería de Quillota, patrimonio religioso; Virgen de las Cuarenta horas, Tradiciones huasas. La Campana , reserva de la biósfera	Folclor-rural-outdoor – cultural.	Reserva de Biósfera La Campana – Peñuelas Ruta de Darwin de La Campana – Ocoa Sendero el Andinista Sendero los Peumos Portezuelo Ocoa Sendero Plateaux Sendero los Robles - Portezuelo Ocoa Sendero Salto La Cortadera Sendero El Amasijo – Portezuelo Ocoa Ruta del Camino Real de La Dormida

Litoral- Algarrobo -Santo domingo	Algarrobo, El Quisco, El Tabo, Cartagena, San Antonio, Santo Domingo	Esparcimiento, Recreación, Desarrollo de la condición "Balnearios tradicionales", Patrimonio cultural, desarrollo vinculado a las actividades del mar en caletas pesqueras tradicionales. La Casa Museo Isla Negra en la comuna de El Quisco, y la Reserva natural El Yali en la comuna de Santo Domingo, conforman dos ejes de atractivo de visita relevantes	Sol y playa, cultural, rural.	Litoral de los Poetas Circuito Borde Costero
Valle del Aconcagua	Los Andes, San Esteban, Calle Larga, Rinconada, San Felipe, Santa María, Puteando	Gastronomía, Valle Vitivinícola, Patrimonio urbano ciudad fundación siglo XVIII, festividades huasas	Gastronómico-sol y playa-cultural-outdoor-deportivo.	Circuito religioso Aconcagua, circuito Aconcagua vitivinicultura tradicional
Robinson Crusoe	Juan Fernández	Territorio asociado a sus recursos naturales y su capital histórico, Biodiversidad, paisaje y belleza escénica asociada. Recreación en ambientes naturales y Ecoturismo, de su Parque Nacional, deportes náuticos, buceo	Religioso-cultural-ecoturismo-deportivo	Circuito Sendero del Picaflor, Sendero Poblado – Mirador de Selkirk, Sendero Mirador de Selkirk – Villagra, Sendero Poblado - Puerto Francés (Acantilados)

1.2 Comuna de Concón

En 1899 se creó la comuna y en 1927 perdió su autonomía, formando parte de Viña del Mar. Como Concón fue declarada comuna el 28 de diciembre de 1995, formando parte de la Provincia de Valparaíso y de la región del mismo nombre. Pertenece al Distrito Electoral N° 14 y a la 6ª Circunscripción Senatorial Quinta Costa. Su superficie es de 76 km² y la población, de 42.152 habitantes, acogiendo al 2,32% de la población total de la región. (Censo 2017).

1.2.1 Datos estadísticos de la comuna de Concón.

- Superficie: 76 km²
- Gentilicio: Conconino/a
- Alcalde: Oscar Sumonte González
- N°Concejales 6
- Normas asociadas a Concón
- Pertenece a V Región de Valparaíso
- Provincia de Valparaíso
- Distrito 14 - 6ª Circunscripción Costa
-

1.2.2 Población

Población total año 2017, comunal y regional

Tabla 2: Población total año 2017	
Territorio	Población Año 2017
Comuna de Concón	42.152
Región de Valparaíso	1.815.902
País	17.574.003

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2017, INE.

1.3 Sector Turismo – Concón

La oferta y demanda turística de la comuna de Concón, forman parte del sector turístico de la comuna, sector que es analizado en el segundo informe, a través de la verificación y validación de la información contenida en el Pladetur existente, por lo que a continuación, se indican algunos datos que permiten hacer una referencia al mercado turístico de la comuna.

La comuna de Concón, también conocida como Capital Gastronómica de Chile, autodenominada, por la diversidad de restaurantes ubicados en gran parte en el borde costero y en otros sectores de la comuna. Además existen santuarios naturales como las Dunas de Concón y el Humedal Parque La Isla, con la presencia de flora y fauna natural, como también playas que se extienden por toda la costa.

El clima privilegiado de la comuna de Concón permite que pueda ser visitada durante todo el año. Considerando lo mencionado anteriormente, Concón tiene las condiciones naturales apropiadas para atraer a los turistas tanto nacionales como internacionales. Desarrollando la oferta y la demanda en base a las necesidades del turista y así logrando un turismo sostenible. Este capítulo es desarrollado en el segundo informe, en la temática de la industria turística de la comuna, donde se incluye; la oferta y demanda turística.

1.3.1 Breve descripción de la oferta

La oferta turística de la comuna está conformada por tres componentes básicos que son:

- Los atractivos y actividades turísticas
- La planta turística
- La infraestructura turística.

Estos componentes son fundamentales para los planificadores tanto del sector público como privado para evaluar las potencialidades del turismo comunal y así poder elaborar planes y proyectos. Parte de su oferta formalizada se encuentra clasificada de la siguiente manera:

A) Hospedaje

Nombre hotel	Número de plazas	Cantidad de habitaciones
RadissonAcqua Hotel & Spa	138	50
Hotel Plaza Concón	25	9
Casa Doca Hotel Boutique	12	6
Mantagua Hotel & Village	172	32
Posada del Parque	12	5
Hippocampus Resort & Club	546	144
Apart Hotel BlumenPlatz	50	12
Apart Hotel Duna del Mar	180	37
Cabañas Pacífico	60	15
Cabañas Playa Negra	54	9
Apart Hotel Río Mar	41	9
Cabañas Concón	25	5
Hostal La Casona de Concón	16	5
Hostal Palos	10	6
Hostal Blanca Estela	20	6
Thalassus Talasoterapia	32	8
Hostal Pingüino en la Roca	15	5
Cabañas Aires del Bosque	38	10
Hostal Juanita Isamar	25	5
Azul Pacifico Bed&brekfast	8	4
Hostal Club House By Concón	35	11
Total plazas Concón	1514	

B) Alimentación

Nombre del Restorant	Especialidad	Cubiertos
Restaurant Carla	Pescados y Mariscos	60
Restaurant Central	Pescados, Mariscos y Empanadas	72
Restaurant Donde Jacobo	Pescados, Mariscos y Carnes	80
Restaurant Donde Yayo	Pescados y Mariscos	72
Restaurant D'Yelly	Pescados y Mariscos	56
Restaurant El Coral	Pescados y Mariscos	116
Restaurant El Rincón d' Patito	Comida Casera, Mariscos, Pescados y Carnes	80
Restaurant El Rincón de Charlie	Pescados y Mariscos	250
Restaurant Emeterio	Pescados y Mariscos	282
Restaurant Fuente Valdiviana's	Carnes y Sándwich	48
Restaurant La Perla del Pacífico	Pescados y Mariscos	344
Restaurant La Pica de Don Juaco	Pescados y Mariscos	35
Restaurant La Pica de Ramsés	Pescados y Mariscos	80
Restaurant La Pica del Loro	Pescados y Mariscos	132
Restaurant La Reina Chica	Comida Típica, carnes, sándwich	160
Restaurant La Reina Margarita	Chorrillanas y Parrilladas	44
Restaurant La Sirena de Don Lalo	Pescados y Mariscos	100
Restaurant Las Brisas	Pescados y Mariscos	200
Restaurant Max-Con	Pescados y Mariscos	160
Restaurant Rinconcito Costero	Pescados, Mariscos y Empanadas	44
Restaurant San Pedro	Pescados, Mariscos y Carnes	84
Restaurant Sirenit's	Comida Tradicional	40
Nikko Restaurant	Pescado, Mariscos y Sushi.	120
Parrilladas Argentinas El Che Fabián	Parrilladas	60
Restaurant AcquaRadisson	Gurmet / Internacional	120
Restaurant Punta del Este	Pescado, Marisco, Carnes y Empanadas	120
Restaurant Calipso	Pescados y Mariscos	400
Donde Carmencha	Empanadas/ Pescados y Mariscos	24
Restaurant Albatros	Pescados y Mariscos	200
Restaurant Aquí Jaime	Pescados y Mariscos	210
Restaurant Del Gigi	Pescados, Frutos Marinos y Pastas	80
Restaurant Don Chicho	Pescados, Mariscos, Cernes y Comida Casera	84

Restaurant Doña Isabella	Empanadas/ Pescados y Mariscos	56
Restaurant Novellino	Pescados y mariscos, servicio carta, menú	96
Restaurant Vista al Mar	Pescados y Mariscos	128
Donde Odette La Gatita	Pescados, Mariscos y carnes	95
Pura Vida Restaurante	Pescados, Mariscos y Carnes	88
Restaurant AkiLeon	Pescados y mariscos	69
Restaurant Alto Joig	Mariscos y empanadas, Sección de cafetería	180
Restaurant Alto Mar By la Gatita	Pescados y Mariscos	136
Restaurant Con Limón	Pescados y Mariscos	60
Restaurant Faro (Hippocampus)	Comida internacional, pescados y mariscos.	110
Restaurant Pica de Juan Segura	Pescados y Mariscos / Carnes	160
Restaurant Pica de Martín	Pescados, Mariscos y Carnes	90
Restaurant Pica de Martin II	Pescados, Mariscos y Carnes	80
Restaurant Pica Gourmet	Carnes, Pastas, Pescados y Mariscos	60
Restaurant Pica Los Delfines	Pescados y Mariscos	150
Restaurant Te Encantará	Pescados, Mariscos, Pastas y Carnes	80
Caleta de Empanadas	Empanadas	40
Cochabamba	Pastelería y Empanadas	10
Empanadas Maju	Empanadas Fritas y Sándwich	20
La Boca Gourmet	variedad en empanadas gourmet	30
Las Deliciosas	Empanadas	160
Las Tentaciones de Fanny y Nelson	Pastelería, Chocolatería, Empanadas, Pan amasado	35
Los Quijotes	Variedad en Empanadas de Horno	25
Nanchos Empanadas	Colaciones y empanadas delivery	30
Padrisimo	Empanadas y comidas preparadas	40
Restaurant el Carro de Don Cangrejo	Empanadas	100
Secretos de la Abuela	Empanadas Fritas	20
Todo Empanadas	Empanadas	150
Aquí Daniel	desayunos, comida tradicional, comida peruana	40
Bremen 402	Sandwicheria - Cerveza Artesanal - Delivery	68
O'Higgins Restaurant	Comida Tradicional Chilena	45
Pizza Pronto	Pizzas y Pastas	12
Restaurant Il Capo di Tutti	Pizzas ,Tablas y Pastas	45
Restaurant Maldito Amore	Comida Italiana	30
Restaurant MiskiMiski	comida peruana, Menú Diario y Comida Rápida	30
Restaurant Oasis	Pizzas, Comida tradicional, Parrilladas	80
Restaurant Pica La Perla del Pacífico	Pescados y Mariscos / Carnes, pollos	180
Restaurant Rincón Jumbo	Auto Servicio	54

Restaurant Santa Brasa	Carnes	150
Restaurant Secreto	Comida chilena Criolla	180
Restaurante Girafinha da Melancia	Cafetería y Comidas al Paso	30
Sandwicheriakomeykaya	Sandwicheria y Delivery	15
El Salmon	Sushi	10
Only Sushi	Sushi y Comida China	32
Papa John's	Pizzas	40
Restaurant Tamai Gourmet	Japonesa, tailandesa, Peruana	45
Sushi HamaMikkei	Sushi y ceviche	10
Sushi Top	Sushi	15
Cafetería Bonafide	Café de grano, Repostería y Jugos.	20
Cafetería Nuestro Rincón	Café de grano, Repostería, Jugos y Helados.	60
Gelateria Artesanal Divinos	Helados Artesanales, Cafetería y Repostería	20
Sunset Café	Café, Pastelería, Helados, Jugos Naturales y Almuerzos	30
RestobarTamai	Comida Japonesa, peruana y Bar.	50
Friends Restobar	Restaurant, Terraza, Música en vivo	70
Open Plaza	Discoteque y salón de eventos	200
PoolpoBeer& Friends	Pub Discoteque	40
RestobarTamai	Comida Japonesa, Peruana y Bar	50
Yazoo	Restobar, Karaoke y Música en vivo	80
OUTDOOR	OUTDOOR	
CAIMI Y ALLEN	TIENDA OUTDOOR	

Nota: Esta información de la oferta turística de la comuna de Concón, es desarrollada en el siguiente informe.

La comuna de Concón tiene concentrada su oferta turística casi exclusivamente en el borde costero, que se aprecia en una oferta gastronómica centrada en productos del mar, actividades al aire libre, caminatas, deportes de turismo aventura (surf, body, stand up padle, kayak, kay surf), nado, buceo, escalada, cabalgatas y otros. Sumado a esto la comuna presenta actividades programadas, como festividades, que van de la mano con las tendencias del turismo actual, en cuanto a la combinación de la “gastronomía” y las “experiencias”, por ejemplo; “La corvina más larga del mundo” en el verano, la fiesta de San Pedro, el festival de Concón, la fiesta de la empanada.

Por lo tanto, existe una excesiva estacionalidad turística que lleva a una gran concentración de turistas nacionales preferentemente y en menor medida internacionales en la temporada estival, semana santa y las actividades anteriormente mencionadas.

Este verdadero “monocultivo turístico” produce que no se visibilicen otras posibilidades de oferta y desarrollo turístico comunal, por ejemplo; el turismo rural en la Escuela de Puente Colmo, con la fiesta costumbrista que se realiza todos los años atrayendo turistas y visitantes; también hay que considerar el potencial histórico de Concón dado que fue escenario de una de las batallas importantes dentro de la guerra civil del año 1891 y otros.

1.3.2. Atractivos Turísticos Comuna de Concón

Dentro de los atractivos turísticos de la comuna podemos encontrar sus playas, su campo Dunar, la Roca Oceánica, parque ecológico La Isla, las caletas, entre otros, algunos de ellos, que se analizarán en el siguiente informe II, son:

Tabla 9: Atractivos Turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	LOCALIDAD
Replica Monolito de la Batalla de Concón 1891 (Mh)	Sector Puente Colmo, Concón
Cementerio Parroquial	Camino Internacional S/N Altura 13300
Humedal, Parque Ecológico La Isla	Camino A Quintero S/N, Concón
Media Luna, Club de Huasos Los 10 Amigos	Camino A Quintero S/N Concón
Museo Histórico-Arqueológico de Concón	Santa Laura 470 Concón
Parroquia Nuestra Señora de las Mercedes de Concón	Av Maroto 950, Concón
Fiesta de la Cruz de Mayo	Recorrido que parte en Maroto y continua por el sector La Boca
Palmera Histórica	Av. Borgoño, sector La Boca, Altura 25300
Playa La Boca	Borde Costero, Av Borgoño Altura 24780
Caleta San Pedro de Concón	Av Borgoño Altura 24300
Fiesta de San Pedro	Caleta San Pedro, Caleta Higuierillas
Playa Amarilla	Av Borgoño, Altura 22900
Virgen del Carmen, Playa Amarilla	Playa Amarilla
Playa Negra	Borde Costero, Av Borgoño, Altura 22531
Playa Bahamas	Borde Costero, Av Borgoño Altura 22092
Playa Higuierillas	Sector Gastronómico Caleta Higuierillas Costa Altura 21454
Caleta Higuierillas	Borde Costero Av Borgoño, Altura 21382
Club de Yates Higuierillas	Sector Gastronómico Caleta Higuierillas Altura 21300
Playa Los Lilenes	Borde Costero, Av. Borgoño, Altura 20500
Campo Dunar de la Punta de Concón	Campo Dunar, Av. Concón Reñaca/ Borgoño Altura 19100
Roca Oceánica (Sn)	Borde Costero Altura Puente Piqueros
Placa Conmemorativa Polvorazo	Borde Costero a mts de Roca Oceánica
Casa de Piedra	Borde Costero a metros de roca Oceánica.
Puente Punta Piqueros	Borde Costero a metros de Roca Oceánica

2.1 Ley de Turismo

El 12 febrero del año 2010 nace la ley de turismo 20.423, que regula la industria turística en Chile y el turismo se convierte en un eje estratégico de desarrollo para el país. (Se adjunta Ley). Esta ley nos permite contar hoy en día con una Subsecretaría de Turismo, con una Política Nacional de Turismo y con mayores recursos para realización de análisis de zonas turísticas, entre otros. Concón ha comenzado a estudiar y planificar actividades del sector, por lo que, se podrán determinar objetivos, acciones y las prioridades requeridas. Cada región cuenta con una oficina de Dirección Regional del Servicio.

SERNATUR- Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos

El Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos posee como principal beneficio para el turista el poder visualizar los establecimientos que funcionan legalmente y en condiciones aptas en la zona a visitar; mientras que para el empresario permitirá promover sus servicios y ser visible en la plataforma del Sernatur.

Los servicios de alojamiento, turismo aventura deben obligatoriamente registrarse en la plataforma, sin costo, a través de la página Web, www.sernatur.cl.

2.2 Certificación Turística

El Sistema de Certificación de Calidad para los servicios turísticos en Chile, es único en su tipo a nivel mundial y busca aumentar la satisfacción de los y las visitantes a nuestro país, asegurándoles un servicio de calidad, óptimo y transparente, acorde a sus expectativas, aumentando el flujo de visitantes al servicio certificado.

La importancia del Sello de Calidad Turística se debe a que acredita que las y los prestadores(as) cumplen con los requisitos que fijan los estándares de calidad y esto sirve como estrategia de diferenciación y competitividad respecto de los demás servicios turísticos. Además, el sello otorga las calificaciones para los servicios de alojamiento turístico.

El beneficio que otorga a las y los prestadores(as), es el orden y organización que genera dentro de la empresa, además de reducir costos y entregar un servicio de calidad que atrae un mayor flujo de turistas. Un servicio certificado se asegura de cumplir con las expectativas de los y las turistas, que, por medio de la boca a boca, promueve el servicio turístico con otras personas. *Fuente www.subturismo.gob.cl (2015)*

2.2.1. Sello de Calidad Turística

El Sello de Calidad Turística se creó con el fin de desarrollar y fortalecer de manera voluntaria a los servicios que entrega la industria turística. Para esto se elaboraron normas técnicas certificables en 3 áreas, las cuales representan la columna vertebral de las actividades turísticas de Chile.

Concón como meta a largo plazo, posterior a la formalización de sus servicios y registro correspondiente, podrá comenzar a capacitar y reunirse con los empresarios para mejorar la calidad de sus servicios en las áreas de alojamiento, gastronomía, agencias y tour operadores y guías de turismo.

2.2.2. Distinción en Turismo Sustentable

Actualmente la comuna se encuentra reconocida con el sello S de Sustentabilidad, que garantiza al visitante que el servicio turístico que cuenta con este distintivo, cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos.

Por ahora, el Sello S aplica sólo para servicios de alojamientos turísticos operando en Chile, incluyendo todas las categorías definidas por SERNATUR.

Para la zona de Concón, debemos comenzar con la formalización de los servicios de alojamiento, para posteriormente trabajar con la sustentabilidad a mediano y largo plazo.

2.3 Accesibilidad Universal – Turismo Accesible

La ley N°20.423 del 12 de febrero de 2010, se hizo cargo de este desafío estableciendo normas de igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad. Al alero tanto de la Estrategia Nacional de Turismo y del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable 2015-2018, Sernatur incorporó el turismo accesible como programa permanente, con énfasis en la educación y sensibilización y con el principio de Inclusión y Equidad, respectivamente.

Esta información es necesaria de transmitir a actores claves y empresarios de Concón, debido a la importancia que representan las cifras: En Chile hay cerca de 2.800.000 personas con algún grado de discapacidad, representando el 16,7% de la población y que en nuestro país un 15% de la población es mayor de 60 años. De considerar este factor como una estrategia de desarrollo turístico, podría destacar como un destino turístico inclusivo.

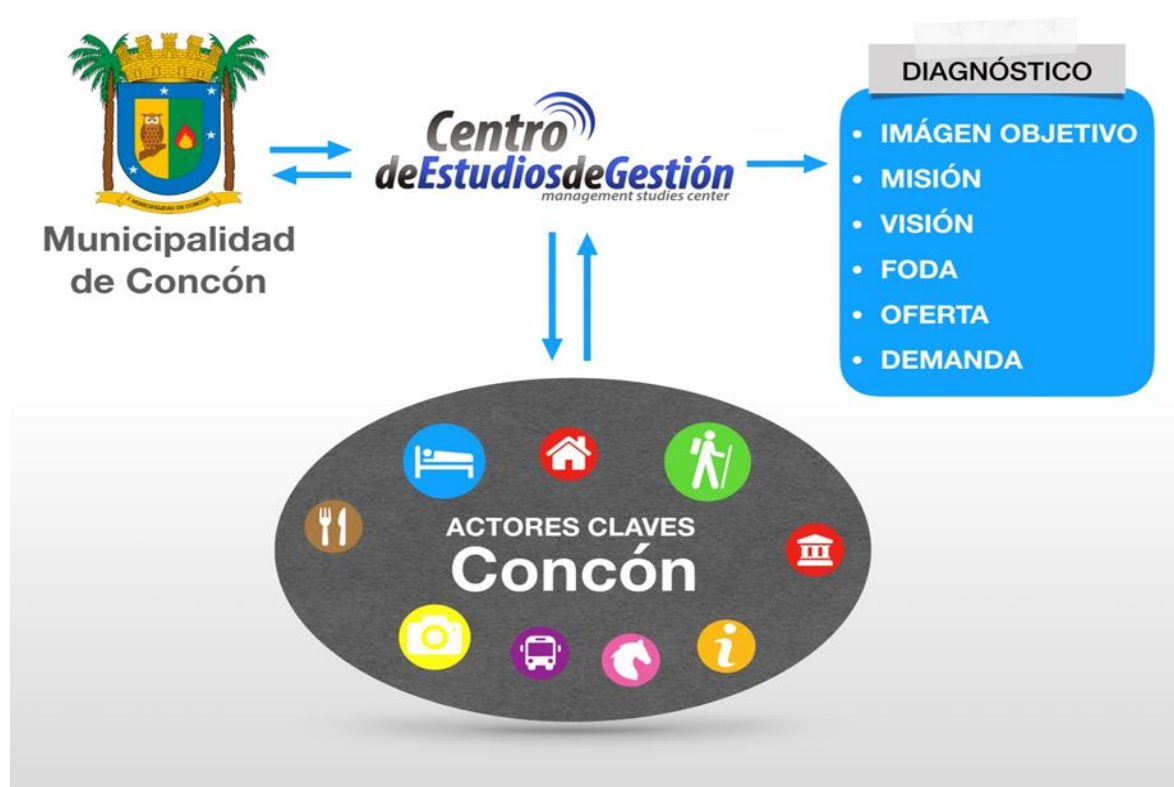
Para Concón se hace necesaria primeramente la formalización de los servicios, cumpliendo con las leyes de accesibilidad que hoy señalan que los edificios de uso público y aquellos que, sin importar su carga de ocupación, presten un servicio a la comunidad. Para implementar y lograr un turismo inclusivo se debe primeramente contar con rutas accesibles, medidas mínimas y máximas, crear actividades recreativas adaptadas e informarse de todos los nuevos elementos que existen en el mercado para acceder a espacios naturales. Esto nos llevará a ofrecer algo real y que cumpla con las expectativas de visitar Concón como destino de turismo inclusivo.

3. ACTUALIZACIÓN DEL PLADETUR

El proceso actual de actualización del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna de Concón, se basa en la validación de cada una de las etapas y resultados obtenidos en el Pladetur existente, lo cual implica, desarrollar una serie de acciones de investigación y validación de la información existente, para esto se consideran las principales tres etapas de todo Pladetur, para este análisis, esto es:

- Diagnóstico
- Planificación
- Control

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, la primera etapa de diagnóstico, consiste en conocer principalmente la composición del mercado turístico y su comportamiento, en la comuna de Concón, otorgados por la oferta y la demanda, por esta razón es que se requieren análisis de fuentes primarias y secundarias de información.



De esta manera al recurrir a las fuentes primarias de información, se consigue la obtención de información actual acerca de las tendencias actuales por las cuales se moviliza el turismo en la comuna. En cuanto a las fuentes de información secundaria, estas otorgan las normativas y lineamientos por los cuales se debe regir el plan de desarrollo y estas son de carácter nacional, como la Política Nacional de Turismo, regional, como la Estrategia Regional de Turismo y otros documentos de carácter comunal, como ciertas ordenanzas, Pladeco y otros.

En una segunda etapa, de planificación, el procedimiento se basa principalmente en el análisis de fuentes primarias, donde los actores claves juegan un rol protagónico, ya que son ellos quienes van opinando sobre los resultados obtenidos en la etapa anterior, con la cual se deben diseñar los lineamientos estratégicos para la comuna y sus posteriores proyectos o iniciativas, a partir de las debilidades o brechas detectadas, en acciones que las resuelvan y en el caso de las fortalezas, en acciones que puedan potenciarlas. En este caso, las estrategias y acciones, deben ser corroboradas con las ya existentes del Pladetur, por lo que el análisis será a partir de determinar acciones de continuidad, nuevas o aquellas que ya no se justifican.



La tercera etapa consiste en proponer un modelo de acciones de control, para cada iniciativa propuesta por el Pladetur, acciones que consideran un control entre momentos distintos del ciclo de vida de un proyecto, esto es; a priori, simultaneo y posterior.

Para poder desarrollar estas acciones de control, se propondrán indicadores de seguimiento, para poder medir cada intervención.

3.1. Misión e Imagen Objetivo

La actualización de la Imagen Objetivo y Misión que se quiere lograr para potenciar el turismo en Concón, vendrán a dar una imagen realista, pertinente y con metas claras a mediano y corto plazo.

Para la obtención del éxito, es necesario someterse a un sistema formal de dirección estratégica, es decir, seleccionar y definir perfectamente las fortalezas que la hará destacar frente a otras comunas.

Esta dirección puede ser dividida en tres fases:

- 1) Definición de objetivos estratégicos:
 - Definir la filosofía y misión del Territorio
 - Establecer objetivos a corto y largo plazo para lograr la misión de la comuna.
- 2) Planificación estratégica:
 - De las estrategias propuestas, seleccionar las más idóneas y pertinentes para conseguir los objetivos establecidos en la misión de la comuna. (Siempre enfocados en el desarrollo del turismo)
 - Desarrollar una estructura organizativa para el cumplimiento de las estrategias.
- 3) Implementación estratégica:
 - Asegurar las actividades necesarias para lograr que la estrategia se cumpla con efectividad; recordando cultivar acciones comprometidas con la comuna, comola autenticidad, congruencia y conciencia
 - Fomentar equipos auto-dirigidos y el contexto de valores, ética e integridad son fundamentales para el logro de objetivos y ser sustentables en el tiempo.

3.1.1. Misión

Actualmente, de acuerdo al Pladeco elaborado el año 2017, la misión de la comuna es:

“Queremos que Concón sea una comuna con identidad propia, ambientalmente sana, cuyo ordenamiento territorial logra integrar con armonía los espacios urbano y rural.

Una comuna con infraestructura, equipamiento y servicios de alta calidad, acordes a la demanda en educación, salud, cultura, deporte, recreación, esparcimiento, seguridad, transporte, conectividad vial, comunicaciones, internet, saneamiento sanitario, vivienda, dotación de agua potable, alcantarillado, alumbrado y pavimentación, brindando el máximo bienestar a sus habitantes y visitantes.

Dado el entorno geográfico, paisajístico privilegiado y el patrimonio natural, arqueológico e histórico, Concón ha proyectado su desarrollo sobre una oferta diversificada de servicios, logrando posicionamiento, como comuna con fuerte identidad cultural, favoreciendo el desarrollo del sector turismo centrado en la gastronomía típica, asociada al borde costero del litoral central y de la industria vinculada a éste, así como también, al desarrollo inmobiliario, proyectando una imagen de comuna residencial, tranquila, segura, verde y sustentable, que acoge y promueve en sus habitantes, una forma de vida saludable, donde la industria asentada en el territorio asume y ejecuta buenas prácticas ambientales y paisajísticas, que aseguren la calidad de vida para la población residente y visitante. En el contexto social, se espera que la Comuna de Concón sea una comuna solidaria e inclusiva, donde se propicia la equidad, se fomente y fortalezca el desarrollo de las personas, en particular el de los Grupos Vulnerables, entre ellos mujeres, jóvenes, niños, niñas, adolescentes, adulto mayor y personas en situación de discapacidad”.

Misión Turística:

La misión se actualiza a partir del trabajo que se realizará tanto en los talleres, focus group, encuestas y entrevistas con los diferentes actores claves. Será considerada la Misión original del Pladetur, para trabajar con ella en su actualización.

3.1.2. Imagen Objetivo

La Imagen- Objetivo es la situación que se proyecta como el estado ideal al que la comuna debería acercarse. Constituye una declaración sobre lo que se desea lograr y se caracteriza por expresar de una manera global las intenciones que mejor reflejan la situación deseada a largo plazo.

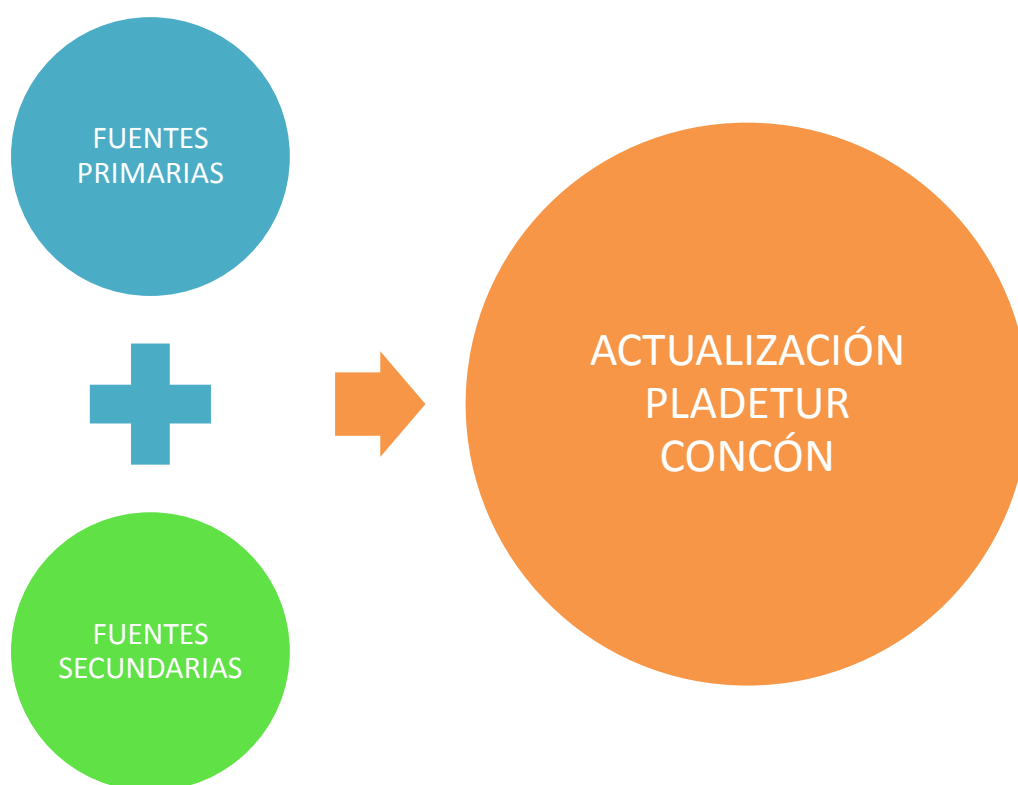
La forma de obtención, es durante la misma jornada de trabajo de la misión y bajo la misma metodología. Esto es:

Preguntas frecuentes para elaborar la Imagen Objetivo:

- 1) **¿Cómo nos vemos?**
- 2) **¿Cómo nos ven los demás?**
- 3) **¿Cómo nos gustaría que nos vieran los demás?**

4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la actualización del PLADETUR de Concón, es necesario contar con al menos dos fuentes de información, la primaria, que estará dada por toda la participación de actores claves y relevantes, en diferentes instancias y la información secundaria, que se encontrará en los diferentes documentos estratégicos de alcance mayor al PLADETUR, pero del cual el PLADETUR debe encontrarse enmarcado.



Fuente: CEG.

4.1 Fuente Primaria

La fuente primaria de información está compuesta por los actores del turismo de la comuna, como oferentes de productos y servicios turísticos, entidades comunales de fomento, Municipio, turistas y otros, pero también por actores regionales y nacionales, en este sentido, como Sernatur, como organismo máximo del turismo, Indap, por sus programas de turismo rural, Sercotec y Fosis, con toda su oferta de fomento, Corfo, también con una cartera de instrumentos de fomento en beneficio del turismo y otros.

Esta información es obtenida principalmente de instancias de participación con ellos, como referentes del turismo local y las herramientas para obtener información, pasan desde entrevistas, aplicación de encuestas, talleres y otros.

4.1.1 Metodología

La metodología de trabajo, para la obtención de información, con los actores claves será de la siguiente manera:



Fuente: CEG

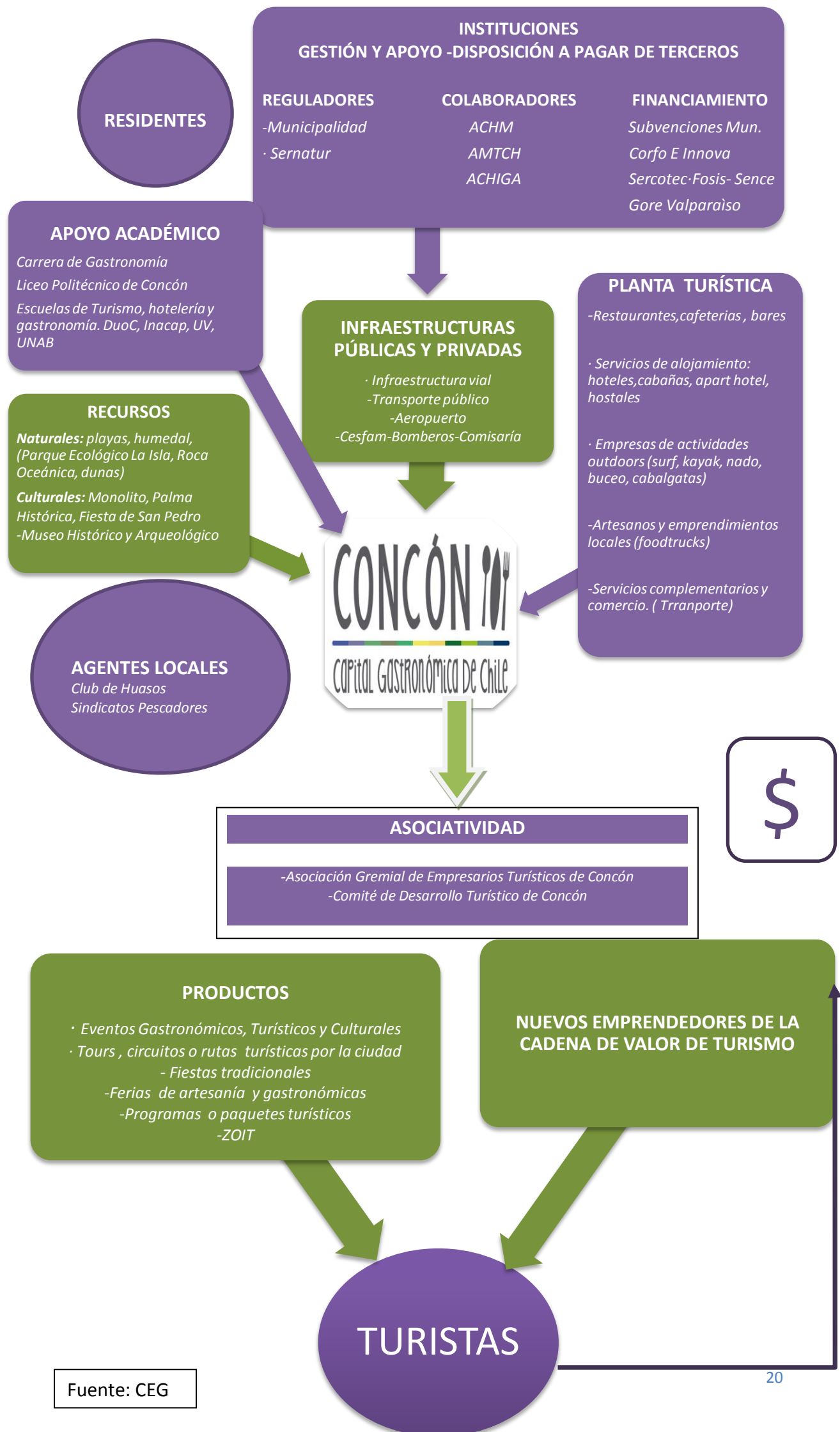
Para acercarse tanto a los actores claves como los relevantes identificados anteriormente se plantea desarrollar un plan de difusión que comenzará el día miércoles 3 de enero con presencia en página web creada para tal efecto, redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) para finalmente proponer un diseño de volante que se someterá a aprobación para su posterior entrega en los lugares de mayor afluencia de turistas y también entregar a los residentes de la comuna.

En el caso de las encuestas, existen modelos de encuestas diseñadas por Sernatur, las cuales fueron sometidas a validación en conjunto con el Municipio y CEG, las cuales luego de llegar a un modelo definitivo, se consideró apropiado, adelantar el proceso de aplicación de encuestas a turistas, dado el periodo estival actual, el cual reporta el mejor momento del año, para poder rescatar la opinión de la demanda turística.

Con la aplicación de las encuestas, se obtendrán entre otros; Información acerca de la percepción que tienen los residentes, del turismo en la comuna y su aceptabilidad al desarrollo de esta industria, en el caso de la encuesta al turista, se obtendrá información acerca del perfil del turista que visita la comuna de Concón, en cuanto a conocer, su nivel de gasto, días de pernoctación, actividades que realiza, acciones que le gustaría realizar, como llega, como se enteró, etc. Información que servirá para la toma de decisiones, en cuanto al diseño de estrategias para incrementar el gasto, incrementar el flujo de turistas, cambio de perfil, mercado meta, tipos de promoción, etc.

4.1.2 Mapa de Actores

Dentro de la comuna de Concón se encuentra una gran cantidad de actores que son de mucha importancia tanto para la planificación como para el desarrollo del turismo, estos son los que denominamos como **actores claves** que a continuación se detallan agrupados sector y ámbito de participación:



Fuente: CEG

El presente mapa identifica a los principales actores **claves y relevantes** de la primera parte de la presente actualización y validación del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna de Concón. En esta primera etapa la finalidad es conseguir información relevante y actual de la situación del mercado turístico, en cuanto a la oferta y demanda.

El siguiente gráfico representa los flujos de información y dirección desde y hacia los actores ya identificados, pero en este caso para la creación de una planificación estratégica altamente participativa.

Los actores claves y los relevantes están definidos, por aquellos que además de intervenir en la industria turística, son capaces de generar cambios en ella, por esta razón es que resulta vital, contar con su opinión e información, acerca de su participación actual y futura en la industria. Por lo cual resulta altamente necesario identificarlos con claridad tal como se encuentran en la tabla a continuación:

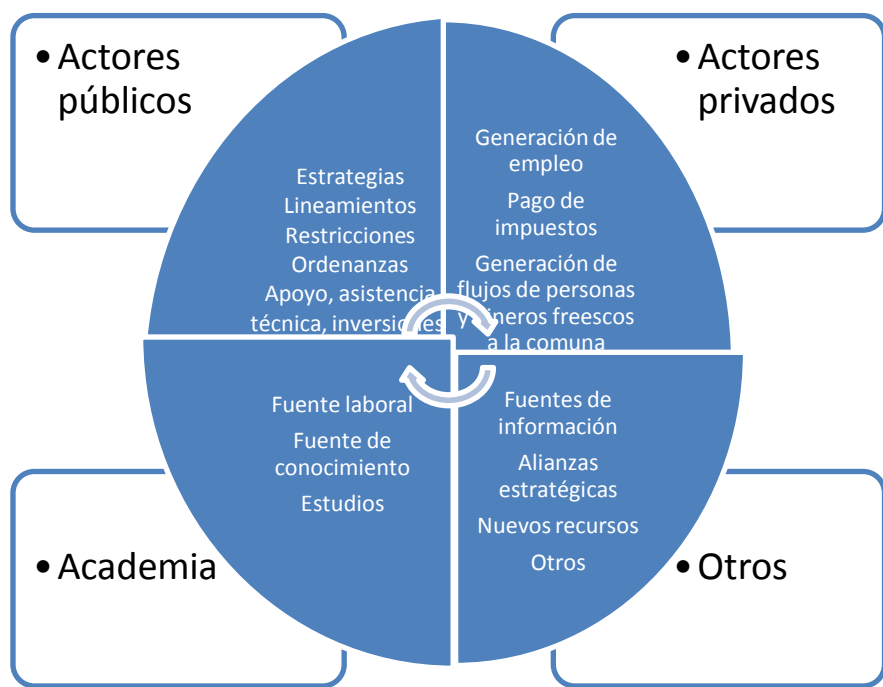
4.2.1 Actores Claves
Alcalde
Oficina de Turismo Municipalidad de Concón
Director regional de SERNATUR
Intendente Regional
Gobernador Provincial
Director regional Corfo
Director regional de Sercotec
Director regional de Sence
Prochile
Asociación Chilena de Municipalidades, Comisión de Turismo
Asociación de Municipios Turísticos de Chile
Asociación Chilena de gastronomía (ACHIGA)
Corporación de Promoción Turística de Chile
Consejo de la Cultura y las Artes
Sernapesca
Director regional de Indap
Director regional de Conadi
Directores de escuelas de turismo, hotelería y Gastronomía (Liceo, DuocUC- Inacap- U.V- Unab- Culinary)
Comité de Desarrollo Turístico de Concón
AG de Empresarios Turísticos de Concón
Dirección de Cultura
Dirección de Medioambiente Municipalidad de Concón
Departamento de Deportes de la Municipalidad de Concón
Presidente de Unión Comunal de Juntas de Vecinos
Otros
4.2.2. Actores Relevantes
Microempresarios
Carabineros
Servicio de Salud
Juntas de Vecinos
Académicos de escuelas de turismo, hotelería y Gastronomía
Oficina de Informaciones Turísticas
Encargada Museo Histórico Ecológico

Encargado de Parque Ecológico
Dueños de hoteles y alojamientos en general
Dueños de restaurantes
Artesanos y emprendedores locales (foodstrucks)
Oferta formalizada de servicios turísticos de aventura, deportes náuticos y otros (kayak,surf, buceo, nado, cabalgatas)
Empresarios de transportes turísticos
Guías de turismo
Asociaciones participativas (sindicatos pescadores, club de huasos, folclóricas, culturales, ecológicas y deportivas)
Cuidadores y acomodadores de autos
Comercio de servicios (transporte local, currier, correo, venta de pasajes interurbanos)
Otros

La conformación de los actores y su participación dentro de la industria del turismo y específicamente en la comuna de Concón, estará dada por los flujos de información y acciones, que nacen desde ellos y que a su vez, reciben ellos mismos, a este diagrama o mapa, se le llama cadena de valor de la industria del turismo.

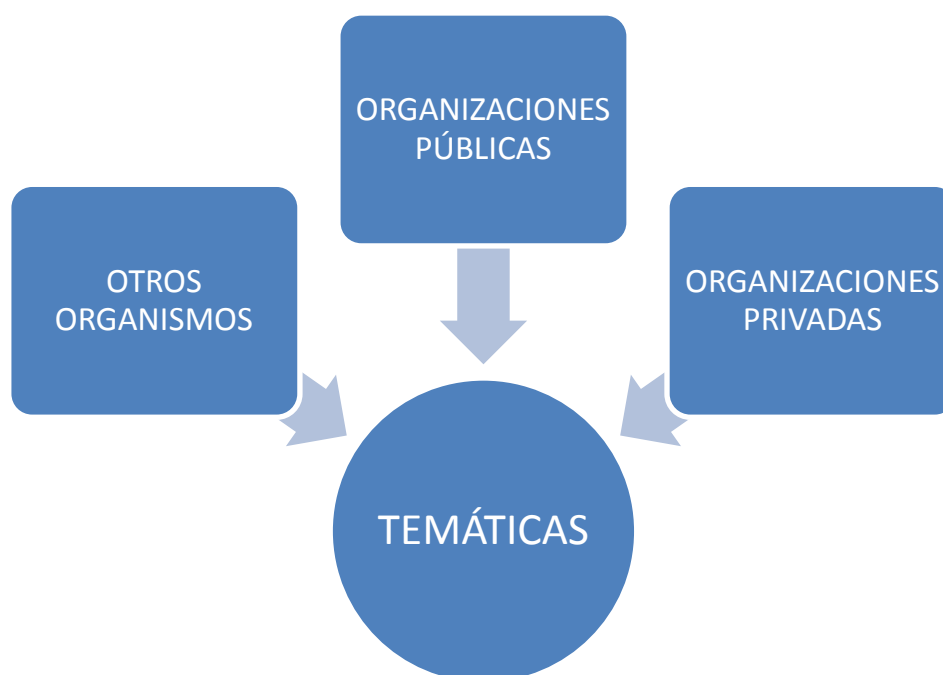
Los flujos de información y de recursos, son recíprocos, por ejemplo, si un organismo de fomento, como Sercotec, apoya a través de un capital semilla, la inversión en un restaurante de Concón, para la adquisición de una freidora, esta llegada de recursos desde el gobierno hacia un privado, retorna de diferentes formas, a través de impuestos, generación de empleos y creación de oferta dentro de una industria, provocando movilidad entre sus agentes.

A su vez y dado el flujo de recursos (información, monetarios, humanos, otros) que se produce entre todos los actores del turismo, es que se debe ordenar este diagrama, de tal manera, de que el desarrollo del turismo en la comuna de Concón, sea armónico, agradable, ordenado, con lineamientos claros y validados por todos, para enfocar los esfuerzos en conjunto y así tener una comuna con un turismo planificado y que dentro de lo posible cuente con una estacionalidad no tan marcada, mejorando temas de sobre carga, como los observados actualmente en algunos lugares de la comuna, en periodos determinados. Además cabe recordar que el turismo, debe entregar también, bienestar a los residentes. Algunos flujos de recursos entre los diferentes actores, se pueden visualizar en el siguiente esquema:



Fuente: CEG

De acuerdo a esto, podemos hacer la siguiente clasificación por área temática, la cual nos ayudará en la definición de temas comunes, para formar mesas de trabajo.



Fuente: Ceg

Instituciones

- Municipalidad de Concón – Oficina de Información turística (municipal)
- Subsecretaría de Turismo- Ministerio Economía (público)
- Sernatur
- Gobierno Regional de Valparaíso
- Corfo
- Sercotec
- Indap
- Conadi
- Consejo de la Cultura y las Artes
- Asociación Chilena de Municipalidades, Comisión de Turismo
- Asociación de Municipios Turísticos de Chile
- Asociación chilena de gastronomía (ACHIGA)
- Corporación de Promoción Turística de Chile
- Seremi de Salud
- Sence
- Prochile
- Sernapesca

Educación

- Carrera de Gastronomía Liceo Politécnico de Concón (municipal)
- Duoc UC (privado)
- Inacap (privado)
- Culinary (privado)
- Carrera de Gestión en Turismo y Cultura, Universidad de Valparaíso
- Turismo, U. de Andrés Bello

Privado

- Comité de Desarrollo Turístico de Concón
- Asociación Gremial de Empresarios Turísticos
- Empresarios Gastronómicos
- Empresarios Hoteleros
- Food Trucks
- Empresarios de transportes turísticos
- Empresas de Kayak
- Escuelas de surf
- Proveedores de cabalgatas (no formalizadas)
- Sindicatos de cuidadores de autos
- Comercio de servicios (servicio transporte local, currier, correo, venta de pasajes interurbanos)

Asociaciones Participativas

- Sindicato de Pescadores Caleta San Pedro
- Sindicato de Pescadores Caleta Higuierillas
- Club de Huasos Independencia
- Club de Huasos Los 10 Amigos
- Agrupación Cultural Lafkenko
- Ñanku (Organización ambientalista)
- [Clubes Deportivos sector La Isla](#)

Emprendedores

- Artesanos (principalmente que trabajan en torno a recursos locales como los extraídos del mar)
- Emprendedores de productos alimenticios
- Folkloristas
- Emprendimientos gastronómicos

El análisis de los actores del turismo privados y públicos, se realizará de acuerdo al trabajo de campo que se irá realizando con cada uno de ellos, ya que si bien, es posible determinar, su ubicación, su actividad y otros datos económicos aproximados, resulta fundamental, conocer y ratificar esta información de primera fuente, por esta razón es que se comienza con el análisis de información primaria, ya descrita, en ella se abordarán temas de asociatividad existente, estacionalidad de la oferta, estacionalidad del empleo, relación directa o indirecta con el turismo, percepción de la actividad turística de la comuna entre otros. Si se puede indicar que al igual que otras comunas similares en características geográficas y de oferta turística, las dificultades o brechas son similares, en cuanto a

- Conflictos en la asociatividad
- Sentimiento de dirección de recursos solo a un sector
- Percepción de menor apoyo por parte de organismos de fomento
- Desconocimiento de instrumentos de fomento
- Desconocimiento del mercado turístico en cuanto a su planificación.
- Otros

Concón al ser una comuna costera, rica en oferta gastronómica y en recursos naturales como playas, cuenta con una fuerte presencia de oferentes de servicios y productos turísticos (gastronomía incluida), en este sector, lo que provoca un mercado atractivo para el turista, dada su concentración, sin embargo, trae consigo problemáticas de capacidad de carga, ruidos, tiempos de espera, fluidez de tránsito, etc. De igual manera se debe considerar que existe una oferta por ejemplo gastronómica, fuera del circuito tradicional.

Si bien existe principalmente entre los microempresarios y empresarios gastronómicos de la comuna un grado avanzado de trabajo en forma asociativa, existe un gran número de oferentes que no están trabajando de esta forma, ya sea por desconocimiento o porque no creen en la necesidad de hacerlo. En este ámbito, en la comuna existe hace 15 años un “Comité de Desarrollo Turístico”, organización que nace bajo el alero del municipio y el cual es el encargado de la organización de la tradicional “Corvina Conconina mas grande del mundo” y la “Fiesta de la Empanada”. Asimismo, hace un año está funcionando la Asociación Gremial de empresarios turísticos de Concón.

En cuanto a la oferta de alojamiento, resulta interesante este sector, ya que es aquí donde se observa uno de los mayores desafíos para desarrollar un turismo sustentable y maduro en la comuna, por cuanto una de las dificultades que se presenta es la presencia de una oferta informal importante, la cual no permite llevar registros ni participar de las obligaciones tributarias y municipales de toda empresa formalizada. Hoy en la comuna de Concón existe una oferta de alojamiento consistente en:

- Cabañas
- Hoteles
- Pensiones
- Hostales
- Apart Hoteles

Y de carácter informal; arriendo de casas particulares y en estos últimos años de departamentos, que son adquiridos por sus dueños como una segunda vivienda pero que son ofertados a turistas en forma diaria, semanal o por más tiempo, su oferta se puede observar en aplicaciones web como www.airbn.com, desde donde se pueden extraer cifras de la oferta informal de la comuna.

Dentro de la industria del turismo existen los organismos de fomento como Sercotec, Corfo, Indap, Fosis, Sence, Conadi y otros, que deben ser considerados, aunque de carácter regional, tienen una importante participación en el desarrollo de microempresas en la comuna de Concón, ya sea con programas de fomento que apoyan la creación de nuevas empresas, apoyo a empresas existentes, en cuanto a inversiones, giras tecnológicas, capacitaciones y otros.

En el ámbito académico, resulta relevante destacar la existencia dentro de la comuna de un liceo Politécnico con la especialidad de gastronomía, así como de instituciones de educación superior, que si bien están fuera de la comuna, pertenecen a la misma región, por lo que su radio de acción incorpora a la comuna de Concón, esto se evidencia en el origen de alumnos en práctica de diferentes hoteles y de algunos empleados, que provienen de carreras de turismo principalmente de Duoc UC y de Inacap, estas instituciones son relevantes, por el trabajo asociativo estratégico que se puede lograr especialmente entre el municipio y sus escuelas de turismo, en cuanto al desarrollo de planes de marketing, estudios de demanda, asistencia técnica, alumnos en práctica, etc. Solo a modo de ejemplo, en Valparaíso funciona una oficina de información turística de la ciudad (Valparaíso) con alumnos del Duoc y dirigidos por un docente de esa casa de estudios, con lo cual los alumnos ponen en práctica algunos contenidos de asignaturas propias de la carrera.

Existe una interesante y amplia oferta de artesanos y del mundo del folclore en la comuna, que, si bien funcionan a un nivel menor, debido a que no tienen una gran visibilidad, potencian la oferta de la comuna, especialmente si se incrementan las actividades de fiestas costumbristas y ferias comunales.

Un rol fundamental cumplen, dos actores claves, de la industria turística nacional y comunal, por un lado, Sernatur, es el ente máximo del turismo en Chile y por otros la I. Municipalidad de Concón, quién es el organismo que debe proporcionar los lineamientos de desarrollo para el turismo comunal, promoviéndolo, fortaleciéndolo, pero también regulando y ordenando su desarrollo, dentro del ciclo de vida de la industria local.

Un actor clave es el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur), es el servicio público chileno encargado de investigar, planificar, fomentar, promover y coordinar la actividad turística, además de difundir el turismo a nivel nacional y en el extranjero, mediante la cooperación entre diversos organismos públicos y privados.

Sernatur ejecuta planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, la calidad y la competitividad de la industria y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Es fundamental tanto por parte de Sernatur, como de la comuna de Concón generar activamente alianzas estratégicas con el fin de promover la actividad turística en la comuna y evitar la estacionalidad en la zona. Generando competencias necesarias y nuevas iniciativas que permitan trabajar a los actores claves del sector público como del privado para el fomento de la actividad y el trabajo en conjunto con la comunidad.

La Municipalidad es la encargada de dirigir la comuna hacia el desarrollo armónico y sostenido de su territorio a través de actividades de servicios, productivas, sociales y culturales. Compatibilizando el desarrollo de las distintas actividades económicas, tanto presentes como potenciales, tales como el turismo centrado en su gastronomía, la actividad residencial, pesca y agricultura (turismo rural), medioambiental, social, entre otros servicios que demanda la ciudadanía, que aseguren la calidad de vida para la población residente y visitante.

Actualmente, la estructura interna, la planta y las remuneraciones al interior de los municipios no son definidas por cada municipalidad, sino por leyes y reglamentos uniformes para todo el territorio nacional. En la actualidad las remuneraciones de los funcionarios municipales están fijadas por leyes dictadas por el Gobierno Central; sus reajustes son fijados cada año en forma centralizada e uniforme. Por ley se encuentra determinada en gran medida la estructura interna de cada municipio y sus plantas. La carrera funcionaria al interior del municipio se extiende hasta el cargo jerárquico inmediatamente inferior al del Alcalde.

En total el municipio cuenta con 73 funcionarios, lo que refleja falta de personal en relación a estadísticas por cantidad de habitantes en la comuna. La comuna de Concón dentro de su planta directiva tiene creados 9 cargos:

GRADO	DIRECTIVO
5°	Juez pol.local
5°	Secpla
5°	Jurídico
5°	Dideco
5°	Obras
5°	Control
6°	D.A.F.
6°	Sec.Municipal
7°	Trans. Y Oper

Fuente: Pladeco actualizado Concón

Uno de los posibles resultados, luego de analizar la conformación, estructura, funciones y responsabilidades del departamento de turismo, es la generación de una propuesta de ordenamiento, tanto organizacional como en su estructura a modo de sugerencia.

Cabe destacar que Concón pertenece en conjunto a Viña del Mar y Valparaíso a una alianza estratégica de oferta turística, por lo cual su departamento de turismo, debe ser comparable a estas dos comunas, en ciertos ámbitos, incluido el presupuestario y el de autonomía en la toma de algunas decisiones. Análisis que se realizará en las posteriores etapas.

4.1.3 Grupos de Trabajo

- Definición de temáticas comunes para implementar mesas de trabajo

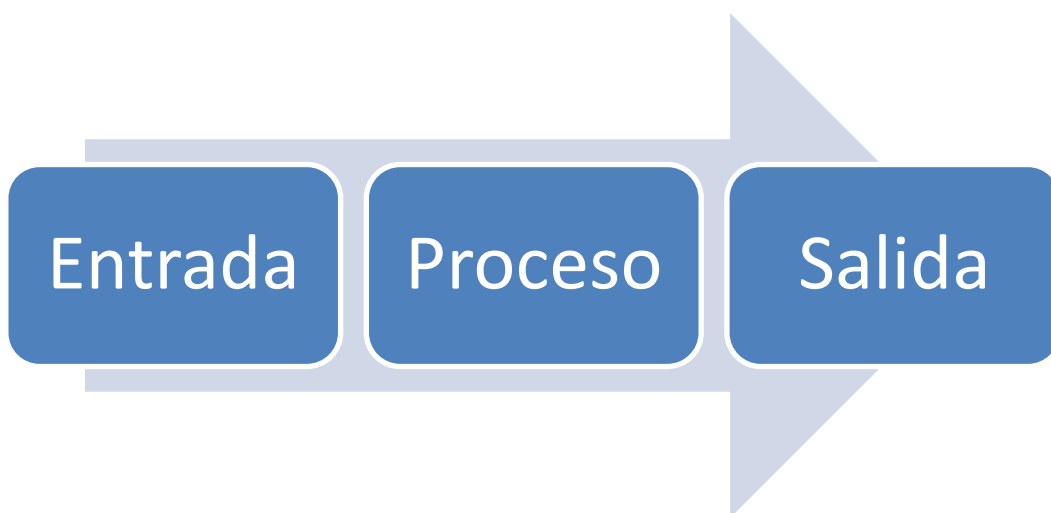
A través de la siguiente matriz se establece y relacionan temas en común, para diferentes actores, con el propósito de identificar durante el proceso de actualización y validación del PLADATUR, a aquellos actores, que, aunque no desarrollen una misma actividad o provengan del mismo sector, sí cuenten con una temática transversal en la cual sus opiniones permitan acceder a fuentes de información relevantes para toma de decisiones. Cabe destacar que un mismo actor como Sernatur, por ejemplo, puede estar en más de un área temática.

TEMAS	ACTORES
PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL	MUNICIPALIDAD
	ASOCIACIONES GREMIALES
	SERNATUR
	CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CHILEPRO CHILE
DESARROLLO DE OFERTAS DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS EN DESTINO	ASOCIACIONES GREMIALES
	ASOCIACION CHILENA DE MUNICIPALIDADES
	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE CHILE
	MUNICIPALIDAD
	SERNATUR
PUESTA EN VALOR DE DESTINO E INFRAESTRUCTURA HABILITANTE	GOBIERNO REGIONAL DE VALPARAISO
	ASOCIACIONES GREMIALES
	CORFO
	SUBSECRETARÍA DE TURISMO
	INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR
CALIDAD	ASOCIACIONES GREMIALES
	SERNATUR
	SUBSECRETARÍA DE TURISMO
	MUNICIPALIDAD
	INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR
	CORFO
	SERCOTEC
	ASOCIACIÓN CHILENA DE GASTRONOMÍA
CAPITAL HUMANO	SUBSECRETARÍA DE TURISMO
	ASOCIACIONES GREMIALES
	CORFO
	SERCOTEC, SENCE, ASOCIACIÓN CHILENA DE GASTRONOMÍA, SERNAPESCA

4.1.4 Flujo de información

Los flujos de información que se dan en la industria del turismo, es similar en los diferentes territorios y Concón no es distinto, en esta industria intervienen como ya se describió, agentes privados, públicos y otros de carácter mixto, lo importante es tener claro que por tratarse de una actividad económica normal, las características son similares a otra industria en cuanto a la existencia de una cadena de valor y de proceso productivo, donde existe una demanda (turistas), que es satisfecha por la oferta de la comuna (microempresas, empresas, atractivos y otros servicios y productos turísticos), por lo que se puede observar un proceso normal de funcionamiento, en cuanto a:

- Entrada: Insumos, información, capital, recursos humanos
- Proceso: producción de bienes y servicios turísticos, con infraestructura y equipamiento, como hoteles, restaurantes, agencias, tour operadores, guías, asociaciones, servicios de transporte, etc.
- Salida: Bienes y servicios turísticos.

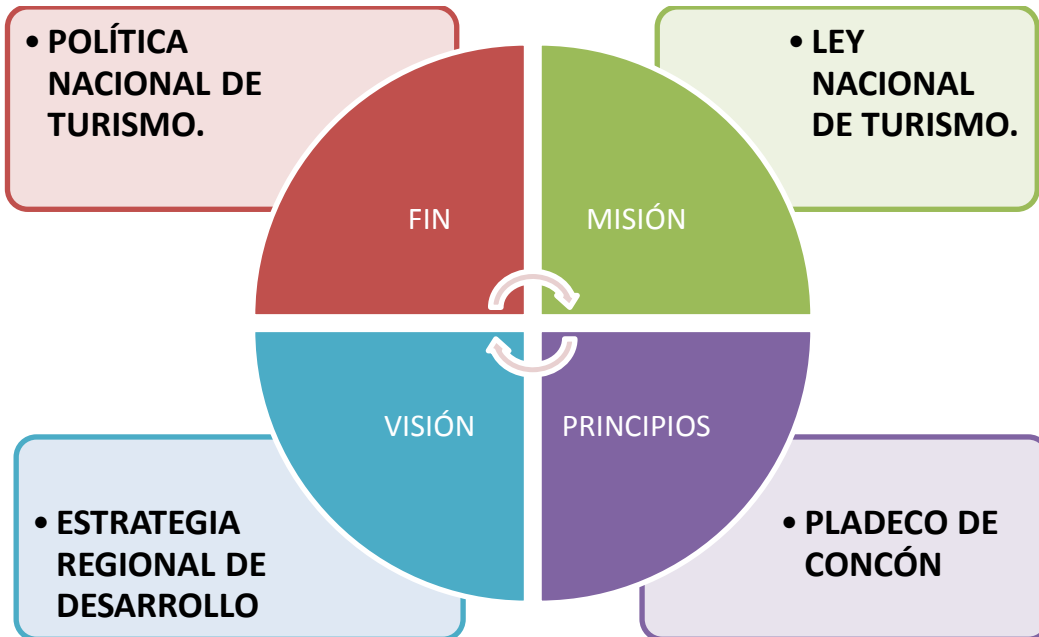


Donde el mercado está compuesto por turistas o clientes, el Estado a través de sus servicios que regulan a la industria del turismo, como: SII, Servicio de Salud, Inspección del Trabajo, otros servicios, proveedores, Municipalidad, competidores de otras comunas, etc.

Y que finalmente conllevan a una retroalimentación de diferentes input, pero sobre todo en cuanto a información y es aquí donde cobra relevancia la actualización del Pladetur de la comuna de Concón, ya que es uno de los insumos de información que se produce como retroalimentación para toda la industria turística de Concón.

4.2 Fuentes Secundarias

Así como los actores claves y relevantes, conforman toda la información primaria, para la actualización del presente PLADETUR, también es necesario revisar la información secundaria que otorga un marco legal y estratégico al PLADETUR, permitiéndole, en este caso, contar con los respaldos necesarios para en un futuro cercano, solicitar fondos o participación en instancias, que se encuentren enmarcadas en las políticas y estrategias de mayor alcance, es así como:



Fuente: CEG

Las fuentes de información secundarias, están compuestas por todo aquel documento formal que, en este caso, regule o entregue directrices del desarrollo turístico, para el caso de la comuna de Concón, podemos clasificar esta en fuentes nacionales, regionales y locales o comunales



Fuente: CEG

El propósito de recurrir a estas fuentes de información, es velar porque el Pladetur de la comuna de Concón, se encuentra en forma coherente alineado a los otros instrumentos y políticas de orden nacional, regional y comunal, con esto se asegura, que, al momento de solicitar la participación en programas, obtención de recursos u otros, ante organismos superiores, no se pueda discutir la pertinencia de este.

Al considerar los principales instrumentos, se puede hacer un análisis de aquellos conceptos estratégicos que son considerados para la planificación, por lo cual, estos conceptos son los que debiera considerar la actualización del Pladetur, dentro de sus lineamientos e iniciativas.

FUENTES SECUNDARIAS: CONCEPTOS ESTRATÉGICOS.



Fuente: CEG

Dentro de los principales ejes estratégicos a considerar, se encuentran los de la Política Nacional de Turismo y los estratégicos de la región, los cuales como se puede observar coinciden

plenamente, ya que en este caso el regional, debió considerar los lineamientos nacionales, en el caso de Concón, se deberá buscar la misma concordancia.

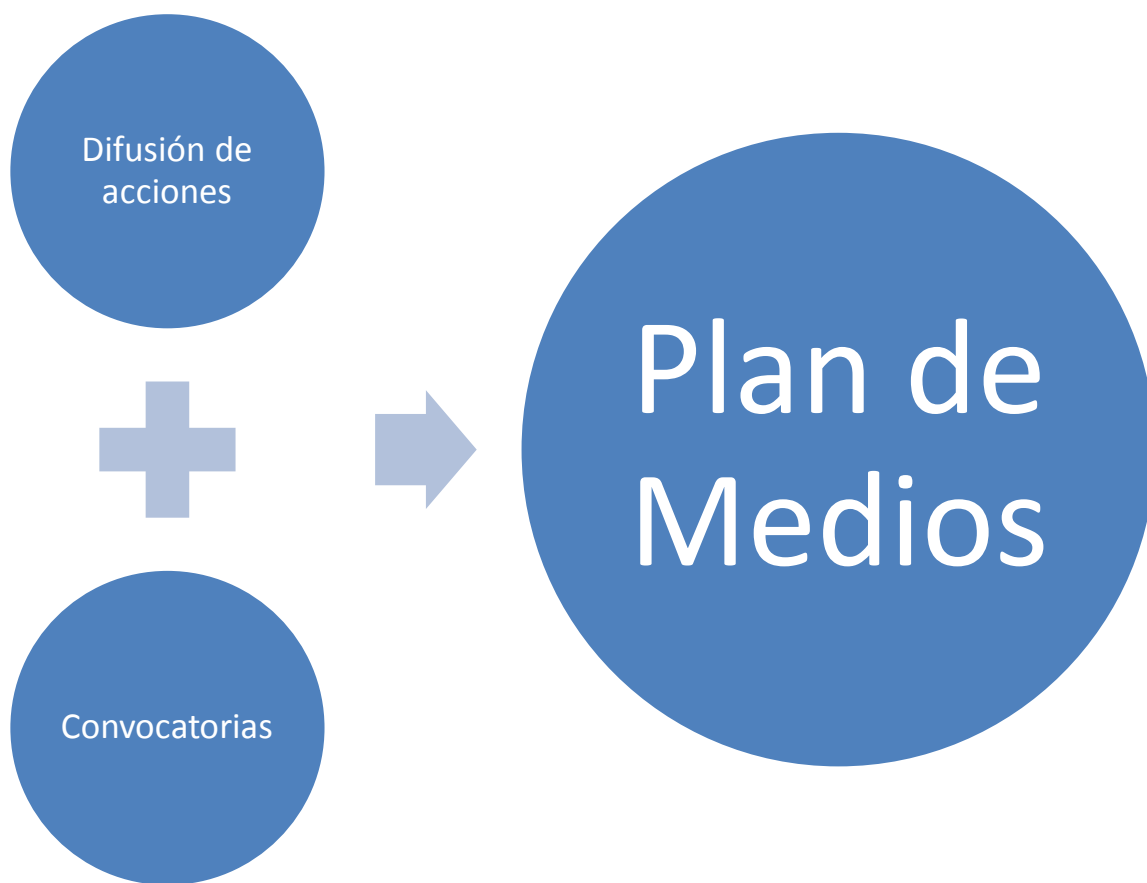
Los temas seleccionados corresponden a los ejes estratégicos regionales turísticos que se encuentran en la política regional de turismo vigente para toda la región según el Plan de Acción Región de Valparaíso 2014 – 2018



Fuente: CEG.

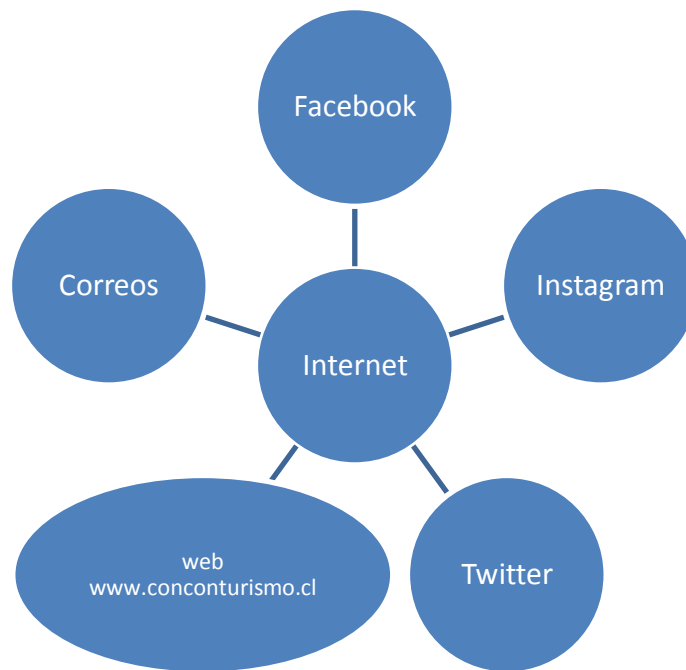
5. PLAN DE MEDIOS

Desde la primera semana de enero de 2018, se considera, el desarrollo y la ejecución de un plan de medios, que dé cobertura a las diferentes acciones del trabajo de Pladetur, en especial a su instancia participativa, difundiendo al máximo las tareas llevadas a cabo y las acciones a realizar. Por esta razón el plan de medios, tendrá dos propósitos:

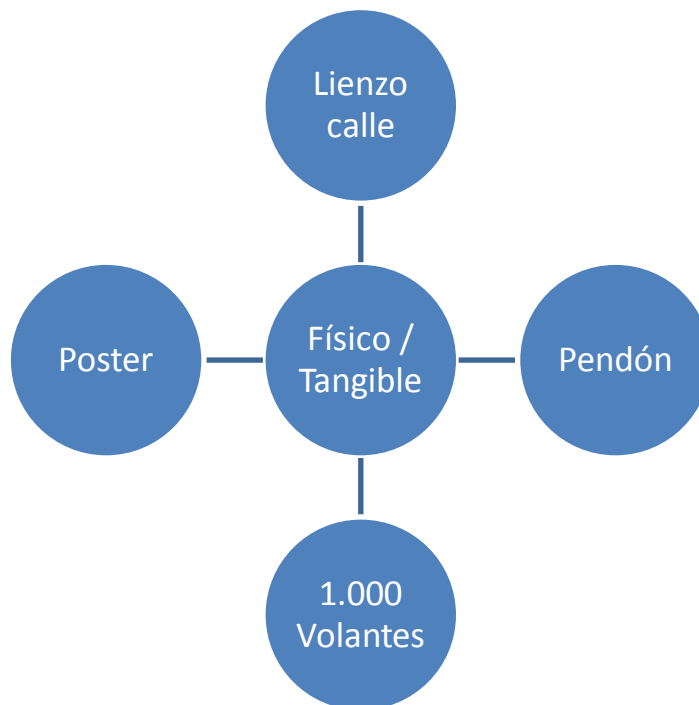


Fuente: CEG

Las herramientas que apoyarán este plan de medios, serán de dos tipos, una por medios online como los siguientes:



Y el segundo grupo de herramientas de medios, serán a partir de insumos físicos, como:



5.1 Canales de comunicación

Herramienta	Propósito	Frecuencia	Cantidad
WEB www.conconturismo.cl	Mantener informada a la comunidad de las acciones que se están desarrollando y las futuras, incorporando un correo de contacto para atender sugerencias. Se incluirán fotografías de las diferentes actividades que se vayan realizando.	Actualizará cada semana	1 web
Facebook	Entregar información reciente y en el momento de las acciones que se están llevando a cabo y servir como herramienta de invitación para los futuros eventos participativos	Actualizará cada semana	1 facebook
Instagram	Destacar fotografías de algunos eventos principalmente, los que tienen que ver con la participación ciudadana, como talleres, entrevistas, focus group, luego, se utilizará para incorporar fotografías de los principales atractivos de la comuna.	Actualizará cada semana	1 cuenta
Twitter	Entregar información reciente y en el momento de las acciones que se están llevando a cabo y servir como herramienta de invitación para los futuros eventos participativos	Actualizará cada semana	1 cuenta
Pasacalle	Informar a la comunidad, del proceso actual que implementa el Municipio, con la Actualización de su Pladetur.	Uno	1
Carta	Invitar a los actores claves, a través de una carta de presentación del proceso de actualización del Pladetur, a las diferentes jornadas de trabajo participativas.	Cada vez que se entreviste a un actor clave	Al menos 40
Radio Local	Promover e informar, principalmente a la comunidad residente, de la existencia de la instancia de actualización del Pladetur e invitarles a participar.	Al menos 3 veces	3 entrevistas

5.2 Productos

ACTIVIDAD	Producto
<p>WEB www.conconturismo.cl</p>	 <p>The screenshot shows the website's header with a cityscape background and the logo 'CONCON 111 CAPITAL GASTRONOMICA DE CHILE'. Below the header, there is a navigation menu with links like 'INICIO', '¿QUÉ ES UN PLADETUR?', 'NOTICIAS', 'ENCUESTAS', 'FOCUS GROUP', and 'ENTREVISTAS'. The main content area features an article titled '¿Qué es un Pladetur?' with a sub-header '¿Qué es un Pladetur?' and a paragraph explaining that a Pladetur is a participatory management tool for tourism development in a specific territory. To the right of the text is a photograph of a large crowd of people in traditional Chilean folk costumes during a festival.</p>
<p>Facebook</p>	 <p>The screenshot shows the Facebook page for 'Pladetur Concón'. The page header includes the logo and name. The main content area displays a post with a video player and text. The right sidebar shows a list of friends and a 'VER TODOS' link. The bottom of the page has a navigation bar with options like 'Inicio', 'Eventos', 'Opiniones', and 'Ver más'.</p>
<p>Instagram</p>	 <p>The screenshot shows the Instagram profile for 'pladeturconcon'. The profile name is 'pladeturconcon' and it is marked as 'Siguiendo'. The bio indicates '0 publicaciones', '1 seguidor', and '0 seguidos'. The main content area is empty with the text 'Aún no hay publicaciones.' at the bottom. The footer contains links for 'INFORMACION', 'ASISTENCIA', 'BLOG', 'FRENDA', 'AÑO', 'EMPLEO', 'PRIVACIDAD', 'CONDICIONES', 'DIRECTORIO', 'PERFILES', and 'IDIOMA'.</p>
<p>Twitter</p>	 <p>The screenshot shows the Twitter profile for '@pladeturconcon'. The profile name is '@pladeturconcon' and it is marked as 'Siguiendo'. The bio indicates '0 publicaciones', '1 seguidor', and '0 seguidos'. The main content area shows a tweet from 'Pladetur Concón' with a video player and text. The left sidebar shows a list of accounts to follow, including 'CGTN', 'Turismo Lahuan', and 'ChileOkubo'. The bottom of the page has a navigation bar with options like 'Inicio', 'Notificaciones', 'Mensajes', and 'Tweets'.</p>

Pasacalle	Por definir
<p>Volantes digital</p>	 <p>AYÚDAMOS A MEJORAR EL TURISMO EN CONCÓN</p> <p>Actualmente existe un Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) para Concón, el cual se encuentra en proceso de ser actualizado y es aquí donde necesitamos su ayuda, para poder contar con información clave, que mejore el desarrollo turístico de la comuna. Son varias actividades donde invitaremos a participar: talleres, focus group, entrevistas y aplicación de encuestas, entre otras. Te invitamos a participar para consolidar a Concón como un destino turístico, todo el año!!!</p> <p>El PLADETUR es una herramienta de gestión que permite planificar de manera participativa el desarrollo turístico de un determinado territorio, aprovechando sus potencialidades, ventajas competitivas y recursos en forma sustentable. Además de integrar colaborativamente a los actores públicos y privados, quienes deben participar activamente en la elaboración de un diagnóstico turístico y el diseño de estrategias que permitan mejorar el desarrollo de la actividad turística en beneficio de la comunidad y de los visitantes.</p> <p>Un PLADETUR cuenta con tres grandes etapas:</p> <p>1º. La primera consiste en elaborar un diagnóstico participativo, acerca de la oferta y la demanda turística de una comuna.</p> <p>2º. Una segunda etapa, que consiste en diseñar estrategias que permitan mejorar las debilidades detectadas en el diagnóstico y potenciar las fortalezas existentes, de esta etapa nacen los proyectos a ejecutar.</p> <p>3º. Una tercera etapa, dice relación con diseñar un sistema de control y seguimientos del Pladetur, con la finalidad de favorecer, facilitar y resguardar las acciones comprometidas para la puesta en marcha del Pladetur.</p> <p>Te invitamos!!</p> <p>También visita www.conconturismo.cl y participa.</p>
<p>Radio Local</p>	<p>Entrevista a un integrante del equipo CEG o de la Municipalidad</p>

El dominio de la web www.conconturismo.cl, ya fue inscrito por CEG, el cual en una primera instancia, será utilizado para crear una web de información actualizada del trabajo de actualización del PLADETUR de Concón, finalmente, este dominio y web será traspasado al Municipio de Concón.

CERTIFICADO

El nombre de dominio

conconturismo.cl

se encuentra inscrito en el registro de nombres de dominio .CL, a nombre de

jorge san martin (JORGE ANTONIO SAN MARTIN DURAN)

RUT: 12917072-7

hasta el 28 de noviembre de 2018

5.3 Cronograma de difusión

Actividad	ENERO					FEBRERO				MARZO		
	Sem 1	sem 2	Sem 3	Sem 4	sem 5	Sem 6	sem 7	sem 8	sem 9	sem 10	sem 11	sem 12
	01 al 7	8 al 14	15 al 21	22 al 28	29 al 5	5 al 11	12 al 18	19 al 25	26 al 4	5 al 11	12 al 18	19 al 25
Envío de cartas a los agentes turísticos para aplicación de encuestas.												
Difusión y Posicionamiento del Pladetur en la web municipal y en la web www.conconturismo.cl												
Difusión en Facebook												
Difusión por Instagram												
Difusión por Twitter												
Promoción con Volante digital												
Emisión de Frases Radiales por Radio Municipal												
Pasacalle												

6. PLANIFICACIÓN

6.1 Distribución y asignación de responsabilidades.

La tabla que se presenta a continuación clasifica las fuentes de información y los responsables de obtenerlas para entregarles como insumo para la planificación de las tareas.

INFORMACIÓN SECUNDARIA	MUNICIPALIDAD	CONSULTORA
Pladeco	X	
Pladetur	X	
Normativas	X	
Resoluciones	X	
Patentes	X	
Información Primaria		
Talleres Emprendedores		X
Focus Group		X
Encuestas		X
Entrevistas		X
Visitas Prediales		X
Entrevistas Actores Claves		X

6.2 Planificación de tareas

Las acciones a realizar durante los siguientes meses, se distribuyen de la siguiente manera, indicando además el ejecutor y ámbito de acción.

RECURSOS Y ACTIVIDADES	SIGLA	ACTOR
REUNIONES	R	PÚBLICO Y PRIVADO
ENTREVISTAS	E	PÚBLICO Y PRIVADO
TALLERES	T	PÚBLICO Y PRIVADO
APLICACIÓN ENCUESTAS	AE	PRIVADOS
SERVICIO DE CAFÉ	SC	
VISITAS TERRENO (VEHÍCULO)	VT	PÚBLICO Y PRIVADO
DIFUSIÓN REDES SOCIALES (MASIVO)	DRS	
DIFUSIÓN CORREO ELECTRÓNICO Y TELÉFONO (INDIVIDUAL)	DCET	PÚBLICO Y PRIVADO
TRABAJO GABINETE	G	

6.3 Actividades

ETAPA	ACTIVIDADES	MESES DE EJECUCIÓN	SEMANAS	RECURSOS / ACTIVIDADES
I Identificación de actores claves	Identificación de actores claves	MES 1	1	R + G
	Identificación de actores relevantes		1	R
	Establecer los grupos de trabajo		2 Y 3	R
	Difusión de acercamiento a los actores claves		3 Y 4	R + G SEMANA 5 REVISIÓN
II Análisis Estratégico	Taller con actores relevantes	MES 2,5	6	T+SC+DCET+DRS
	Antecedentes generales		6	G
	Medición de la oferta turística		7	R+G
	Medición de la demanda turística		6 Y 7	G+AE
	Medición de la Inversión turística		7 Y 8	R+G
	Análisis del potencial de recursos turísticos del destino		7 Y 8	R+G
	Identificación de tendencias del desarrollo turístico		8 Y 9	R+G+T
	Diseño de escenarios		9	R+G
	Identificar los temas prioritarios que serán incorporados al plan		9	R+G
	Efectuar evaluaciones técnicas de los temas problemas prioritarios		10	R+G
	Definición de la Imagen Objetivo – Misión y Visión		10	R+T+SC
	Taller con actores relevantes		10	T+SC+DCET+DRS
	Preparación de un informe de consenso		11	R+G SEMANA 12 REVISIÓN
III Planificación Estratégica	Identificación de los problemas prioritarios que afectan el desarrollo turístico	MES 5	13	R+G
	Formulación de una estrategia de desarrollo		13	T+R+G+SDC
	Preparación de programas, proyectos y otras iniciativas de inversión		14	R+G
	Diseño de estrategias bajo el enfoque de clúster turístico		14	R+G
	Diseño de estrategias en destinos turísticos en declive		15	R+G

	Desarrollo de productos turísticos		15 Y 16	R+G
	Plan de Marketing		16	G
	Taller con actores relevantes		17	R+G+T+SDC+DRS
	Creación de un sistema de información geográfico (Georreferenciación)		17	G+T
	Identificación de fuentes de financiamiento		15 Y 16	G+R
	Preparación de un informe de consenso		18	G+R SEMANA 19 REVISIÓN
IV Implementación y seguimiento	Creación de un sistema de seguimiento y plan	MES 6	20	G
	Definición de responsables y plazos para cada línea de acción		20	G+R
V Evaluación y retroalimentación	Definir indicadores para medir la efectividad del plan		21	G+R
	Definir metodología para la retroalimentación del plan		22	G+R
	Diseñar plan de contingencia en el caso de reformulación del plan		22	G
	Entrega de Pladetur		23	G+R
	Taller final		23	G+T+SDC+DRS+DCET SEMANAS 24 Y 25 REVISIÓN