



INFORME III
ACTUALIZACIÓN
PLADETUR CONCÓN

Contenido

PRESENTACIÓN	4
1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROBLEMAS PRIORITARIOS QUE AFECTAN EL DESARROLLO TURÍSTICO	5
1.1.1 Árbol de Causas y Efectos	5
1.1.2 Árbol de Medios y Fines	7
2.2 Misión, Visión e Imagen Objetivo.....	10
2.2.1 Misión	10
2.2.2 Visión	10
2.2.3 Imagen Objetivo	11
3. FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO	13
4. DISEÑO DE ESTRATEGIAS BAJO EL ENFOQUE DE CLÚSTER TURÍSTICO	61
4.1 Estrategias de Clúster Turístico Concón	61
5. DISEÑO DE ESTRATEGIAS EN DESTINOS TURÍSTICOS EN DECLIVE	68
5.1.1 Etapa 1: Exploración	68
5.1.2 Etapa 2: Implicación.....	68
5.1.3 Etapa 3: Desarrollo	69
5.1.4 Etapa 4: Consolidación.....	69
5.1.5 Etapa 5: Estancamiento	69
5.1.6 Etapa 6: Declive o Rejuvenecimiento	69
5.2 Destino Turístico en Declive Concón	70
5.3 Propuesta de Rejuvenecimiento Turístico en Concón: Posicionamiento de destino turístico Concón: Modelo de Gestión Territorial.....	71
5.4 Estrategias de Rejuvenecimiento Turístico.....	73
6. DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	77
6.2 Circuitos y Rutas Turísticas	78
6.3 Propuesta Actividades Anual	78
6.5 Vinculación con el Turismo Rural	92
7. PLAN DE MARKETING	93
7.1 Objetivos.....	93
7.1.1 Objetivo general.....	93
7.1.2 Objetivos específicos	93
7.2 Análisis de la situación.....	93
7.3 Mercado.....	94
7.3.1 Segmentación.....	95
7.3.2 Demanda Turística.....	95
7.4.1 Fortalezas.....	97
7.4.2 Oportunidades	97
7.4.3 Debilidades	97
7.4.4 Amenazas.....	97

7.5.1 Producto	98
7.5.3 Plaza (Distribución).....	99
7.5.4 Promoción (Estrategia de Difusión).....	100
8. CREACIÓN DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO (GEORREFERENCIACIÓN)	112
8.4 Software SIG.....	113
9. PLAN FINANCIERO.....	116
9.1 Presupuesto de Cartera de Iniciativas.....	116
9.2 Presupuesto Anual por Línea Estratégica	117
9.3 Presupuesto por Línea Estratégica	119
9.4 Líneas de Financiamiento	121
9.5 Identificación de Fuentes de Financiamiento Privado	133
9.6 Tipos de actividades de turismo, desarrolladas en Concón.....	136
9.7 Matriz de Priorización de Programas de Fomento.....	140

Los destinos turísticos se enfrentan constantemente a nuevos desafíos: cambios tecnológicos, políticos, económicos, disminución drástica de las distancias, de los tiempos de reacción, riesgos de deterioro en áreas urbanas, creciente número de competidores, mayor disponibilidad de información por parte de los compradores, dependencia cada vez mayor de recursos propios. **“necesidad de pensar globalmente, pero actuar localmente”** (Kotler et al 1994), entre otros.

Al optar por el turismo como sector que aportará desarrollo económico de la comuna es relevante plantear los objetivos que guían el desarrollo turístico de nuestra comuna, el modelo de desarrollo que se adoptará y esclarecer el rol de los gestores públicos, empresarios y residentes.

La planificación puede ser entendida como la acción mediante la cual se ordenan mental y secuencialmente diversas tareas para el logro de unos objetivos previamente propuestos, tratando de minimizar errores y maximizar la eficiencia de los recursos (tiempos, costos, inversiones, etc.) De esta manera la planificación adquiere el carácter de proceso.

El municipio es el representante del gobierno local, teniendo la mayor proximidad con la ciudadanía, por lo tanto es de suma importancia, la activa participación de esta institución en el desarrollo turístico local.

Un PLADETUR se define como “un instrumento de planificación local en el ámbito turístico que complementa al plan de desarrollo comunal, se trata de un plan específico en el área de desarrollo turístico y cuya finalidad es establecer objetivos y metas claras; priorizadas para el desarrollo de la actividad y la constitución de un destino turístico; también ayuda a maximizar los efectos positivos propios de la actividad, así como la minimización de los efectos negativos con el propósito de **planificar un desarrollo sustentable de la actividad turística**”.

A continuación se desarrollan las etapas del proceso de planificación estratégica: a partir de las problemáticas se trazan los objetivos y se realiza el levantamiento de información del diagnóstico, participación de los actores locales en el diseño de estrategias que se llevó a cabo a través de un taller participativo realizado en Concón para luego dar paso a la ejecución de estrategias y finalmente el proceso de control y evaluación.

1.1.1 Árbol de Causas y Efectos

Identificar y analizar los problemas de un entorno es el primer paso para abordar la planificación turística de un lugar, este ejercicio arroja los problemas detectados en el diagnóstico y permitirá con mayor claridad obtener los objetivos estratégicos que se transformaran en soluciones a través de proyectos de real alcance.

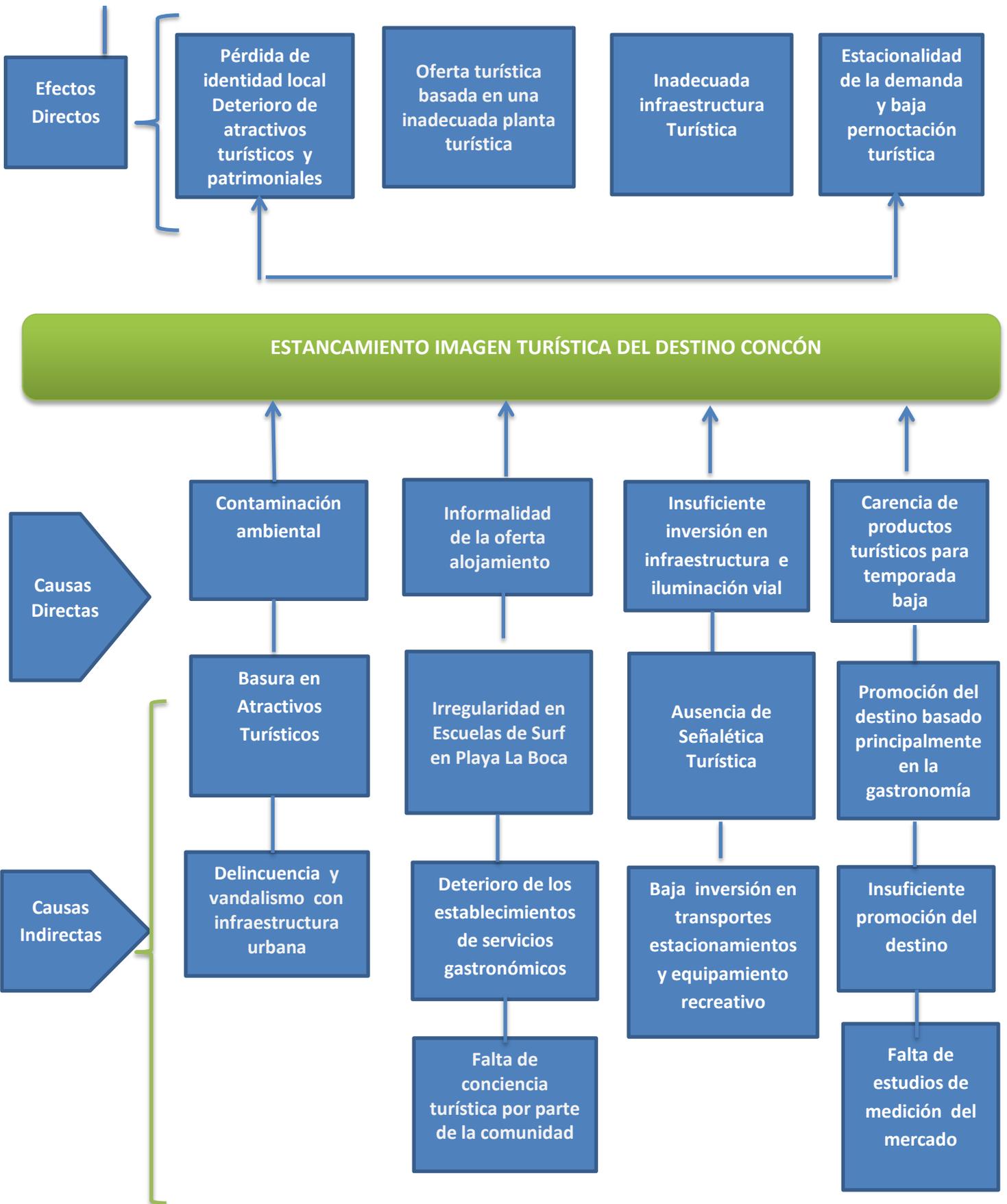
Para ello se analizaron e identificaron los que se consideraron principales problemas de la situación turística en Concón a través del dialogo con actores locales involucrados en turismo y con el levantamiento de información primaria del diagnóstico comunal. Luego se establece a juicio de los actores el problema principal, que fue rescatado de los talleres participativos realizados en la comuna durante el proceso de elaboración del diagnóstico.

Luego de este proceso se definen, según la metodología (árbol de causas y efectos), los **efectos** más importantes del problema en cuestión para posteriormente verificar su importancia. En otras palabras tener una idea del orden de gravedad de las consecuencias que tiene no resolver el problema que se ha detectado y que se hace necesaria la búsqueda de soluciones.

Seguido a esto, se establecen las **causas** del problema central detectado de ordena en forma de árbol para finalmente revisar su validez e integralidad del árbol dibujado.

Es importante no confundir el problema con la ausencia de una solución. En el cuadro siguiente se puede apreciar una matriz de relaciones entre problemas, causas y efectos para el turismo en Concón.

Árbol de Causas y Efectos



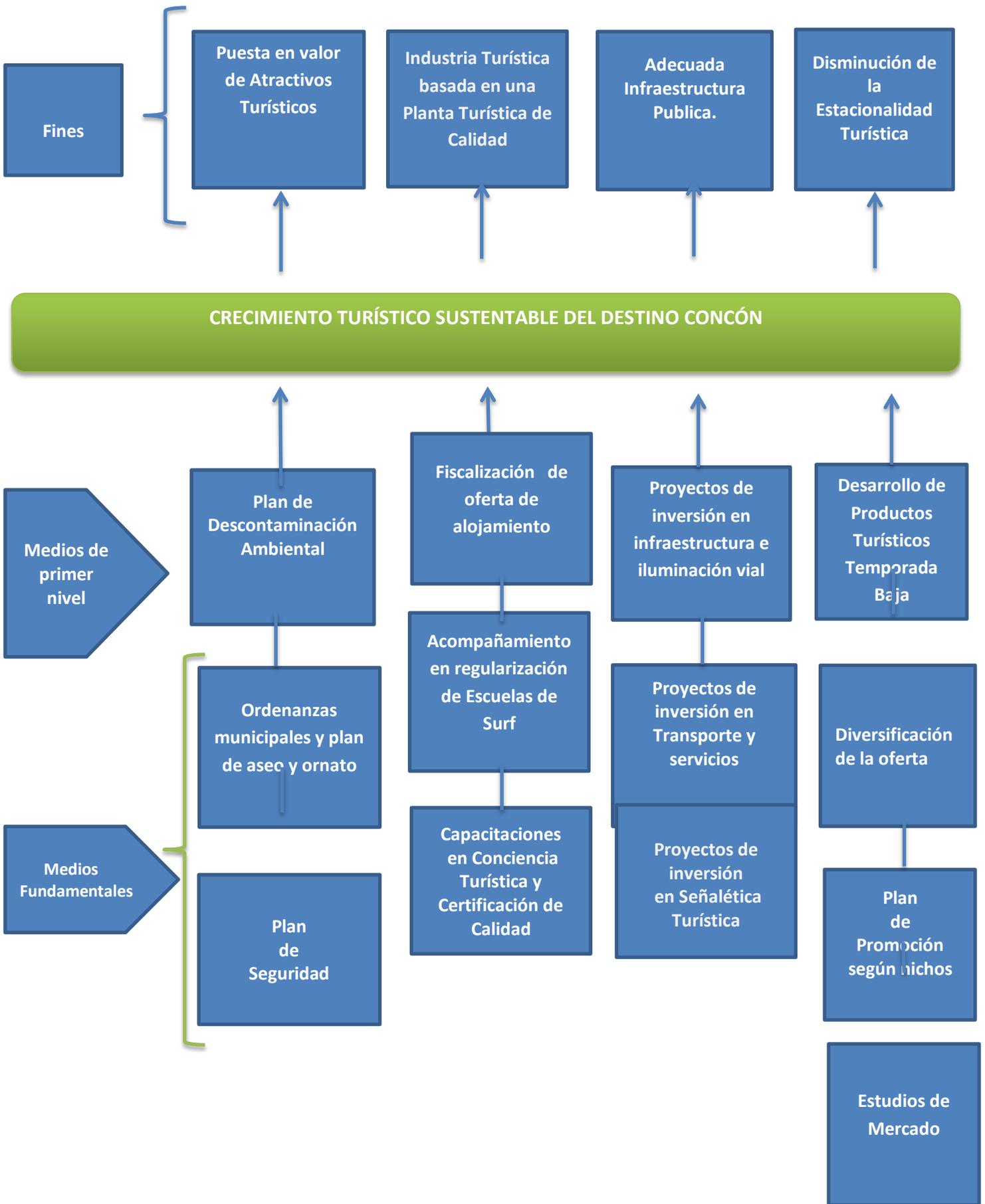
1.1.2 Árbol de Medios y Fines

A partir de los problemas detectados se construyen los objetivos, entendiéndose como situaciones deseadas para el desarrollo turístico comunal que en la práctica reflejan las aspiraciones de los actores turísticos sin perder nunca de vista la factibilidad real que el diagnóstico ha permitido prever en función de las capacidades de recursos humanos, institucionales, técnicas, financieras, ambientales, políticas presentes en el territorio del destino turístico Concón.

Por lo tanto la construcción de este segundo árbol corresponde al reflejo positivo del árbol de problemas mientras que la relación “causa y efecto “ del primer árbol se transforma en “medios y fines”.

Para elaborarlo se han cambiado todas las condiciones negativas a condiciones positivas que son deseables y viables de alcanzar. Al realizar esto, todos los problemas que eran causas en el árbol de “causas y efectos” se transforman en medios en el árbol de “medios y fines” o también llamado árbol de objetivos; y los que eran efectos se transforman en fines. Una vez construido el árbol se han examinado todas las relaciones de medios y fines que se han establecido para garantizar la validez e integridad del esquema de análisis, no determinándose inconsistencias.

Árbol de Medios y Fines



▪ Análisis de los Resultados

La elaboración del reciente ejercicio, árbol de causas y efectos y árbol de medios y fines, o también llamado árbol de objetivos, ha pasado a validar y ordenar la información recopilada de los otros procesos anteriores ejecutados como encuestas a diferentes actores del turismo, talleres participativos, focus group, observaciones en terreno y FODA participativo. Con esta validación y ordenamiento de problemáticas y posterior transformación a objetivos se abre paso a la elaboración de estrategias de desarrollo que incluirá los términos resultantes de este ejercicio como: Puesta en valor del medio cultural y medioambiental, infraestructura turística, promoción, participación de los actores relacionados al turismo, desarrollo de capital humano y desarrollo de productos.

De esta información se desprenden una serie de indicadores que posicionan a la comuna de Concón como un destino, que si bien cuenta con un reconocimiento por parte de los turistas y que tiene una demanda importante de servicios turísticos durante una cierta época en el año, no es suficiente para poder catalogar a Concón como un destino turístico satisfactorio y sustentable.

Cobra una real importancia el concepto de sustentabilidad en la comuna de Concón, dado sus tres ejes, esto porque si se observan las principales problemáticas de la comuna, como: Señalética, Transporte, Estacionalidad, Perfil del turista, Basura, Logística, Infraestructura, Valoración patrimonial, Otros

Podemos concluir en dichas brechas se encuentran las tres áreas: Medioambiental, Social, Económica.

En el caso del medioambiente la problemática está a la vista, basta con observar la sensibilidad de las nuevas generaciones de turistas y residentes quienes poseen un marcado sello del cuidado del medioambiente, por lo que todos los recursos naturales de la comuna, que puedan ser vulnerables, ante grandes empresas o sencillamente prácticas sin la consideración medioambiental, se arriesgan a generar movimientos sociales de magnitudes no menores. Se debe considerar que el tema medioambiental ya es parte de las políticas estratégicas del país.

El área social representa en el caso del turismo en Concón a la parte menos visible, pero no menos importante y tiene relación con la cultura propia de la gente de Concón, por lo tanto el problema se provoca cuando existe una controversia en lo que quieren hacer los turistas en la comuna de Concón v/s los residentes. En el caso de Concón se genera un brecha con un perfil de turista determinado y es aquel que los mismos residentes identifican como personas jóvenes que visitan la comuna con muy poco dinero y desarrollan malas prácticas como: consumo excesivo de alcohol, dejar basuras o residuos en las playas, arrendar alojamientos informales para hacer fiestas con ruidos molestos hasta altas horas de la madrugada entre otros.

El área económica es la de mayor sensibilidad al desarrollo turísticos de Concón, ya que gran parte de las problemáticas identificadas repercuten en el tema económico, principalmente de la oferta, esto porque Concón al presentar una estacionalidad muy marcada, genera para la oferta los mayores ingresos en época estival, tan marcada es la estacionalidad que en época no estival, algunos oferentes cierran sus negocios.

El tema económico pasa a ser de una relevancia mayor porque va de la mano con el crecimiento de la industria turística de Concón, ya que si existiera un mejor desarrollo turístico, se podrían generar mayores empleos, mayor estabilidad, con demanda todo el año, se crearían otro tipo de negocios que vendrían a complementar la oferta turística de Concón y en definitiva Concón podría difundirse como un destino turístico de todo el año.

2. Proceso de Planificación

La Planificación Turística en el ámbito comunal, deviene en un proceso de carácter indicativo, orientador del desarrollo turístico de dicho territorio jurídico administrativo. En cuanto proceso, éste involucra una serie de etapas de tal planificación, dentro de las cuales se distingue la fase de Diagnóstico Turístico, en el marco del cual se determina la Situación Actual y se proyecta lo que sería la Situación Esperada (Futura), que se produciría de no mediar ninguna intervención sobre la realidad, dejando que la actividad turística en el citado territorio comunal, siga con su devenir natural o espontáneo.

Frente a la Situación Esperada, se ha de contraponer la Situación Deseada, la cual se construye a partir de la Imagen Objetivo, Visión y Misión que se tengan, en cuanto "estado ideal" al que se espera llegar, mediante intervenciones direccionadas, que emanan precisamente del instrumento denominada PLADETUR que, en cuanto Plan de Desarrollo Turístico, determina Objetivos, Estrategias, Programas (ámbitos de intervención) y una cartera de Ideas de Proyectos.

2.1 Justificación del PLADETUR

El Plan Comunal de Desarrollo Turístico, tiene su sustento en la problemática turística local, identificada y descrita narrativamente a partir de las Conclusiones del Diagnóstico, lo que permitirá identificar un Problema Central y una Serie de Problemas Secundarios, factibles de abordar por este instrumento, tanto en sus fases de Diseño como de posterior ejecución. Tal determinación de problemas (Central y Secundarios), se realiza teniendo a la vista la Imagen Objetivo, la cual –a su vez- se determina conforme a la Misión y Visión, establecidas participativamente en la fase de Diagnóstico. A saber:

2.2 Misión, Visión e Imagen Objetivo

2.2.1 Misión

“Somos una comuna turística orientada al turismo familiar y de descanso, contando con un clima y naturaleza privilegiados donde se puede disfrutar del sol y la playa, además de actividades culturales, deportivas y recreativas durante todo el año, y por sobre todo, con una gastronomía única que posiciona a Concón como Capital Gastronómica de Chile, y para eso contamos con productos y servicios que permiten disfrutar de una experiencia inolvidable”.

La citada Misión se logrará mediante la materialización de un modelo de gestión asociativo, creando vínculos, entre los distintos actores, tanto públicos como privados, generando así una propuesta moderna e innovadora de trabajo integrado. Los valores que inspiran el proyecto son identidad, sustentabilidad, asociatividad, innovación, emprendimiento y diversidad.

2.2.2 Visión

"Queremos posicionar a Concón, en un horizonte de 10 años, como uno de los destinos turísticos sustentables de la región, con un fuerte sentido identitario, asociado a su historia y patrimonio, donde se invita a los turistas a descansar y disfrutar de su gastronomía y bellezas naturales de manera armónica con su entorno".

Para avanzar en el logro de dicha Visión, se establece la generación de condiciones que permitan propiciar la asociatividad de agentes, instituciones públicas y privados para poner en valor el turismo local, sustentable y accesible, así como el fomento a emprendimientos turísticos locales. Todo ello, con un férreo compromiso con la satisfacción y seguridad de los visitantes y brindando una amplia variedad de productos y servicios turísticos, bajo excelentes estándares de calidad, con un equipamiento e infraestructura amigables para el turista, contribuyendo con el desarrollo local de la comunidad y dinamismo del sector económico de la comuna.

2.2.3 Imagen Objetivo

"Proyectar a Concón como un destino para el turismo familiar y de descanso, con un sello gastronómico que asegure una experiencia única y diferenciadora frente a la competencia, profundizando el posicionamiento de la comuna como la Capital Gastronómica de Chile e incorporando como parte de su oferta el clima y naturaleza privilegiados, que permite disfrutar del sol y la playa, así como de actividades culturales, deportivas y recreativas durante todo el año"

Para avanzar en el logro de la Imagen Objetivo recién enunciada, es que la presente propuesta de PLADETUR, identifica el siguiente **Problema Central** que fundamenta la actualización de este instrumento:

"Falta de profesionalización de la industria a nivel local, lo que afecta la capacidad de trabajar asociativamente e incide en el logro insuficiente de los resultados esperados, en los ámbitos económico, ambiental, cultural y otros, de la comuna de Concón"

Del mismo modo y dado el levantamiento de Diagnóstico realizado, se identifica a lo menos los siguientes Problemas Secundarios relevantes, a abordar por este PLADETUR. A saber:

- Existencia de Contaminación ambiental en la comuna y su entorno, que afecta en la actualidad la imagen destino de la comuna.
- Planta turística enfocada esencialmente al servicio de alimentación, con un déficit en materia de alojamiento formal y una escasa oferta de esparcimiento, lo que afecta negativamente la posibilidad de propiciar una estancia más prolongada en el destino.
- La oferta turística local no ha internalizado suficientemente el sello identitario gastronómico definido para la comuna, entendido como un atributo diferenciador respecto de su competencia.
- Existen problemas de accesibilidad, representados en el sistema vial actual y en la señalética turística y caminera.
- El Turismo Gastronómico constituye hoy una tendencia de la demanda, conformando un segmento de mercado especializado, el cual no ha sido suficientemente abordado por la comuna, respondiendo de mejor forma a los requerimientos de este tipo de turistas.
- Si bien existe asociatividad empresarial en la comuna, así como actores públicos relevantes con incidencia e interés en el desarrollo turístico local, faltan instancias de trabajo conjunto a nivel privado-privado, público-privado y público-público.
- Se advierten índices de delincuencia, que afectan la seguridad del destino principalmente en el sector La Boca.
- La riqueza cultural e histórica de Concón, en la actualidad no está siendo considerada como parte de su oferta turística y, por extensión, no forma parte de su imagen destino.
- El actual Departamento de Turismo de la I. Municipalidad de Concón, carece de presupuesto, atribuciones y profesionales suficientes, que le permitan profundizar la gestión turística local.
- Los empresarios turísticos no cuentan con una capacitación y/o formación suficiente, que les permita abordar de mejor forma temas tales como control de gestión, certificaciones de calidad y sustentabilidad, fomento productivo y Marketing.
- No existe una demanda objetiva claramente determinada, con segmentos o nichos de mercado sobre los cuales actuar intencionadamente en materia de promoción y comercialización turística local.

2.3 Determinación de Objetivos del PLADETUR

Con base a la determinación y validación del Problema Central y los Problemas Secundarios a abordar por el presente proceso de actualización del PLADETUR de la comuna de Concón, corresponde la fijación del Objetivo General y los Objetivos Específicos de este instrumento de planificación turística comuna. Ello, según se presenta a continuación:

2.3.1 Objetivo General

Propiciar una mayor profesionalización de la Industria nivel comunal orientado al logro de un mayor trabajo asociativo y a la obtención de mejores resultados sectoriales, en los ámbitos económico, ambiental, cultural y otros, de la comuna de Concón.

2.3.2 Objetivos Específicos

- A. Mejorar e incorporar en la actual Imagen Destino de la comuna, atributos medioambientales.
- B. Propiciar un mejoramiento y diversificación de la actual Planta Turística motivando un crecimiento en el flujo de turistas, más allá de lo que es en la actualidad la visita de excursionistas (sin pernoctación).
- C. Adicionar como atributo de la oferta turística local el sello identitario gastronómico, entendido éste como un elemento diferenciador frente a su competencia.
- D. Mejorar las condiciones de accesibilidad y señalética turística/caminera de la comuna.
- E. Aprovechar vía el turismo gastronómico especializado y con identidad local, las nuevas tendencias de la demanda turística nacional e internacional.
- F. Establecer mesas de trabajo permanente, que potencien un mejor trabajo entre privados, entre estos y las entidades públicas y dentro de la propia institucionalidad gubernamental.
- G. Propiciar una disminución de los actuales índices de delincuencia e incorporar dicho mejoramiento cualitativo en la Imagen Destino de la comuna.
- H. Incorporar a la oferta turística de la comuna, su riqueza cultural e histórica.
- I. Generar las condiciones administrativas, técnicas y presupuestarias, para potenciar la gestión del Departamento de Turismo de la I. Municipalidad de Concón.
- J. Elaborar un Plan de Capacitación dirigido a los empresarios turísticos de la comuna, para su mejoramiento en materias tales como control de gestión, certificaciones de calidad y sustentabilidad, fomento productivo y otras.
- K. Realizar un Estudio de Demanda en detalle, de actualización bianual, que permita determinar y caracterizar demanda objetiva de Concón y, con base a ello, generar un Plan de Marketing claramente definido y de pronta aplicación.

3. FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

En términos simples se puede definir que en esta etapa del plan, corresponderá definir las acciones que deben implementarse para alcanzar los objetivos propuestos. Las medidas que se tomen deben incidir en los factores que causan los problemas y que impiden el nacimiento de nuevas actividades.

“La estrategia se concibe como un conjunto de decisiones importantes frente a alternativas posibles para organizar las fuerzas que intervendrán para conseguir los objetivos de desarrollo.”¹

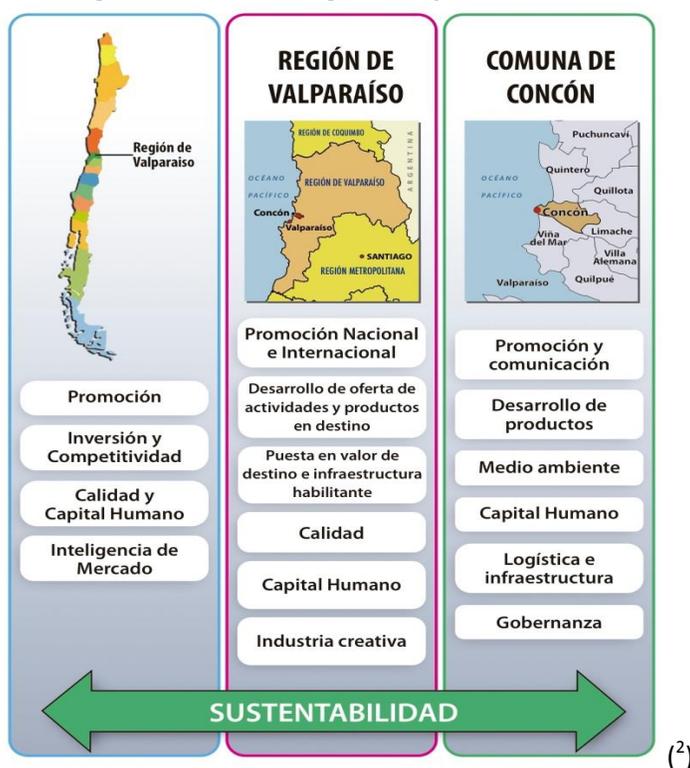
En función de la estrategia se definió la creación de ejes estratégicos que han sido consensuados con la comunidad y los actores claves del turismo en Concón. Cada eje da origen a un orden temático dentro de una cartera de proyectos, que por supuesto involucra todos los problemas a resolver que surgió producto del trabajo participativo en la comuna de Concón.

Este trabajo fue presentado en un taller participativo con actores clave del turismo, un gran número de asistentes provenientes de la oferta turística hotelera y gastronómica, el municipio y la consultoría experta en desarrollo turístico.

3.1 Propuesta de Aplicación de Lineamientos Estratégicos

Como se observa en la infografía expuesta a continuación, el actual PLADETUR de la comuna de Concón, define una Determinación de Estrategias, lineamientos locales, nacen de las necesidades detectadas en los diferentes procesos de rescate de información primaria y secundaria que se desarrollaron en la comuna de Concón, .que -en una secuencia lógica y previa al presente proceso de actualización-, emana directamente de las Estrategias Nacional y Regional de Turismo.

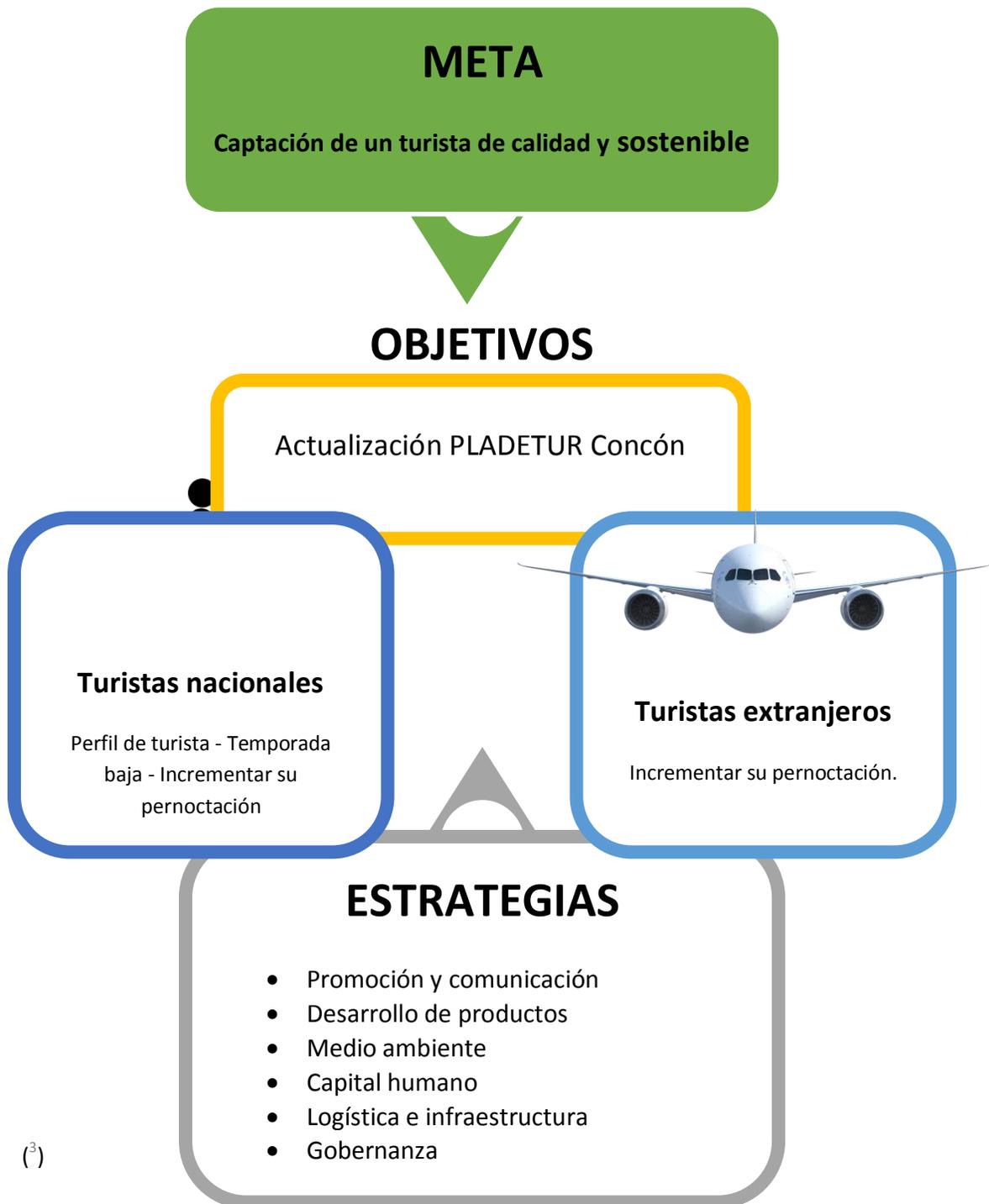
Infografía:
Relación entre Estrategias Nacionales, Regionales y Comunales de Desarrollo Turístico



¹ Fuente: Mideplan, 1994:24.

² Fuente: CEG 2018, con base a documentación sectorial disponible

Con este marco referencial, más el diagnóstico comunal turístico y el escenario existente, se puede confeccionar lineamientos estratégicos con una cartera de proyectos, que busquen subsanar las brechas detectadas y otros que sirvan para potenciar los atributos positivos existentes, siempre desde una mirada realista y práctica, considerando el mercado actual interno y externo.



³ Elaboración: CEG

3.2 Propuesta de Plan de Acción por Lineamiento Estratégico

En el marco de la clasificación de Objetivos de Desarrollo Turístico Comunal, frente a sus respectivos Lineamientos estratégicos, expuesta en el punto precedente, corresponde ahora presentar el Plan de Acción por Estrategia, entendido como una propuesta de operativización de cada una de ellas. Esto, sobre la base de la determinación de una serie de Ejes de Acción e Iniciativas que, posteriormente, dará lugar a los Programas (ámbitos temáticos de intervención) y su respectiva Cartera de Ideas de Proyectos. Todo ello, según se presenta en las seis (6) Matrices de trabajo siguientes:

Promoción y comunicación	<ul style="list-style-type: none">• Estudio focalizado de la demanda turística.• Actualización plan de marketing.• Plan de medios.
Desarrollo de productos	<ul style="list-style-type: none">• Formalización, mejoramiento y diversificación de la planta turística comunal.• Puesta en valor del patrimonio histórico y cultural de Concón.• Diseño, desarrollo y/o perfeccionamiento de productos turísticos sustentables.• Posicionamiento del sello identitario gastronómico en toda la oferta turística y complementaria comunal.
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Plan de mejoramiento, mitigación y monitoreo ambiental local y de territorios aledaños.• Proceso de declaración de Concón como comuna sustentable.• Fomento y difusión de prácticas empresariales sustentables y proceso de certificación.
Capital Humano	<ul style="list-style-type: none">• Proceso de certificación de calidad para prestadores de servicios turísticos.• Plan de capacitación de para prestadores de servicios turísticos, trabajadores y otros actores locales relevantes.
Logística e infraestructura	<ul style="list-style-type: none">• Mejoramiento de condiciones de acceso vial, señalética turística y caminera y disponibilidad de estacionamientos.• Estudio de flujos vehiculares.• Plan de seguridad ciudadana y prevención del delito con orientación al cuidado del visitante.• Programa continuo de relacionamiento y capacitación de acomodadores de automóviles.
Gobernanza	<ul style="list-style-type: none">• Restructuración y funcionamiento de oficina municipal de turismo.• Fortalecimiento de mesas de trabajo interinstitucionales.

3.3 Relacionamiento de Objetivos de Desarrollo Turístico Comunal con Lineamientos Estratégicos Vigente

En dicho contexto, corresponde ahora establecer una relación entre los Objetivos de Desarrollo Turístico levantados en el marco del presente Estudio y aquellos Lineamientos Estratégicos previamente establecidos por el PLADETUR en actualización. Esto, considerando la adición de un sexto lineamiento, correspondiente a la Puesta en Valor del Destino e Infraestructura Habilitante a través de un modelo de gobernanza para la gestión del destino.

De esta manera, se obtiene lo siguiente:

Lineamientos Estratégicos	Objetivos de Desarrollo Turístico Comunal
Gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generar las condiciones administrativas, técnicas y presupuestarias, para potenciar la gestión de la actual oficina de Turismo y la futura creación de la Dirección de Turismo de la I. Municipalidad de Concón ▪ Fortalecer las mesas de trabajo permanente, que potencien un mejor trabajo entre privados, entre estos y las entidades públicas y dentro de la propia institucionalidad gubernamental.
Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar e incorporar en la actual Imagen Destino de la comuna, atributos medioambientales.
Desarrollo de Productos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Propiciar un mejoramiento y diversificación de la actual Planta Turística motivando un crecimiento en el flujo de turistas, más allá de lo que es en la actualidad la visita de excursionistas (sin pernoctación) ▪ Adicionar como atributo de la oferta turística local el sello identitario gastronómico, entendido éste como un elemento diferenciador frente a su competencia. ▪ Incorporar a la oferta turística de la comuna, su riqueza cultural e histórica.
Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar un Plan de Capacitación dirigido a los empresarios turísticos de la comuna, sus trabajadores y otros actores locales, para su mejoramiento en materias tales como control de gestión, certificaciones de calidad y sustentabilidad, fomento productivo, labores operativas por tipo de servicio turístico y otras.
Logística e Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar las condiciones de accesibilidad y señalética turística/caminera de la comuna. ▪ Propiciar una disminución de los actuales índices de delincuencia e incorporar dicho mejoramiento cualitativo en la Imagen Destino de la comuna.
Promoción y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovechar vía el turismo gastronómico especializado y con identidad local, las nuevas tendencias de la demanda turística nacional e internacional. ▪ Realizar un Estudio de Demanda en detalle, de actualización bianual, que permita determinar y caracterizar la demanda objetiva de Concón y, con base a ello, generar un Plan de Medios y la actualización del Plan de Marketing Turístico de Concón, que esté vigente a esa fecha.

3.4 Preparación de Programas, Proyectos y otras Iniciativas de Inversión

En el marco de este punto y como parte de esta Consultoría, se presenta a continuación un total de 22 Fichas de Iniciativas (Proyectos a nivel de Idea/Perfil), a través de las cuales se busca individualizar, describir y operativizar preliminarmente su futura ejecución.

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	GOBERNANZA				
NOMBRE INICIATIVA	RESTRUCTURACIÓN, AMPLIACIÓN Y FUNCIONAMIENTO OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO	PRIORIDAD	ALTA	N°	1
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Se constata, desde la perspectiva tanto del sector privado del territorio, como del propio municipio, la existencia de una serie de obstáculos de carácter jurídico administrativos, presupuestarios y otros, que actualmente están impidiendo un mayor avance en materia de planificación y gestión turística comunal, direccionado desde la I. Municipalidad de Concón</p> <p>Ello implica la existencia de un limitado rol de la actual Oficina de Turismo, con atribuciones, profesionales y posicionamiento interno insuficientes como para abocarse a dichos desafíos, más aún si se considera la inminente entrada en vigencia del presente PLADETUR y sus requerimientos de implementación.</p> <p>Existe la necesidad constante de tener información actualizada e histórica del turismo de la comuna, para poder tomar decisiones.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Fortalecer la gestión turística municipal de manera integral, mediante la implementación de una instancia de mayor nivel dentro de la estructura organizacional edilicia 2) Dotar al municipio de nuevas capacidades profesionales, presupuestarias y en materia de atribuciones, para profundización de la planificación, gestión y direccionamiento del desarrollo turístico local 3) Creación de la instancia de un observatorio turístico. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>La iniciativa contempla dos acciones principales. La primera de ellas, corresponde a la generación de una propuesta de modificación de la estructura organizacional del municipio, incorporando una nueva Dirección de Turismo (o modalidad que se determine), dotada del presupuesto, atribuciones y profesionales que sean requeridos, para toma de decisión del Concejo Municipal.</p> <p>En segunda instancia y, con base a dicha reestructuración aprobada por el Concejo Municipal y su correspondiente implementación, se debe dar inicio al funcionamiento de dicha Dirección de Turismo y acometer los nuevos desafíos en materia de planificación y gestión turística local, liderando –entre otros- nuevos procesos de articulación y coordinación con el sector privado y resto del sector público sectorial regional e; implementando la ejecución del Plan Comuna de Desarrollo Turístico Comunal de Concón. La tercera instancia debe comprender el desarrollo de funciones de recopilación de datos y análisis de estos. Para esto es necesario determinar encuestas para aplicar, tanto a los turistas que visitan la comuna de Concón, durante todo el año y encuestas a la oferta turística durante todo el año.</p>					

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados				
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4								
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2	3	4
Diseño y propuesta de restructuración actual Oficina de Turismo																	Municipalidad (Rol Ejecutor)	Concejo Municipal Oficina Municipal de Turismo Dirección de Administración y Finanzas
Implementación presupuestaria, física, profesional y operativa de la nueva Dirección de Turismo (o denominación que corresponda)																		
Puesta en marcha y funcionamiento																		
Seguimiento y retroalimentación de iniciativas																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución		Instrumento				
M\$ 122.000.- (Diseño, Implementación y cuatro años de operación, incluyendo recurso humano)												I. Municipalidad de Concón		Presupuesto Municipal				
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
1. Indicadores de Proceso								2. Indicadores de Resultado										
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución programación física y presupuestaria de la Iniciativa 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Número de acciones efectivamente lideradas por el municipio, respecto del total programado (evaluaciones anuales y final) Grado de satisfacción de las contrapartes locales y regionales relevantes, respecto del trabajo de esta nueva Dirección Municipal de Turismo. Porcentaje de cumplimiento/desviación de la planificación presupuestaria 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	GOBERNANZA				
NOMBRE INICIATIVA	FORTALECIMIENTO DE MESAS DE TRABAJO INTERINSTITUCIONALES	PRIORIDAD	ALTA	N°	2
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Si bien existe asociatividad empresarial en la comuna, así como actores públicos sectoriales con presencia directa e indirecta en el territorio, se advierte la carencia de instancias de trabajo conjunto, formal y permanente, en materia de turismo, a nivel privado-privado, público-privado y público privado.</p> <p>Ello se hace particularmente relevante, frente al desafío de implementación de la presente actualización del PLADETUR de la comuna de Concón, lo que requiere de una urgente mayor y mejor articulación/coordinación de actores.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<p>Fortalecer formalmente las dos mesas de trabajo interinstitucional a nivel público-privado Mesa Público-Privada de Turismo de Concón y público-público “Comité Técnico de Turismo” de la Municipalidad de Concón en el marco del programa Transforma Turismo, bajo el liderazgo de la Oficina de Turismo de la I. Municipalidad de Concón.</p> <p>Y por otro lado, apoyar la articulación y trabajo del sector privado, en el marco de la creación y funcionamiento de una mesa de trabajo sectorial, representativa de los gremios organizados y de los empresarios y emprendedores no asociados, presentes en el territorio de la comuna de Concón.</p>					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>Con base a los Objetivos ya enunciados, la iniciativa contempla la conformación formal y/o profundización y apoyo al funcionamiento permanente de tres mesas de trabajo interinstitucional, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Mesa 1</u>: Representantes sectoriales del sector privado y público del territorio comunal y/o con incidencia en el desarrollo turístico comunal - <u>Mesa 2</u>: Representantes sectoriales del sector público comunal y regional, con incidencia en el desarrollo turístico del territorio local. - <u>Mesa 3</u>: Representantes sectoriales (organizados y no organizados) del sector privado comunal, con incidencia o intereses directos en el desarrollo turístico comunal 					

2. ACTIVIDADES															
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados	
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Fortalecimiento, Conformación o profundización organizacional, según corresponda) de las tres mesas de trabajo														Jefe Oficina Municipal de Turismo	Empresarios turísticos de Concón (individuales y/u organizados) SERNATUR Regional CORFO Regional SERCOTEC Carabineros de Chile Otros
Puesta en marcha y operación de las tres mesas de trabajo															
Seguimiento y retroalimentación de iniciativas															
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO															
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico			
												Institución	Instrumento		
M\$ 4.000.- (en cuatro años de operación)												I. Municipalidad de Concón Gremios/ Empresarios de Concón	Presupuesto Municipal Aportes institucionales/ individuales		
VI. MONITOREO Y EVALUACION															
1) Indicadores de Proceso							2) Indicadores de Resultado								
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:							En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:								
<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las reuniones y actividades programadas anualmente por cada Mesa de Trabajo. 							<ul style="list-style-type: none"> Grado de satisfacción de los prestadores de servicio locales y entidades públicas participantes, respecto del cumplimiento de sus expectativas frente al quehacer interinstitucional de sus respectivas Mesas de Trabajo. Número de instituciones y representantes sector privado con participación anual efectiva y regular en sus respectivas Mesas de Trabajo. 								

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS

**ESTRATEGIA A LA QUE
TRIBUTA LA INICIATIVA**

GOBERNANZA

NOMBRE INICIATIVA

PROGRAMA INTELIGENCIA DE MERCADO

N°

3

I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR

Carencia de **sistemas eficientes de recolección** de información que incorporen metodologías adecuadas y tecnología para obtener información de calidad que permitan la asignación eficiente de recursos.

Falta de **datos estadísticos diferenciados por tipo de turismo y estacionalidad**, con información integral que permitan la adecuada toma de decisiones e insuficiente sociabilización de los mismos, a través de medios efectivos y promover la importancia de su uso para dicha toma de decisiones.

II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA

Aportar y fortalecer la información turística comunal, mediante la captura, procesamiento y difusión de datos, para una mejor toma de decisiones en la gestión privada y pública del turismo comunal.

III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

Se contempla un proceso de levantamiento de información estadística y otros datos especializados, por temporada y por Producto/Tipo de Turismo y la correspondiente sociabilización de los mismos.

Con base a dichos antecedentes, se procederá a la determinación del perfil de la demanda objetivo, a efectos de definir el mercado meta, para cada Producto/Tipo de Turismo priorizado por el PLADETUR.

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral																Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Medición por temporada y sociabilización de resultados.																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	GREMIOS PRESTADORES DE SERVICIO INE ACADEMIA SERNATUR
Prospección por Producto/ Tipo de Turismo y Sociabilización.																		
Medición del Perfil de Turista por Producto/Tipo de Turismo.																		
Sistematización y difusión de los resultados																		
Seguimiento y evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos																Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico		
																Institución	Instrumento	
M\$ 40.000 (en 4 años de ejecución)																GORE	FNDR	
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
1. Indicadores de Proceso (Desarrollo)									2. Indicadores de Resultado (Logros)									
<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de procesos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de las fases de levantamiento de información programadas por la iniciativa. 									<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tasa de variación entre la información de inteligencia de mercado disponible antes de la aplicación de esta iniciativa, respecto de aquella obtenida tras su ejecución- Porcentaje de cumplimiento/desviación de la planificación presupuestaria de la iniciativa 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	MEDIO AMBIENTE				
NOMBRE INICIATIVA	PLAN DE MEJORAMIENTO, MITIGACIÓN Y MONITOREO AMBIENTAL LOCAL Y DE TERRITORIOS ALEDAÑOS	PRIORIDAD	ALTA	N°	4
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Existencia de contaminación ambiental tanto a nivel comunal como en parte del territorio de comunas aledañas, que en la actualidad afectan la Imagen Destino de Concón, particularmente en materia de basura y escombros tanto en sectores residenciales como de interés turístico urbano y costero; polución ambiental; deterioro paisajístico y; otros.</p> <p>En el mismo contexto, se advierte la existencia de una escasa conciencia turística y ambiental, por parte de un sector importante de la población, lo que contribuye a un aumento anual relativo de la situación anteriormente descrita y cuya solución definitiva no es factible de ser asumida en el marco del trabajo y capacidades actuales del municipio en esta materia.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Mejorar e incorporar en la actual Imagen Destino de concón, atributos ambientales que contribuyan a un aumento de los flujos turístico hacia la comuna y a una mayor estadía en la misma 2) Socializar y hacer partícipes de este Plan, a las distintas organizaciones territoriales y funcionales de la comuna de Concón y de territorios específicos de su entorno inmediato. 3) Generar por esta vía, una mayor conciencia turística y ambiental, así como en materia de prácticas sustentables, tanto en la comunidad residente, como en los propios turistas, empresarios y trabajadores vinculados a la prestación de servicios turísticos y complementarios de la comuna. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>En el marco de esta iniciativa se elaborará y ejecutará un Plan asociado a esta materia, el cual permita eliminar, mitigar y monitorear situaciones y fuentes de contaminación ambiental en la comuna y sectores aledaños, con apoyo en la legislación vigente; elaboración y decreto de nuevas ordenanzas municipales con fines de protección ambiental; talleres de conciencia turístico-ambiental, y; generación de medidas e instancia de monitoreo municipal, gremial y comunitario de esta temática.</p>					
2. ACTIVIDADES					
Principales	Calendarización Trimestral	Responsables	Otros Actores		

Actividades	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Iniciativa	Involucrados
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Levantamiento de información de diagnóstico																	Jefe Oficina Municipal de Medio Ambiente	Oficina Municipal de Turismo Empresarios Turísticos de Concón Organizaciones territoriales y funcionales de Concón SERNATUR Regional Carabineros de Chile Otros
Elaboración y validación participativa del Plan																		
Puesta en marcha y ejecución del Plan																		
Incorporación/actualización de atributos medioambientales a la Imagen destino de Concón																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos															Fuentes Financiación y/o Apoyo Técnico			
															Institución	Instrumento		
M\$ 12.000.- (en cuatro años de operación)															I. Municipalidad de Concón	Presupuesto Municipal		
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
4) Indicadores de Proceso								5) Indicadores de Resultado										
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades y medidas propuestas en el Plan. 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de cumplimiento de las actividades y medidas efectivamente realizadas anualmente, respecto de aquellas programadas por el Plan, para cada año de ejecución Número de talleres efectivamente realizados, número de organizaciones participantes, y; número de asistentes a los mismos, respecto de las metas establecidas en el Plan a estos efectos. Grado de satisfacción de los visitantes, respecto de los atributos medioambientales incorporados a la Imagen Destino de Concón y en relación a las prácticas sustentables observadas en el territorio durante su experiencia de visita. 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS

ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	MEDIO AMBIENTE			
NOMBRE INICIATIVA	PROCESO DE DECLARACIÓN DE CONCÓN COMO COMUNA SUSTENTABLE	PRIORIDAD	MEDIA	N° 5

I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR

Atendiendo a los nuevos requerimientos de la demanda turística asociada a destinos como Concón, se identifica en los visitantes la búsqueda de destinos amigables con el medio ambiente; poseedores de prácticas sustentables individuales, colectivas y empresariales; así como sistemas de recolección, tratamiento, reutilización y/o disposición de aguas servidas y residuos domiciliarios e industriales, que respondan a criterios de sustentabilidad ambiental, social y económica; generación y uso de Energía Renovable No Convencional; etc.

Frente a este escenario y, no sólo desde la perspectiva de un desarrollo turístico sino que de un desarrollo sustentable integral, actualmente la comuna no cuenta con los estándares necesarios para dicha denominación y certificaciones asociadas, las cuales la posicionarían como un destino de especial interés para parte importante de la demanda turística actual y futura, que manifiesta tales tendencias.

II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA

- 1) Generar una propuesta de trabajo, orientada a lograr la certificación y denominación de Comuna Sustentable, otorgada a partir de la materialización de las orientaciones y procesos definidos por la SEREMI de Medio ambiente, así como otras instancias nacionales e internacionales de certificación ambiental.
- 2) Avanzar en la conformación de una cartera de Proyectos de Inversión y Programas de Intervención Social/Ambiental, que permitan avanzar en los citados procesos de certificación y posicionar a Concón, en el mediano plazo, como un Destino Turístico Sustentable.

III. DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

Esta iniciativa implica elaborar una propuesta de intervención comunal de mediano plazo, capaz de responder a los requerimientos de sustentabilidad que exigen las certificaciones pertinentes, liderada por el municipio y con una activa participación pública-privada, de carácter transversal y sectorial (turística),

La citada propuesta de trabajo, deberá finalizar en la elaboración un Plan, validado participativamente, conducente al logro de los citados fines, con inversiones y acciones claramente definidas, cuantificadas en sus costos y con una proposición de fuentes de financiamiento accesibles para el municipio y, eventualmente, para otros agentes y actores del territorio, vinculados tanto al a la actividad turística como a otros sectores económico productivos.

2. ACTIVIDADES																	
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados			
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4							
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			4		
Levantamiento de información para la determinación de una línea base, para la elaboración de un diagnóstico y pronóstico de la situación medioambiental de la comuna y sus brechas frente a un desarrollo comunal sustentable																Jefe Oficina Municipal de Medio Ambiente	Concejo Municipal SECPLAC Oficina (Dirección) Municipal de Turismo Empresarios Turísticos de Concón Organizaciones territoriales y funcionales de Concón GORE Valparaíso SEREMI del Medio Ambiente SERNATUR Regional Otros
Elaboración y validación participativa de un Plan orientado a avanzar en la declaratoria de Concón como Comuna Sustentable, con una clara definición de intervenciones, costos de implementación y posibles fuentes de financiamiento																	
Presentación del Plan y su Cartera de Proyectos a las respectivas fuentes de financiamiento																	
Seguimiento y Evaluación																	
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																	
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico					
M\$ 25.000.- (en un año y medio)												Institución		Instrumento			
												GORE Valparaíso		FNDR			
VI. MONITOREO Y EVALUACION																	
3) Indicadores de Proceso								4) Indicadores de Resultado									
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a: <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de las fases de trabajo que contempla esta iniciativa. 								En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros: <ul style="list-style-type: none"> Elaboración del Plan para un Proceso de Declaración de Comuna Sustentable. 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	MEDIO AMBIENTE				
NOMBRE INICIATIVA	FOMENTO Y DIFUSIÓN DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES SUSTENTABLES Y PROCESOS DE CERTIFICACIÓN	PRIORIDAD	ALTA	N°	6
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Siempre en el contexto de los nuevos requerimientos de la demanda turística asociada a destinos como Concón, la búsqueda de destinos amigables con el medio ambiente y donde las prácticas empresariales sustentables forman parte de la oferta turística del Destino, devienen un mejor posicionamiento cualitativo en el mercado</p> <p>De hecho, se establece que parte importante de la demanda, está dispuesta a pagar más por servicios y destinos turísticos que son amigables con el medio ambiente, lo que da cuenta de una oportunidad de mercado que los empresarios turísticos de Concón, pueden y deben aprovechar, más aún cuando existe disponibilidad de certificaciones sobre la materia, factibles de ser internalizados por las empresas y accesibles vía Instrumentos de Fomento (cofinanciamiento y apoyo técnico) que contribuyen al logro de tales fines.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Difundir y fomentar la disponibilidad de buenas prácticas en materia de sustentabilidad, instrumentos y procesos de certificación ambiental a los empresarios turísticos de Concón. 2) Acompañar y apoyar técnicamente a los empresarios turísticos de Concón, para que puedan iniciar a sus respectivos procesos de certificación. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>Se busca generar instancias de difusión, acompañamiento y apoyo técnico a los empresarios turísticos de la comuna de Concón, en las materias a las que se enfoca esta Iniciativa, mediante la realización de Seminarios y vía un apoyo técnico concreto que facilite la postulación a cofinanciamiento público y al posterior proceso de certificación, por parte de cada empresa turística comunal interesada.</p> <p>El citado apoyo técnico tendrá como requisito, la activa participación de tales empresas turísticas postulantes, en las demás actividades que involucra este Proyecto, a efectos de asegurar el interés efectivo de ellas y la adquisición creciente de las capacidades técnicas que este proceso exige.</p> <p>Este proyecto incluye la contratación de un profesional abocado al trabajo especializado con los empresarios, la difusión de los instrumentos disponibles y el correspondiente acompañamiento técnico hasta los respectivos procesos de postulación.</p>					

2. ACTIVIDADES																	
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados			
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4							
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3					
Programa de difusión de buenas prácticas, instrumentos de cofinanciamiento y procesos de certificación ambiental disponibles																Jefe Oficina Municipal de Turismo	Oficina) Municipal de Medioambiente Empresarios(as) Turísticos de Concón SERNATUR Regional CORFO Regional Otros
Identificación de los(as) empresarios(as) interesados en participar de dichos procesos																	
Trabajo de acompañamiento y postulación a cofinanciamiento y procesos de certificación ambiental																	
Seguimiento y Evaluación																	
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																	
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico					
												Institución		Instrumento			
M\$ 36.000.- (en tres años de ejecución)												I. Municipalidad de Concón-CORFO		Presupuesto Municipal Acuerdo de Producción Limpia			
VI. MONITOREO Y EVALUACION																	
3) Indicadores de Proceso								4) Indicadores de Resultado									
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a: <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades de difusión e instancias de postulación propuestos. 								En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros: <ul style="list-style-type: none"> Número de seminarios, talleres o acciones de difusión efectivamente realizados, respecto de aquellos programados para tales efectos. Número de empresarios que postulan a procesos de certificación ambiental, respecto de certificaciones efectivamente logradas 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	DESARROLLO DE PRODUCTOS				
NOMBRE INICIATIVA	FORMALIZACIÓN, MEJORAMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LA PLANTA TURISTICA COMUNAL	PRIORIDAD	ALTA	N°	7
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>En el marco de la fase de Diagnóstico del presente PLADETUR, se ha establecido la existencia de prestadores de servicios turísticos y complementarios que operan de manera informal, en distintos rubros de actividad, entre otros, aquellos vinculados al servicio de alojamiento turístico.</p> <p>Se trata precisamente de un tipo de servicio que requiere ser potenciado a nivel comunal, a objeto de potenciar y generar las condiciones para propiciar y/o aumentar la estadía de los visitantes que llegan a Concón y sólo permanecen en la comuna por el día (excursionistas). Ello, junto a otros prestadores de servicios, también informales y/o sin vínculo asociativo y/o comercial con empresarios turísticos establecidos y que desde rubros tan diversos como servicios de guía, cabalgata, surf, avistamiento de aves y otros, en la actualidad no están contribuyendo –precisamente por la informalidad de su actividad- a generar valor agregado a la estadía de los visitantes en el Destino Concón, obstaculizando las posibilidades de mejoramiento y/o diversificación de la oferta turística actual.</p> <p>Finalmente, se constata la existencia de prestadores de servicios turísticos que, si bien operan formalmente, presentan importantes brechas en su gestión, calidad del servicio, capital humano y otros, los cuales no han accedido a instrumentos de fomento orientados a suplir o mejorar tales carencias.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1) Apoyar los procesos de formalización de emprendedores y/o pequeños empresarios turísticos, hoy no incorporados a la oferta turística regular de la comuna de Concón, en distintos rubros de actividad. 2) Difundir y acompañar técnicamente a los empresarios y emprendedores turísticos, para acceder a instrumentos de fomento disponibles actualmente para ellos, en la institucionalidad pública y privada pertinente. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>En el marco de esta iniciativa se procederá a realizar un catastro de aquellos prestadores de servicios turísticos y complementarios informales, actualmente ofrecidos en la comuna de Concón y, a continuación, contactarlos oficialmente e invitarles a iniciar sus respectivos procesos de formalización y apoyarlos técnicamente para ello.</p> <p>Del mismo modo, se contactará a los empresarios turísticos ya formalizados, a objeto de trabajar con ellos en un diagnóstico de brechas e identificar aquellos instrumentos de fomentos más adecuados a sus requerimientos, para su posterior proceso de postulación con apoyo técnico del municipio y una mirada articuladores respecto de los distintos rubros de actividad que dan forma a la planta turística comunal.</p>					

2. ACTIVIDADES															
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados	
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4					
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
Elaboración de Catastro de prestadores de servicios turísticos informales														Jefe Oficina Municipal de Turismo	Oficina de Patentes Municipales Prestadores(as) de servicios turísticos (formales e informales) S.I.I SERCOTEC SERNATUR Regional Otros
Levantamiento de necesidades de apoyo técnico a la gestión empresarial de prestadores de servicios turísticos formales															
Elaboración de Programa de Trabajo con ambos tipos de prestadores de servicios															
Ejecución de los respectivos Programas de Trabajo y acompañamiento técnico a ambos tipos de empresarios															
Seguimiento y Evaluación															
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO															
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico			
												Institución	Instrumento		
												M\$ 4.000.- (en tres años de operación)	I. Municipalidad de Concón	Presupuesto Municipal	
VI. MONITOREO Y EVALUACION															
Indicadores de Proceso							Indicadores de Resultado								
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 							<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de prestadores de servicios formalizados, respecto del total de prestadores identificados en el Catastro inicial. Porcentaje de empresarios que acceden a Instrumentos de Fomento, respecto del total de empresarios registrados para dar inicio a sus respectivos procesos de postulación Grado de disminución de brechas en la prestación de servicios de los empresarios beneficiados con acceso a instrumentos de fomento. 								

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS				
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	DESARROLLO DE PRODUCTOS			
NOMBRE INICIATIVA	PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO HISTÓRICO Y CULTURAL DE CONCÓN	PRIORIDAD	ALTA	N° 8
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR				
<p>Durante el Diagnóstico del presente PLADETUR, se ha determinado una insuficiente y deficiente puesta en valor de aquellos recursos turísticos de carácter histórico y cultural que si bien existen en la comuna, actualmente no forman parte de la oferta turística comunal. Posición que es reconocida y declarada explícitamente por los distintos actores relevantes del territorio (públicos y privados).</p> <p>Es implica afirmar que el actual énfasis puesto hasta ahora en el <i>turismo gastronómico y de sol y playas</i>, ha impedido la identificación y valorización del patrimonio cultural tangible e intangible de este territorio y, por extensión, se desaprovechado la oportunidad de ponerlo en valor adecuadamente, como parte inherente a la Imagen Destino de este territorio. Del mismo modo y, frente a una marcada estacionalidad de la demanda, se observa que una eventual diversificación de la oferta turística local -en el sentido aquí descrito- constituiría una herramienta efectiva para potenciar el interés por Concón, de parte de distintos segmentos mercado.</p> <p>Finalmente, señalar que en el marco del quehacer de la institucionalidad pública vinculada al patrimonio, la cultura y las Artes, destaca la existencia de instrumentos de fomento cultural, de apoyo técnico y financiamiento directo a iniciativas locales que vayan en esta dirección, lo que reviste una importante oportunidad para avanzar, también por ésta vía, en la puesta en valor de este tipo de recursos turísticos.</p>				
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA				
<ol style="list-style-type: none"> 1) Identificar los recursos turísticos histórico-culturales del territorio, factibles de ser incorporados a la oferta turística comunal 2) Articular esfuerzos públicos y privados, para la generación de servicios y productos turísticos vinculados al patrimonio cultural tangible e intangible de la comuna y su correspondiente difusión y comercialización. 3) Incorporar en la Imagen Destino del Territorio la citada diversificación de la oferta turística local, como una forma de avanzar en una disminución relativa de la estacionalidad y de acceder a nuevos nichos de demanda. 				
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA				
<p>En el marco de este proyecto se deberá realizar un trabajo inicial de levantamiento de información local, que permita catastrar, analizar, clasificar y jerarquizar los atractivos turísticos pertinentes a los objetivos de la presente iniciativa.</p> <p>Finalizado dicho trabajo y, en conjunto con otros actores sectoriales, se deberá avanzar en la determinación de servicios y en el diseño de productos turísticos histórico-culturales, factibles de ser puestos en valor en baja, media y alta temporada.</p> <p>Tal trabajo de diseño y desarrollo de productos, podrá ser complementado con la elaboración y postulación de acciones específicas a fuentes de financiamiento público actualmente disponibles para estos efectos, como por ejemplo el FNDR (2% Cultura) y FONDART Nacional y Regional (en líneas diversas), entre otras. Ello implicará la generación, postulación y ejecución anual, de una cartera de proyectos sobre el particular.</p> <p>Tras avanzar en tales aspectos, la Imagen Destino de Concón deberá contener, aparte del sello gastronómico actual, atributos histórico-culturales factibles de ser identificados y requeridos por la demanda.</p>				

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa				Otros Actores involucrados	
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Catastro, evaluación, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos pertinentes a esta iniciativa																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	Museo Histórico y Arqueológico de Concón Empresarios(as) turísticos de Concón SERNATUR Regional GORE Valparaíso SEREMI Patrimonio, Ministerio de la Cultura y las Artes y el Patrimonio Otros
Diseño y desarrollo de servicios y Productos Turísticos de carácter Histórico-Cultural																		
Difusión y comercialización de dicha nueva oferta																		
Elaboración y postulación cartera anual de proyectos culturales																		
Incorporación de tales atributos en la Imagen Destino comunal																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución				Instrumento		
M\$ 62.000.- (en cuatro años de ejecución)												I. Municipalidad Concón GORE Valparaíso Ministerio de la Culturas, las Artes y patrimonio				Presupuesto Municipal FNDP (2% Cultura) FONDART (Líneas Nacional y Regional)		
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado										
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a: <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 								En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros: <ul style="list-style-type: none"> Nº de nuevos servicios y de productos diseñados y puestos en valor en el marco de esta iniciativa Grado de satisfacción de empresarios y visitantes, respecto de la creación y puesta en valor de esta nueva oferta turística de carácter histórico-cultural. Porcentaje de aumento de la estadía promedio de los turistas que visitan concón, atribuibles a dicha diversificación de la oferta. Porcentaje de aumento de los nuevos turistas que llegan a concón, atribuibles a dicha diversificación de la oferta deciden. Número de proyectos culturales financiados por la institucionalidad pública, respecto del total de proyectos postulados a las mismas. 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS				
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	DESARROLLO DE PRODUCTOS			
NOMBRE INICIATIVA	DISEÑO, DESARROLLO Y/O PERFECCIONAMIENTO DE PRODUCTOS TURISTICOS SUSTENTABLES	PRIORIDAD	MEDIA	N° 9
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR				
<p>Conforme a la información de Diagnóstico disponible, se ha establecido la existencia brechas en materia de sustentabilidad de la oferta turística de Concón. Parte de dichas carencias y/o deficiencias serán abordadas en el marco de iniciativas adscritas al Lineamiento Estratégico N° 2: Medio Ambiente y otras corresponden a lo que se pretende acometer en el marco de esta iniciativa, donde se ha podido determinar la necesidad de potenciar la oferta turística actual y futura de concón, conforme a criterios de sustentabilidad que sin perjuicio de ser requeridos por la demanda, hoy no están presentes en la prestación de servicios turísticos individuales ni en la oferta de productos turísticos locales.</p> <p>Se suma a ello un insuficiente trabajo conjunto entre prestadores y entre éstos y el municipio y otros actores relevantes, para una puesta en valor conjunta de productos turísticos con una oferta articulada, accesible física y comercialmente, poseedora de atributos explícitos de sustentabilidad social, ambiental y económica; hospitalidad, calidad de la visita e Imagen Destino; entre otros.</p> <p>En consecuencia, puede establecerse que la oferta turística actual del Destino Concón, en el marco de las citadas carencias, junto con estar difundiendo y comercializando una oferta turística ajena a los actuales criterios de sustentabilidad, está también desaprovechando una importante oportunidad de mercado, dada la existencia de una demanda creciente y cualitativamente mejor (capacidad adquisitiva y mayor conciencia ambiental), que busca destinos y ofertas sustentables, por los cuales está dispuesta a pagar más.</p>				
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Avanzar en el diseño, desarrollo, perfeccionamiento de productos turísticos sustentables, sea de carácter estrictamente local o integrados con otros oferentes aledaños al territorio. 2. Poner en valor dicha nueva oferta de productos turísticos, poseedores de atributos de sustentabilidad. 				
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA				
<p>El presente proyecto implica la realización de un análisis de la actual oferta de productos turísticos del territorio individualizando atributos de sustentabilidad existentes y no existentes.</p> <p>Con base a ello deberá iniciarse un trabajo de diseño, desarrollo y/o mejoramiento de productos turísticos sustentables, de manera conjunta con los prestadores de servicios y otros actores relevantes del territorio, para luego avanzar en su fase de difusión y comercialización en los mercados objetivos y en el propio Destino.</p> <p>Dicho trabajo implicará una gestión turística territorial con requerimientos siquiera mínimos de articulación y coordinación local, así como la gestión de alianzas con prestadores de servicios aledaños a la comuna de Concón y con touroperadores regionales.</p>				
2. ACTIVIDADES				

Principales Actividades	Calendarización Trimestral																Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Análisis de la actual oferta de servicios y productos turísticos del destino																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	Empresarios(as) turísticos de Concón SERNATUR Regional Otros
Diseño, desarrollo y/o mejoramiento de productos turísticos																		
Articulación con prestadores de servicios de comunas aledañas y con operadores turísticos regionales																		
Puesta en valor de la nueva oferta de productos turísticos sustentables																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución		Instrumento				
M\$ 14.000.- (en dos años de ejecución)												I. Municipalidad de Concón-CORFO		Presupuesto Municipal				
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso									Indicadores de Resultado									
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a: <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 									En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros: <ul style="list-style-type: none"> Grado de satisfacción de empresarios y visitantes, respecto de la creación y puesta en valor de esta nueva oferta turística sustentable. Porcentaje de aumento de la estadía promedio de los turistas que visitan concón, atribuibles a dichos nuevos atributos de sustentabilidad de la oferta. Porcentaje de aumento de los nuevos turistas que llegan a concón, atribuibles a dichos nuevos atributos de sustentabilidad de la oferta. 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	DESARROLLO DE PRODUCTOS				
NOMBRE INICIATIVA	POSICIONAMIENTO DEL SELLO IDENTITARIO GASTRONÓMICO EN TODA LA OFERTA TURISTICA Y COMPLEMENTARIA COMUNAL	PRIORIDAD	ALTA	N°	10
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Se observa un particular valor del sello gastronómico local, respecto del posicionamiento turístico de Concón, en el marco de su actual Imagen Destino.</p> <p>Lo recién señalado reviste una gran importancia frente a un mercado competitivo donde la demanda busca atributos diferenciadores locales, situación que no ha sido suficientemente internalizada por la oferta turística del territorio, a excepción -por razones inherentes a su rubro- de los propios prestadores de servicios de alimentación.</p> <p>De esta manera, se establece que el citado sello gastronómico identitario de Concón, materializado en la frase fuerza de "Capital Gastronómica de Chile", debería trascender e incorporarse a todos los rubros de esta actividad, así como a la prestación de servicios complementarios, señalética de acceso e informativa <i>in situ</i>, líneas arquitectónicas de la infraestructura pública y privada de la comuna, papelería, decoración interior, vestimenta del personal, etc. (sólo a manera de ejemplos).</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar conciencia, primero en los distintos actores relevantes de la actividad turística y luego en la comunidad en general, respecto de la importancia del sello identitario de Concón, como la "Capital Gastronómica de Chile" 2. Posicionar en el corto plazo y de manera transversal en la identidad comunal, el actual sello gastronómico que identifica a Concón como Destino Turístico, trascendiendo a esta sola actividad. 					

III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA																		
2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados				
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4								
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2	3	4
Elaborar un Plan de Trabajo bianual con actividades e intervenciones de posicionamiento identitario.																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	Oficina de Prensa del Municipio Prestadores(as) de servicios turísticos y complementarios Comercio establecido Artesanos(as) Organizaciones comunales territoriales y funcionales Otros
Elaboración de un Plan de Medios bianual, para el ámbito comunal, de difusión de esta iniciativa, de los impactos esperados para la misma y, posteriormente, de los avances logrados.																		
Ejecución de ambos Planes																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución		Instrumento				
M\$ 7.000.- (en dos años)												I. Municipalidad de Concón		Presupuesto Municipal				
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado										
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Número de acciones efectivamente ejecutadas durante el período, respecto del total de acciones programadas para éste. Grado de satisfacción expresado por visitantes, respecto a su percepción del citado sello gastronómico local. Grado de satisfacción expresado por los actores sectoriales y de la comunidad, participantes de esta iniciativa. 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS			
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	DESARROLLO DE PRODUCTOS		
NOMBRE INICIATIVA	PROGRAMA DE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	N°	11
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR			
<p>Insuficiente gestión sustentable del destino, su competitividad y articulación público privada.</p> <p>A nivel global, se han registrado impresionantes avances en la innovación tecnológica y cambios cualitativos en las preferencias de los consumidores, incluyendo por supuesto a los turistas, por lo anterior la innovación en la gestión de los destinos turísticos, a través de la incorporación de nuevas tecnologías para la sustentabilidad y la competitividad, será un factor determinante para el desarrollo turístico en el futuro. Los rezagos en materia de alfabetización digital en la región y comuna de Concón, dificultan que las micro, pequeñas y medianas empresas, puedan participar de manera competitiva en un entorno en el que los patrones de consumo se encuentran tan fuertemente influenciados por las TICs. Por lo anterior, se debe implementar una estrategia que aborde de manera sustentable y competitiva el desarrollo turístico de la comuna de Concón.</p>			
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA			
<p>Propiciar la articulación de los distintos agentes públicos y privados sectoriales, de la comuna, para consensuar y comprometer –a manera de primera etapa de trabajo- una intervención de carácter piloto, focalizada inicialmente en la zona gastronómica y de ampliación gradual, con miras a su posicionamiento como Destino Turístico Inteligente.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Acceso y procesamiento de información del destino 2) Gestionar de manera más eficiente y sustentable los recursos del destino 3) Optimizar la conectividad digital entre empresas y clientes 4) Integrar la innovación como atributo clave del emprendimiento, producto, servicio y experiencia del destino 			
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA			
<p>Generación de instancias de trabajo público-público, privado-privado y público-privado, que conduzcan a una gestión integral, orientadora del desarrollo turístico sustentable del territorio y su adecuada competitividad. Ello, dando forma y posicionando un diseño de Destino Turístico Inteligente, de desarrollo gradual y focalizado inicialmente en un sector determinado, a efectos de posicionar como un DTI, es decir, entendido como un espacio turístico acotado, innovador, accesible e inclusivo e integrador de nuevas tecnologías, a través de las cuales se cimiente un uso sustentable de dicho territorio, se facilite la interacción entre oferta y demanda y, se favorezca una experiencia de visita singular y competitiva.</p> <p>De acuerdo al objetivo principal de Transforma Turismo, se busca convertir a Chile, en un plazo de 10 años, en un destino turístico internacional sustentable e inteligente, lo cual requiere que los destinos que la componen, proyecten incorporar en un mediano y largo plazo, acciones que permiten alinear su estrategia de desarrollo de destino a las de un DTI. Por lo anterior, la propuesta de implementar DTI en la comuna de Concón, considera la ejecución de iniciativas que conforman la visión de Núcleo Inteligente de la hoja de ruta de Transforma Turismo, con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad y sustentabilidad de territorios orientados al turismo, mediante la incorporación de procesos de gestión económica y territorial que utilicen Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).</p>			

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral																Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Articulación y consenso de un Programa gradual de puesta en valor y posicionamiento de la comuna de Concón como Destino Turístico Inteligente.																	MUNICIPALIDAD (Rol Ejecutor)	CORFO GREMIOS SERNATUR TRANSFORMA TURISMO
Elaboración Propuesta piloto consensuada DTI																		
Ejecución Etapa inicial de DTI (Piloto), como primera fase del Programa, con efectos demostrativos y de futura ampliación hacia el resto de comuna.																		
Evaluación del Proceso y Result. de la implementación de dicha iniciativa piloto.																		
Ampliación DTI conforme a nuevas fases previamente programadas .																		
Seguimiento y Evaluación Fases de Ampliación.																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos																Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico		
M\$ 120.000 (en 4 años de ejecución)																Institución	Instrumento	
																CORE CORFO	FNDR Prototipos de Innovación PDT	
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
1. Indicadores de Proceso (Desarrollo)									2. Indicadores de Resultado (Logros)									
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de la Fases Piloto y siguientes, que se propongan para esta Iniciativa. 									<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Número de oferentes efectivamente incorporados a la iniciativa, respecto del total esperado. Porcentaje de cumplimiento/desviación de la planificación presupuestaria. 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	CAPITAL HUMANO				
NOMBRE INICIATIVA	PLAN DE CAPACITACION PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS, TRABAJADORES Y OTROS ACTORES LOCALES RELEVANTES	PRIORIDAD	ALTA	N°	12
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Conforme a la información de Diagnóstico disponible, se ha establecido la existencia importantes brechas en materia de capacitación y/o formación turística y de carácter operativo, las cuales están incidiendo de manera directa e indirecta en una prestación de servicios que reviste ciertas carencias en materia de gestión, calidad del servicio, atención al cliente y otras temáticas relacionadas.</p> <p>Existe consciencia por parte del empresariado local, que la situación recién descrita debe ser subsanada a la brevedad, si lo que se pretende a nivel comunal es avanzar en un mejor grado de satisfacción de los visitantes, aumento en el flujo de turistas y excursionistas y aumento de los días de permanencia de los turistas, entre otros.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar de una propuesta de capacitación para distintos actores relevantes locales, elaborada a partir de un diagnóstico participativo de requerimientos de capacitación. 2. Mejorar los actuales indicadores en materia de satisfacción de visitantes y aumentos en los flujos y permanencia en el Destino 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>Este proyecto implica un trabajo inicial de levantamiento de requerimientos de capacitación por rubros de actividad y con distintos tipos de actores.</p> <p>Con base a ello y también de manera participativa, se elaborará y validará un Plan de Capacitación, a ejecutar durante dos años, con base a una calendarización que en lo posible no afecte la normal operación de los prestadores de servicio.</p> <p>A partir del segundo año de capacitaciones, deberá monitorearse los impactos de ésta con base a los indicadores que se establezca para estos efectos.</p>					

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral																Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Determinación de los requerimientos de capacitación																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	Omil Municipal Empresarios(as) turísticos de Concón SERNATUR Regional SENCE Otros
Determinación de relatores y/o entidades capacitadoras, según corresponda a los requerimientos																		
Elaboración del Plan bianual de capacitación																		
Ejecución del Plan																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos																Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico		
M\$ 10.000.- (en dos años de ejecución)																Institución	Instrumento	
																I. Municipalidad de Concón-SENCE	Presupuesto Municipal	
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso									Indicadores de Resultado									
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 									<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Número de capacitaciones efectivamente ejecutadas anualmente, respecto del total de capacitaciones programadas. Determinación anual y bianual del grado de satisfacción de empresarios y visitantes, respecto de la experiencia de visita, en el marco de las temáticas de capacitación ejecutadas. Determinación anual y bianual del porcentaje de aumento de la estadia promedio de los turistas que visitan concón, atribuibles a las capacitaciones implementadas Determinación anual del porcentaje de aumento de los nuevos turistas que llegan a concón, atribuibles a las capacitaciones implementada 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS																		
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	CAPITAL HUMANO																	
NOMBRE INICIATIVA	PROGRAMA DE PROFESIONALIZACIÓN DE LÍDERES VINCULADOS AL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL Y DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.				N°	13												
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR																		
Falta de líderes con capacidades de gestión a nivel local, vinculados a organizaciones gremiales sectoriales de este ámbito territorial, cuya labor conduzca a la consecución de acuerdos y que promuevan un mayor empoderamiento del sector.																		
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA																		
Fortalecer los liderazgos locales de personas vinculadas a la actividad turística en cada territorio; emprendedores, agentes y/o actores locales, representantes de organizaciones empresariales sectoriales y/afines a la actividad turística.																		
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA																		
Con base a un catastro inicial de aquellos liderazgos locales -actuales y potenciales- existentes en el territorio y poseedores de un perfil acorde a lo requerido por esta iniciativa, se habrá de definir los requerimientos de capacitación y profesionalización de los mismos, para luego dar cuenta de un Programa coherente y sistemático que calendarice y ejecute fases de formación y empoderamiento de aquellos en el contexto sectorial y/o asociativo, según corresponda.																		
2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral				Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados												
	Año 1	Año 2					Año 3			Año 4								
	1	2	3	4			1	2	3	4	1	2	3	4				
Identificación de Líderes locales, conforme a requerimientos de la iniciativa																	SERNATUR (Rol Ejecutor)	CHILEVALORA MUNICIPIO GREMIOS

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	CAPITAL HUMANO				
NOMBRE INICIATIVA	PROCESO DE CERTIFICACION DE CALIDAD PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS	PRIORIDAD	MEDIA	N°	14
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>En el contexto de esta iniciativa y conforme a la información de Diagnóstico levantada y validada con los(as) empresarios(as) disponible, se ha establecido la existencia de un importante interés por avanzar en procesos de certificación de calidad, Sello Q (principalmente) para afrontar las actuales brechas al respecto.</p> <p>Si bien estas certificaciones de calidad, trascienden lo respecta estrictamente a Capital Humano, si incluye un trabajo directo con los(as) prestadores(as) de servicios y sus respectivos trabajadores, lo que involucra necesariamente el logro de capacidades específicas derivados de los levantamientos de información que se realizan en cada proceso.</p> <p>Asimismo, se establece como una oportunidad, la existencia de apoyo técnico y fondos públicos, para el cofinanciamiento de procesos de certificación de calidad, como los aquí propuesto, apoyo financiero que busca asegurar una mayor participación de empresarios, lo que en Concón ha sido muy bien recibido como información.</p> <p>Finalmente y , en el mismo contexto, el municipio de Concón ha ofrecido su compromiso explícito con los(as) empresarios(as), a objeto de conducir este trabajo conjunto, sin perjuicio del posterior trabajo individual en sus respectivos procesos de certificación.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyar y acompañar técnicamente a prestadores de servicios turísticos de Concón, en su toma de decisión e inicio de sus respectivos procesos de certificación. 2. Contribuir, con base a esta iniciativa, al logro de una oferta de servicios turísticos locales con una mejor calidad en la prestación de sus servicios y el consiguiente impacto en la satisfacción de los visitantes del Destino Concón. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>El presente proyecto implica una serie de fases de trabajo, la primera de las cuales corresponde a la identificación de la totalidad de los instrumentos de fomento, apoyo a la gestión y financieros, disponibles para apoyar procesos de certificación de calidad.</p> <p>Luego deviene la materialización de un trabajo profundo con los empresarios, orientado a determinar el interés de los mismos y su factibilidad económica y técnica, para poder incorporarse e iniciar tales procesos.</p> <p>Determinado el número y tipo de prestadores de servicios, corresponderá la programación de este proceso de apoyo y acompañamiento, para lo cual se trabajará con los(as) empresarios(as) involucrados, SERNATUR Regional, CORFO, Regional y otras instancias asesoras involucradas en este tipo de procesos.</p>					

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados				
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4								
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2	3	4
Determinación y clasificación de instrumentos de fomento, apoyo a la gestión y financiamiento a procesos de certificación de calidad																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	Prestadores(as) de servicios turísticos de Concón SERNATUR Regional CORFO Regional Otros
Convocatoria y determinación de empresarios(as) turísticos participantes																		
Elaboración y ejecución programa de apoyo técnico y acompañamiento a prestadores de servicios turísticos																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución		Instrumento				
M\$ 14.000.- (en dos años de ejecución)												I. Municipalidad de Concón-SENCE		Presupuesto Municipal				
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado										
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:								En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:										
<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 								<ul style="list-style-type: none"> Grado de satisfacción de los(as) prestadores(as) de servicio participantes de esta iniciativa. Porcentaje de prestadores de servicios turísticos que inició su respectivo proceso de certificación, respecto del total de prestadores originalmente programado. Grado de satisfacción de los visitantes, atribuible a la obtención de certificaciones de calidad de los establecimientos y/o servicios contratados por ellos 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	LOGISTICA E INFRAESTRUCTURA				
NOMBRE INICIATIVA	MEJORAMIENTO DE CONDICIONES DE ACCESO VIAL, SEÑALETICA TURISTICA Y CAMINERA Y DISPONIBILIDAD DE ESTACIONAMIENTOS	PRIORIDAD	ALTA	N°	15
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Con base a la información de diagnóstico disponible y, especialmente lo observado por el municipio y los(as) empresarios(as) turísticos de Concón, se ha determinado la existencia de brechas relevantes, particularmente en las tres materias objeto de esta iniciativa. A saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Problemas de acceso vial a la comuna en general y a puntos específicos de Concón urbano, que generan congestión riesgos de accidentabilidad vehicular, tanto en horas punta como en otros horarios del día, durante, la semana hábil, fines de semana y festivos y períodos de vacaciones estivales , invernales y otros. - Carencia de una adecuada y suficiente señalética caminera y turística, de carácter informativa, amigable con los conductores, y con carácter identitario local. Ello tanto a nivel de accesos a la comuna como en Concón urbano y sitios de interés turístico de su entorno inmediato. - Escasa disponibilidad y seguridad de/en estacionamientos de uso público en Concón urbano, lo que afecta la permanencia y nivel de satisfacción de los visitantes. <p>La existencia de tales brechas han sido validadas explícitamente por el municipio y los(as) empresarios(as) turísticos de Concón, lo que da cuenta de una predisposición a avanzar en estas materias, constituyendo un escenario favorable para materializar las acciones que se propongan en los tres ámbitos de intervención.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ul style="list-style-type: none"> - Generar una cartera de proyectos, para su postulación a fuentes de financiamiento sectorial, nacional y/o regional, para cada uno de estos tres ámbitos de intervención. - Suprimir, disminuir o controlar, por dicha vía, las brechas identificadas, contribuyendo de esa manera a aumentar el grado de satisfacción de turistas y excursionistas, en sus experiencias de visita. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>El presente proyecto, implica la generación de una cartera de proyectos a nivel de perfil o de pre factibilidad, con los estudios de ingeniería que corresponda (según se requiera), para su postulación a las respectivas fuentes de financiamiento identificadas, por su singularidad, para cada uno de ellos.</p> <p>Ello implicará un levantamiento de información en detalle, que profundice el actual diagnóstico y permita contar con datos técnicos de respaldo formal para cada iniciativa, sea a través de profesionales del propio municipio o la contratación temporal de profesionales externos.</p> <p>En el caso particular de la necesaria mayor disponibilidad y seguridad de Estacionamientos de Uso Público, se propondrá la creación de nuevos estacionamientos de administración municipal directa y/o vía concesiones privadas y se apoyará procesos de creación y/o formalización de estacionamientos privados de uso público.</p>					

2. ACTIVIDADES																	
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados			
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2	3
Profundización del diagnóstico por línea de intervención																Municipalidad de Concón	Prestadores(as) de servicios turísticos de Concón Dirección de Obras SECLAC Dirección de Tránsito GORE Valparaíso MOP Regional Otros
Determinación y validación participativa, de ideas de proyectos a incorporar en el marco de esta iniciativa																	
Elaboración de proyectos a nivel de perfil y/o pre factibilidad, para las tres materias objeto de esta iniciativa (según corresponda a las características de cada iniciativa)																	
Postulación de la cartera de proyectos de inversión definida a sus correspondientes fuentes de financiamiento (conforme a las respectivas fechas de postulación definidas por cada fuente)																	
Seguimiento y Evaluación																	
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																	
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico					
												Institución		Instrumento			
M\$ 70.000.- (en dos años de ejecución)												I. Municipalidad de Concón-GORE		Presupuesto Municipal FNDR			
VI. MONITOREO Y EVALUACION																	
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado									
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a: <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 								En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros: <ul style="list-style-type: none"> Número de proyectos por ámbito de intervención postuladas a financiamiento, respecto del número de necesidades identificadas en los mismos tres ámbitos de intervención Porcentaje de proyectos postulados que logran financiamiento, respecto del total de proyectos postulados 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS				
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	LOGISTICA E INFRAESTRUCTURA			
NOMBRE INICIATIVA	ESTUDIO DE FLUJOS VEHICULARES	PRIORIDAD	ALTA	N° 16
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR				
<p>En el marco del levantamiento de información de diagnóstico y, conforme a requerimientos de los distintos actores turísticos relevantes de la comuna, se ha establecido la necesidad urgente de suplir las actuales brechas de información sobre flujos vehiculares y tiempos de desplazamiento desde/hacia la comuna y al interior de ésta, tanto en horas puntas como en otros segmentos horarios de uso de las vías de tránsito por parte de residentes y visitantes, esencialmente en época estival (alta temporada)</p> <p>Según se ha podido establecer, en la actualidad el Municipio u otras instancias sectoriales, no disponen información (cualitativa y cuantitativa) en esta materia, que favorezca el proceso de toma de decisiones en materia de ingeniería de tránsito e inversión de solución, mitigación y/o control de los impactos negativos del flujo vehicular actual y proyectado.</p>				
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contar con información fidedigna y actualizada en materia a de flujos vehiculares en la comuna 2. Apoyar una mejor y oportuna toma de decisiones municipales y sectoriales, en materia de regulación de flujos vehiculares e inversiones relacionadas 				
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA				
<p>El presente proyecto implica trabajar en el muy corto plazo en la elaboración de un estudio como el aquí indicado que, junto con cumplir con los objetivos aquí señalados, tribute con información técnica al proyecto precedente (N°12), en las materias específicas que corresponda.</p> <p>La realización de este estudio deberá ser contratada a una instancia externa, independiente, con experticia en esta temática y capaz de abordar este requerimiento en un plazo mínimo de ejecución, acotado al primer trimestre de 2019, es decir, comprendiendo la alta temporada estival de 2019 y el retorno a clases en el mes de marzo del mismo año, cuya información obtenida es factible de extrapolar a otros periodos del año calendario.</p>				

2. ACTIVIDADES																	
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados			
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2	3
Elaboración de Bases Administrativas y Términos de Referencia del Estudio																Director de Tránsito I. Municipalidad de Concón	Oficina (Dirección) Municipal de Turismo SECPLAC Otros
Licitación y adjudicación del Estudio																	
Ejecución del Estudio																	
Seguimiento y Evaluación																	
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																	
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico					
												Institución		Instrumento			
M\$ 5.000.- (en dos años de ejecución)												I. Municipalidad de Concón		Presupuesto Municipal			
VI. MONITOREO Y EVALUACION																	
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado									
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ejecución levantamiento de información en terreno, conforme a la planificación del proyecto. Ejecución presupuestaria, conforme a los plazos y montos establecidos. 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	LOGISTICA E INFRAESTRUCTURA				
NOMBRE INICIATIVA	PLAN DE SEGURIDAD CIUDADANA Y PREVENCIÓN DEL DELITO CON ORIENTACIÓN AL CUIDADO DEL VISITANTE	PRIORIDAD	MEDIA	N°	17
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>En el contexto de esta iniciativa y conforme a la información de Diagnóstico disponible, se establece la existencia de índices de delincuencia que afectan la Imagen Destino de concón y de algunos sectores específicos, como por ejemplo el sector La Boca. Asimismo, una interacción forzosa entre visitantes que estacionan y acomodadores informales, que reviste también importantes niveles de inseguridad para aquellos.</p> <p>Conforme a lo expresado por los prestadores de servicios turísticos, existe una percepción de inseguridad relativa por parte de un porcentaje importante de los visitantes que desmotiva a una mayor permanencia en el Destino.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar y/o potenciar, con apoyo de/a Carabineros de Chile de un Plan Cuadrante que no sólo responda a los intereses y necesidades de los residentes, sino que con una particular orientación al visitante. 2. Vía el quehacer de la Oficina o Unidad de Seguridad ciudadana y en coordinación con carabineros de Chile, diseñar e implementar acciones específicas también con enfoque al visitantes, tanto de carácter preventivo como de reacción frente a delitos inminentes y/o consumados. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>El presente proyecto implica un levantamiento participativo con residentes y prestadores de servicios turísticos, además de aplicación de encuestas a visitantes, que permita identificar y, con posterioridad, materializar acciones concretas orientadas al cumplimiento de los objetivos recién expuestos.</p> <p>Ello implica la necesaria participación de la Oficina de Seguridad Ciudadana y de Carabineros de Chile (Prefectura y Unidades correspondientes), en el análisis y sistematización de las acciones resultantes del proceso consultivo anteriormente indicado.</p> <p>Ello permitirá, en la respectiva fase de ejecución de las acciones finalmente determinadas, una intervención eficaz y eficiente en materia de prevención del delito, control de riesgos y mejoramiento de la percepción de los residentes y visitantes respecto de la seguridad pública del Destino Concón.</p>					

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral																Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Levantamiento participativo de información en detalle de situación que afectan actualmente a la seguridad ciudadana con enfoque en el visitante.																	Director Seguridad Ciudadana de la I. Municipalidad de Concón	Concejo Municipal Secretario Municipal Oficina (Dirección) Municipal de Turismo Carabineros de Chile Representantes Organizaciones comunitarias funcionales y territoriales Visitantes encuestados Otros
Sistematización de la información recopilada y determinación de acciones viables técnica y financieramente																		
Elaboración del Plan de Seguridad Ciudadana y Prevención del Delito con Enfoque en el Visitante																		
Ejecución del Plan																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos																Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico		
M\$ 120.000.- (en tres años de ejecución)																Institución	Instrumento	
																I. Municipalidad de Concón Ministerio del Interior	Presupuesto Municipal	
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado										
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución, plazos y presupuestos de las acciones propuestas para esta iniciativa. 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grado de satisfacción de los residentes, prestadores(as) de servicios turísticos y visitantes, respecto de su percepción de los niveles de seguridad observados a partir del segundo año de ejecución del Plan. Número de acciones anuales efectivamente ejecutadas, respecto del total anual de acciones programadas. Nivel de eficiencia en la ejecución presupuestaria, conforme a lo planificado anualmente. 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	LOGISTICA E INFRAESTRUCTURA				
NOMBRE INICIATIVA	FORTALECIMIENTO PROGRAMA CDE RELACIONAMIENTO Y CAPACITACIÓN DE ACOMODADORES DE AUTOMÓVILES.	PRIORIDAD	MEDIA	N°	18
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>Se establece la existencia de una situación e interacción compleja con los acomodadores de automóviles en estacionamientos de uso público y entre estos y los automovilistas residentes y visitantes que utilizan tales espacios.</p> <p>Se constata la carencia de conciencia turística y valoración del turista y excursionista como sujeto de atención, cortesía y poseedor de requerimientos de seguridad durante la visita al Destino Concón, así como de la importancia del turismo para el desarrollo económico del territorio en el que los acomodadores se insertan como residentes y trabajadores independientes o dependientes –según corresponda-, vinculados indirectamente a la actividad.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar un proceso de conciencia turística en los acomodadores de automóviles de Concón. 2. Mejorar los indicadores de percepción de seguridad de los visitantes, en el marco de su interacción temporal con los acomodadores de automóviles 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>Este Programa implica realizar un trabajo focalizado con las personas que ejercen este oficio en distintos puntos de Concón, mediante reuniones de trabajo y talleres de capacitación a realizarse gradualmente, conforme a los requerimientos que se determinen en las reuniones de trabajo iniciales.</p> <p>Se trata de una iniciativa a ejecutar durante tres años, con evaluaciones periódicas del cambio conductual de los acomodadores y de la percepción de seguridad de los visitantes del destino.</p>					

2. ACTIVIDADES																
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados		
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2
Reuniones iniciales de trabajo, para socializar los objetivos de la intervención y determinar conjuntamente los énfasis que debe adoptar la misma															Jefe Oficina Municipal de Turismo	Omit Municipal Acomodadores de Automóviles Prestadores(as) de servicios turísticos de Concón Carabineros de Chile Oficina de Seguridad Ciudadana SERNATUR Regional
Programación anual de talleres y otras acciones orientadas al cumplimiento de los objetivos de este Programa																
Ejecución de los talleres y demás acciones programadas																
Seguimiento y Evaluación																
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico				
												Institución	Instrumento			
M\$ 7.000.- (en dos años de ejecución)												I. Municipalidad de Concón	Presupuesto Municipal			
VI. MONITOREO Y EVALUACION																
Indicadores de Proceso							Indicadores de Resultado									
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para el proyecto. 							<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Número de acomodadores efectivamente capacitados, respecto del total de acomodadores convocados en las reuniones iniciales y del total de acomodadores de Concón estimados por el Porcentaje de prestadores de servicios turísticos que inició su respectivo proceso de certificación, respecto del total de prestadores originalmente programado. Grado de satisfacción de los(as) prestadores(as) de servicio de Concón y de los visitantes del Destino, respecto de su percepción sobre los impactos logrados por esta iniciativa (mediciones anuales) 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS				
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	PROMOCIÓN Y COMUNICACIONES			
NOMBRE INICIATIVA	ESTUDIO FOCALIZADO DE DEMANDA TURÍSTICA	PRIORIDAD	ALTA	N° 19
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR				
<p>Con base a la información de Diagnóstico disponible y en el marco de esta iniciativa, se ha determinado la existencia de nichos de mercados específicos, actualmente no abordados por el destino en sus acciones de promoción ni en la generación de una oferta especializada, donde destaca principalmente el turismo gastronómico, con una demanda potencial, de carácter especializado, que busca vivir experiencias culinarias únicas, con sellos gastronómicos poseedores de una fuerte identidad local.</p> <p>Tal demanda especialidad, reviste una oportunidad de negocio para los empresarios gastronómicos de Concón y otros prestadores de servicios turísticos, respecto de la cual en la actualidad se carece de inteligencia de mercado que permita contar con información específica que contribuya tanto a la generación de una oferta local especializada, como a la materialización de acciones promocionales focalizadas.</p>				
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar conocimiento relativo a este nicho de mercado que permita avanzar en el diseño y desarrollo de una oferta especializada y acciones promocionales específicas y atingentes a los requerimientos de dicha demanda en particular 2. Retroalimentar al Plan de Marketing Turístico de la comuna y al Plan de Medios, también propuesto como iniciativa de este PLADETUR. 3. Contribuir a una ampliación de la demanda que opta por el Destino concón, atribuible en este caso a una oferta gastronómica especializada. 				
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA				
<p>La presente iniciativa contempla la realización de un Estudio que implique un análisis y caracterización del citado <i>target</i> de mercado, asociado a una modalidad de Turismo de Intereses especiales (Turismo Gastronómico), para lo cual se deberá licitar, contratar y ejecutar dicho estudio, con fines de diversificación de la actual oferta turística local y captación efectiva de nuevos visitantes.</p> <p>La información generada por este Estudio, permitirá a su vez, enriquecer el Plan de Marketing Turístico Comunal y el Plan de Medios anteriormente citado.</p>				

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados				
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4								
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Determinación de los requerimientos del Estudio, Elaboración de Bases Administrativas y TTR																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	SERNATUR Regional Empresarios(as) Gastronómicos y de otros rubros turísticos de Concón Otros
Licitación y Adjudicación del Estudio																		
Ejecución del Estudio y socialización de resultados, para la generación de una oferta especializada y su correspondiente puesta en Valor																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución		Instrumento				
M\$ 12.000.- (en un año de ejecución)												I. Municipalidad de Concón-GORE Valparaíso		Presupuesto Municipal FNDR				
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado										
En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a: <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución, plazos y presupuestos de las acciones propuestas para esta iniciativa. 								En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros: <ul style="list-style-type: none"> Nivel de eficiencia en la ejecución física y presupuestaria del Estudio, conforme a lo planificado. 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	PROMOCIÓN Y COMUNICACIONES				
NOMBRE INICIATIVA	ACTUALIZACIÓN PLAN DE MARKETING	PRIORIDAD	MEDIA	N°	20
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>En el contexto de esta propuesta, se ha determinado la pertinencia de actualización bianual del Plan de Marketing Turístico de Concón, el entrará en vigencia de manera conjunta con este PLADETUR.</p> <p>Ello implica considerar que la evolución natural del mercado y los cambios de la oferta turística local, a objeto de realizar los ajustes que se estimen pertinentes, para un mejor logro de los objetivos de promoción y comercialización del citado instrumento, retroalimentado por nuevos estudios de demanda y otras fuentes de información sectorial (nacional y regional).</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Actualizar el Plan de Marketing Turístico de Concón, conforme a los cambios en el comportamiento de la demanda que se establezcan tras su segundo año de implementación. 2. Adecuar los procesos de promoción y comercialización de la oferta turística de Concón, conforme a los nuevos requerimientos del mercado 3. Contribuir al aumento y/ diversificación de la demanda de la demanda y al mejoramiento los canales de promoción y comercialización de Concón 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>La presente iniciativa implica la actualización del Plan de Marketing Turístico Comunal, conforme a los objetivos propuestos y mediante la obtención, análisis e incorporación de inteligencia de mercado correspondiente. Entre otros antecedentes, deberá incorporar los resultados de nuevos estudios de demanda disponibles a esa fecha y antecedentes sectoriales adicionales disponibles por parte de SERNATUR Regional/Nacional y otras fuentes de información pertinentes.</p> <p>La citada actualización deberá ser contratada a una empresa externa al municipio y deberá asegurar un proceso de actualización participativo, con consulta a los distintos actores turísticos relevantes de Concón y con validación final de dicha propuesta.</p>					

2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados				
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4								
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Elaboración Bases Administrativas y TTR para esta Actualización																	Jefe Oficina Municipal de Turismo	SERNATUR Regional/Nacional Empresarios(as) Gastronómicos y de otros rubros turísticos de Concón Otros
Licitación y Adjudicación del Estudio																		
Ejecución del Estudio conforme a lo establecido en la descripción de esta Iniciativa																		
Seguimiento y Evaluación																		
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																		
Costos												Fuentes Financiamiento y/o Apoyo Técnico						
												Institución		Instrumento				
M\$ 8.000.- (en seis meses de ejecución)												I. Municipalidad de Concón		Presupuesto Municipal				
VI. MONITOREO Y EVALUACION																		
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado										
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para esta iniciativa. 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ejecución física y presupuestaria del Estudio, conforme a lo planificado. 										

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS					
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA	PROMOCIÓN Y COMUNICACIONES				
NOMBRE INICIATIVA	PLAN DE MEDIOS	PRIORIDAD	MEDI A	N°	21
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR					
<p>La información de Diagnóstico disponible evidencia la carencia de un enfoque comunicacional que aporte a promoción y comercialización de la Oferta Turística de Concón, de carácter permanente y en apoyo a la implementación del Plan de Marketing de la comuna (vigente y su posterior actualización)</p> <p>De esta manera y, en el marco de esta iniciativa, se establece la existencia de una importante brecha, tanto respecto del conocimiento y uso de los canales de comunicación e instrumentos de gestión comunicación disponibles en el mercado, como a la importancia que reviste el contar con un nexo efectivo y regular con periodistas especializados en turismo y sus respectivos medios de comunicación, cualquiera sean los soportes o formatos comunicaciones (radio, televisión, diarios/periódicos, medios electrónicos, etc.)</p> <p>La gestión comunicacional orientada al desarrollo turístico, involucra necesariamente la generación de instancias de trabajo orientadas a la disminución y/o eliminación de las brechas identificadas al respecto, con un direccionamiento consciente respecto de lo que se quiere lograr en esta materia, evitándose así una mera respuesta a las contingencias o las acciones emanadas de los medios, conforme sus propios interés u objetivos, que, según se observa en la actualidad, no necesariamente conciden con lo esperado y/o requerido por el destino Concón.</p>					
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales (mercado limítrofe), pertinentes a una iniciativa de esta naturaleza 2. Determinar y programar acciones comunicacionales direccionadas a responder a las brechas identificadas en la Justificación de esta Iniciativa. 3. Generar una propuesta que permita materializar un trabajo sistematizado y permanente con los medios de comunicación seleccionados y periodistas especializados en turismo 4. Contribuir –desde una perspectiva estrictamente comunicacional- al aumento y diversificación de la demanda del Destino Concón. 					
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA					
<p>Este Plan de Medios involucra tres niveles de trabajo. El primero de ellos, relativo a la determinación de medios y periodistas con los que establecerá una relación comunicacional direccionada, a partir de los objetivos ya indicados.</p> <p>En segundo término, establecer junto a los empresarios(as) turísticos y otros actores relevantes del territorio la generación de condiciones locales que permitan dicho trabajo con medios y periodistas, en el marco de acciones comunicacionales concretas a materializar en el curso de la ejecución de esta iniciativa, los cuales requerirán de disposición y aportes no monetarios de parte de dichos actores locales.</p> <p>Finalmente y, ya en el marco de la ejecución del Plan, la ejecución de cada una de las acciones definidas en el Plan, como por ejemplo, Visitas de Familiarización de Periodistas (Fampress); interacción con la prensa en el marco de entrevistas, reportajes y notas informativa; entrega de información de la oferta, para insertos en prensa, comunicados y otros; acceso al interior de los establecimientos; capacidad de articulación empresarial y generación de confianzas en el marco de una sana competencia; etc.</p> <p>Al igual que el Plan de Marketing, esta iniciativa deberá incorporar los resultados de nuevos estudios de demanda que vayan surgiendo, así como antecedentes sectoriales adicionales disponibles por parte de SERNATUR Regional/Nacional y otras fuentes de información pertinentes. Todo ello, para una mejor determinación y ejecución de las acciones contempladas por el Plan.</p> <p>La elaboración del citado Plan de Medios, también deberá ser contratado a una empresa externa al municipio y deberá asegurar un proceso de elaboración participativo.</p>					

2. ACTIVIDADES																	
Principales Actividades	Calendarización Trimestral												Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados			
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			1	2	3
Elaboración Bases Administrativas y TTR del Plan																Jefe Oficina de Turismo del Municipio	Oficina Municipal de Prensa SERNATUR Regional/Nacional Empresarios(as) Turísticos de Concón Medios de comunicación y periodistas especializados Otros
Licitación y Adjudicación del Plan																	
Elaboración Participativa y Validación del Plan																	
Ejecución de las Acciones propuesta																	
Seguimiento y Evaluación																	
3. COSTOS Y FINANCIAMIENTO																	
Costos												Fuentes Financiación y/o Apoyo Técnico					
M\$ 20.000.- (en cuatro años de ejecución)												Institución		Instrumento			
												I. Municipalidad de Concón Empresarios(as) Turísticos de Concón		Presupuesto Municipal Aportes propios (individuales y/o gremiales)			
VI. MONITOREO Y EVALUACION																	
Indicadores de Proceso								Indicadores de Resultado									
<p>En el marco de esta iniciativa se hará seguimiento o evaluación de procesos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento/desviación de la ejecución y plazos de las actividades propuestas para esta iniciativa. 								<p>En el marco de esta iniciativa se evaluará a nivel de logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ejecución física y presupuestaria del Plan, conforme a lo planificado. Número de acciones comunicacionales efectivamente ejecutadas, respecto del total de acciones programadas (evaluación anual) Medición anual del grado de conocimiento del Destino Concón por parte de la Demanda, atribuible a la ejecución del PLAN Aumento del flujo de visitantes y su estadía en el Destino, por razones atribuibles al Plan 									

FICHA DESCRIPTIVA CARTERA DE INICIATIVAS																		
ESTRATEGIA A LA QUE TRIBUTA LA INICIATIVA		PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN																
NOMBRE INICIATIVA		PROGRAMA DE DIFUSIÓN, SOCIABILIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLADETUR												N°		22		
I. JUSTIFICACION O BRECHA A ABORDAR																		
La etapa de diagnóstico permitió detectar un desconocimiento por parte de los actores relevantes del turismo de los alcances del PLADETUR actual, sus iniciativas e indicadores en la comuna, con la presente actualización, se sugiere su difusión, para asegurar su adecuada implementación.																		
II. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA																		
Gestionar y coordinar técnicamente la programación de la cartera de inversión, formulación, seguimiento y evaluación de iniciativas, acompañadas de instancias de difusión y validación participativa de cada etapa.																		
III. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA																		
Con base a la generación de una instancia articuladora de la cartera de iniciativas del PLADETUR, conducida por la Municipalidad, propiciar su adecuada difusión en el marco de cada objetivo y tipo de turismo definido en el plan.																		
En dicho contexto, avanzar en la formulación de los respectivos proyectos; su presentación a las fuentes de financiamiento y/o apoyo a la gestión que corresponda; su ejecución y posterior seguimiento y evaluación de los procesos y resultados esperados para cada una de ellas.																		
2. ACTIVIDADES																		
Principales Actividades	Calendarización Trimestral																Responsables Iniciativa	Otros Actores involucrados
	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Contratación de Recurso Humano, lo que permitirá contar con un equipo técnico que será soporte y brindará funcionalidad a las diferentes instancias de organización turística.																	Jefe de Oficina Municipal de Turismo.	GREMIOS SERNATUR SERVICIOS PÚBLICOS (pertinentes) ACADEMIA

A medida que los destinos o potencialmente destinos turísticos crecen y su proceso de evolución avanza también se encadenan e interrelacionan en el sistema turístico. A esto se le llama proceso de clusterización que se refleja en el comportamiento de la demanda, vinculaciones entre empresas, organismos gubernamentales, industrias relacionadas, municipalidades entre otros actores que compiten y cooperan en el territorio para posicionarlo como destino turístico. Por ende la definición de trabajos de largo plazo respaldados por una visión estratégica e integral del sector turismo amerita nuevas formas de cooperación público privada que conducen necesariamente a los servicios públicos especialmente al organismo técnico sectorial SERNATUR a asumir un rol decisivo en el favorable escenario en que se desenvuelve el turismo en Chile.

Un agrupamiento, clúster o sistema productivo local es un conglomerado o una concentración de empresas e instituciones públicas en una misma región que pertenecen a sectores diferentes y que operan en líneas similares de negocios y cuyas relaciones fomentan el desarrollo de múltiples interdependencias entre ellas fortaleciendo su competitividad en una amplia variedad de áreas como: capacitación, recursos financieros, desarrollo tecnológico, diseño de productos, mercadotecnia y distribución. Asimismo, las empresas contribuyen en el desarrollo de los mercados laborales, creación de institución e infraestructura especializada y en el incremento de los flujos de información en donde el mayor intercambio de esta última, genera el marco propicio para la innovación, movilidad laboral y enlace entre proveedores, productores y consumidores. (4)

El Clúster turístico puede integrarse por empresas pequeñas, medianas (PYMES) e incluso grandes empresas que interactúan entre sí, sin embargo es importante señalar que la interrelación que se da entre estas puede variar entre distintos clúster turísticos conformados a lo largo de un país o a nivel mundial. El diseño y creación de un producto turístico que responda de forma adecuada a los requerimientos de los turistas, desarrolle el potencial turístico de una región y mantenga su competitividad a largo plazo, innove en nuevos productos es fundamental para la integración de un clúster. Para el logro del objetivo se ha desarrollado un proceso secuencial el cual permite impulsar la creación de productos turísticos con potencial de mercado con base en los recursos y atractivos de la región para la integración de un clúster turístico competitivo.

4.1 Estrategia de Clúster Turístico Concón

Antes de desarrollar los proyectos rescatados desde los actores claves, es necesario destacar la relevancia que hoy día tiene tras casos exitosos de gobernanza, el desarrollo de Organismos de Gestión de Destinos o Clústers de turismo, en este caso, los cuales, en el caso de comunas o territorios que cuentan con un Plan de Desarrollo Turístico, vienen a dar solución, en cuanto al apoyo en la puesta en marcha de dicho plan, esto principalmente, porque se continua con uno de los principios de elaboración de planes de desarrollo, que es la participación ciudadana.

Es así como existen casos exitosos en España, Argentina y Perú, además en nuestro País, ya existen algunas experiencias también con buenos resultados, tales son los casos del territorio Valle del Río Maule, donde se implementó esta organización tipo Clúster, dirigida por uno de los municipios participantes (San Clemente). Por esta razón es que se propone la implementación de un Clúster o OGD, donde participen, privados, organismos públicos y que sea dirigida por la Municipalidad de Concón, ya que es ella quién será responsable de la ejecución finalmente del Pladetur.

En el caso de la comuna de Concón ya existe un camino avanzado, porque se han generado instancias de trabajo en conjunto entre privados, entre públicos y entre públicos-privados. Este escenario es muy apropiado para la creación y buen desarrollo de un clúster. De esta manera es que se debe considerar como fundamental la participación en la creación del clúster, en el

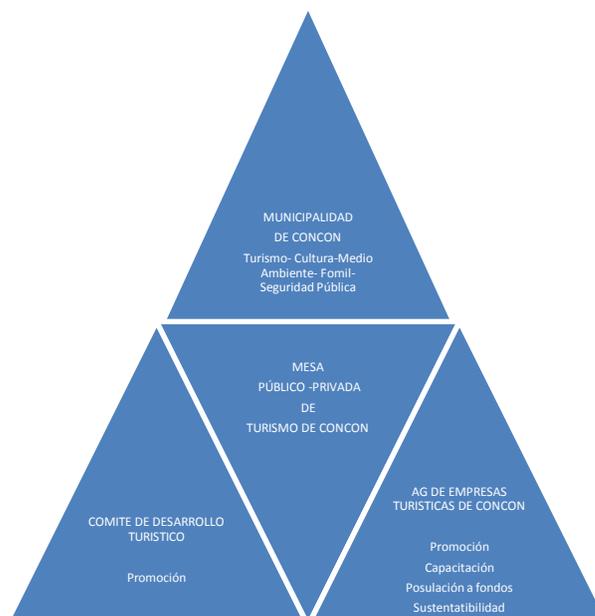
⁴ Fuente: Orientaciones para el diseño de un plan de desarrollo turístico en destinos turísticos.

desarrollo e implementación de las estrategias ya indicadas por este mismo Pladetur y en el seguimiento y control de dichas actividades a las siguientes entidades: Comité de Desarrollo Turístico de Concón, Asociación Gremial de Turismo de Concón, Mesa Público-Privada de Turismo.

La responsable de conducir el proceso es el Municipio de Concón, actor predominante en el emprendimiento turístico en la zona, con especial énfasis en las actuaciones de los departamentos de turismo y de fomento productivo del municipio. Una ventaja del destino Concón, debido al tamaño de su territorio, es la concentración espacial de infraestructuras, potenciando el desarrollo de distritos gastronómicos incorporando oferta complementaria como tiendas artesanales y surf, sup, kayak alrededor, generando sinergias, tanto para la concentración de talento, facilitando el encuentro entre empresarios, como para focalizar la demanda, atrayendo a potenciales consumidores y turistas.

Es el encargado de coordinar con los encargados municipales que abordan la temática del emprendimiento turístico, en conjunto con emprendedores, gremios del sector turismo y comercio existentes en la comuna, alianzas estratégicas y redes de coordinación con organismos, instituciones nacionales y regionales, programas gubernamentales especialmente financieros que aborden el micro emprendimiento, facilitando la atracción de nuevas inversiones, la coordinación del accionar de los agentes económicos, el desarrollo de procesos de formación del capital humano y la promoción y fomento de la actividad microempresarial.

El **“Comité de Desarrollo Turístico”**, entidad que con 17 años de funcionamiento se ha dedicado a la promoción turística del destino a través de la realización de eventos gastronómicos que han fortalecido la marca “Concón, Capital Gastronómica de Chile”, la **“Asociación Gremial de Empresas de Turismo”**, entidad enfocada principalmente al fortalecimiento empresarial y promoción del Destino Concón y la **“Mesa Público-Privada de Turismo de Concón”**, con 6 meses de trabajo, esta instancia asociativa trabaja sobre temáticas puntuales asociadas al desarrollo y mejoramiento de la actividad turística de la comuna. Se forman comisiones de trabajo para superación de Brechas: Borde Costero, Seguridad Pública, Promoción y Difusión, Medioambiente, Capital Humano, Fortalecimiento Empresarial.



Al analizar las 3 organizaciones podemos definir que la gran debilidad donde se encuentran mayores brechas es el área infraestructura pública: caminos, señalética, puntos limpios, y contenedores de basura. Otra brecha es en el área de difusión y promoción, si bien existe mucha información, acerca de la oferta turística de la comuna, no hay un portal o lugar que consolide esta información, previamente validada.

4.2 Modelo de Gestión

El modelo o forma de gestión es la estructura organizacional que acoge el funcionamiento formal y planificación del proyecto, de acuerdo con los objetivos que se persiguen. En este caso, para aplicarla a un destino turístico se requiere de una instancia formal que aplique un sistema de gobernanza, denominado Organización de Gestión de Destino (OGD) o Clúster. De carácter mixto, es un sistema de coordinación público – privado, el cual posee la capacidad de decisión, con fundamento técnico y gestión ejecutiva para impulsar y gestionar proyectos, programas, convenios y estrategias turísticos de interés público-privado para el desarrollo del destino y para cubrir las demandas de agentes, productores y emprendedores, generando a través del dinamismo de la propia gestión asociativa de audiencias y públicos diversos.

Los recursos para el fomento turístico provienen de distintas fuentes estatales como Corfo, Sercotec, Indap, Fosis, Sence, Sernatur, Gobierno Regional y cooperación internacional. Asimismo, para el cumplimiento de los objetivos, deberá velar por la utilización de instrumentos de planificación desarrollados en forma participativa y contar con una estructura de gestión profesionalizada conformada por un grupo directivo; público – privado, un equipo técnico representante de las instituciones especializadas, una gerencia o Gestor de Destino, para este programa y un equipo de apoyo administrativo financiado con aportes mixtos.

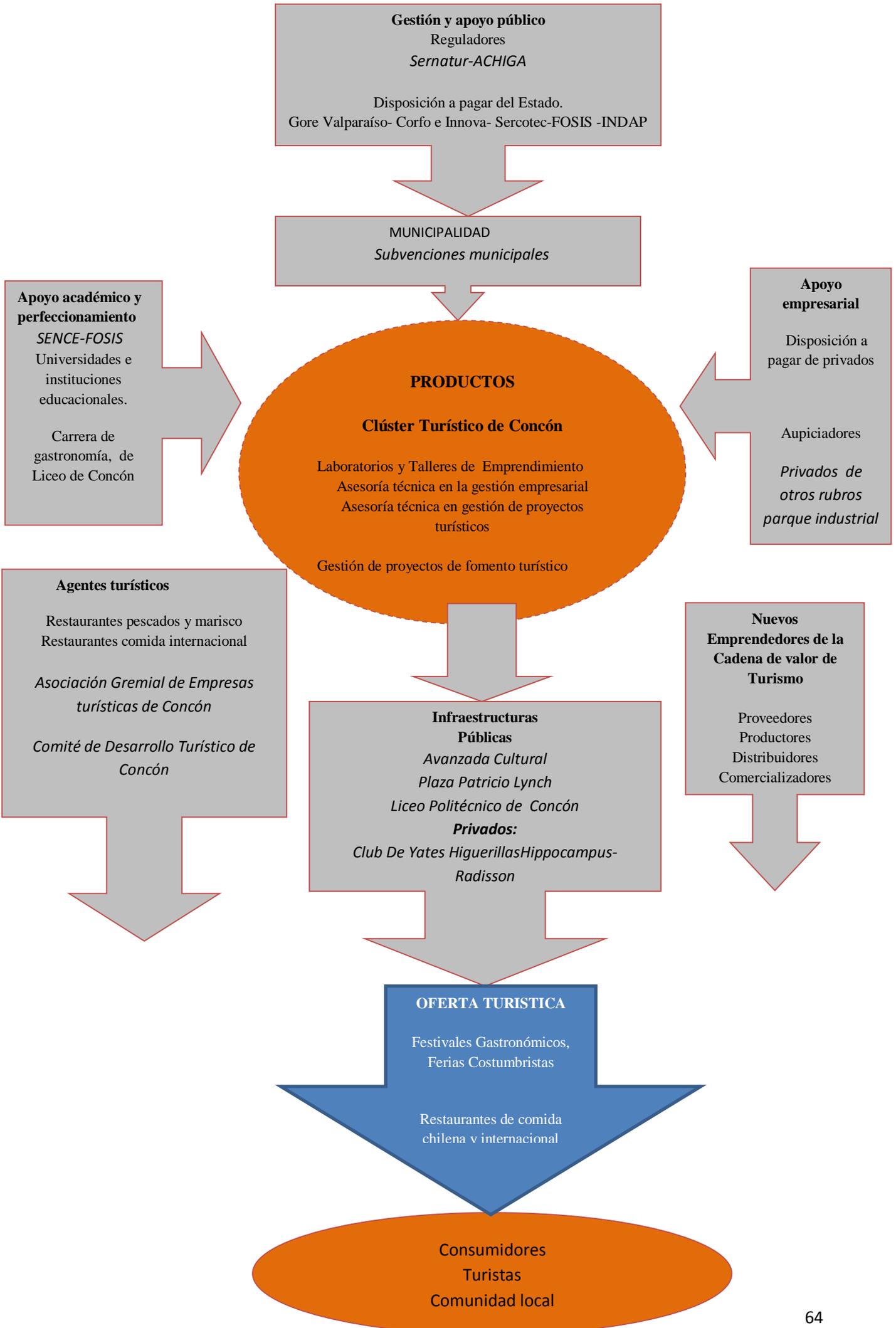
El enfoque de clúster turístico, basa su plan de acción en un modelo estratégico, por lo que su quehacer, deberá estar normado por tres instancias temporales o acciones estratégicas, las cuales tienen un sentido de avance y ejecución cronológico, con el propósito de que el clúster, no solo se transforme en un estamento donde nazcan nuevas y buenas ideas, sino que debe ir más allá, haciéndose cargo de los resultados que se puedan obtener. Por lo tanto el clúster turístico de Concón, va estar conformado por: Asociación Gremial de Turismo de Concón, Comité de Desarrollo Turístico de Concón y Mesa Público-Privada de Turismo.

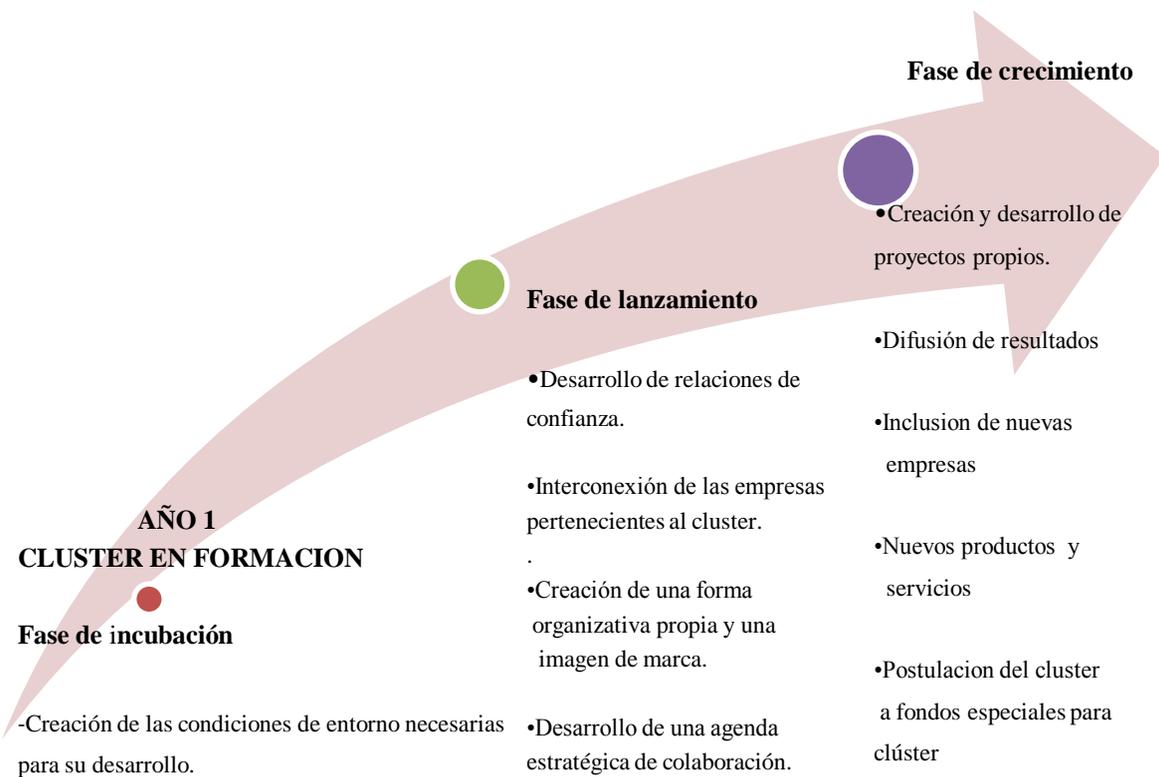
Objetivo General: Implementar un modelo de gestión y plan estratégico del sector turístico de la comuna, que permita a esta unidad territorial en un plan coherente con su identidad local, la elaboración e implementación de proyectos tanto del ámbito público como privado destinados a la gestión empresarial y desarrollo local, desarrollo de productos y servicios sustentables, basado en un adecuado conocimiento de la demanda turística actual o potencial para el destino junto con fomentar y fortalecer el emprendimiento turístico a través de la puesta en marcha de procesos productivos en la comuna, con el fin de mejorar la competitividad del sector y la promoción del destino.

A nivel sectorial, será dependiente del Municipio de Concón y trabajará con las unidades de Turismo y fomento productivo de dicho municipio, para gestionar sus dos líneas de acción: *Promoción Turística*, se centrará en la promoción de la Comuna de Concón como destino turístico y *Fomento de Emprendimiento Turístico*, potenciando los sectores de restaurantes, alojamiento y subsectores de servicios turísticos complementarios.

A nivel territorial, el área a intervenida se encuentra en el borde costero de la región de Valparaíso: Concón, cercana a las ciudades de Viña del Mar, Valparaíso y Santiago, de donde proviene gran parte del mercado potencial. Espacio con una gran oferta gastronómica-120 de restaurantes- y una oferta turística complementaria con hoteles, cabañas y actividades de esparcimiento (surf, sup, kayak, cabalgatas) y eventos como la “Corvina Conconina más Larga del Mundo”, “Fiesta de la Empanada”, todos elementos que en muy poco tiempo han potenciado la *Marca Concón*, representada por su identidad de balneario. Aun así, se definirán las áreas de influencia para mercados, agentes y otros elementos de la cadena productiva con los cuales se trabajará: Concón Antiguo, Sector Gastronómico La Boca, Borde Costero, Sector Gastronómico Caleta Higuierillas, Sector Gastronómico Higuierillas Alto, Avenida Concón- Reñaca.

Diagrama: Agentes del modelo de gestión del Clúster Turístico de Concón





-Dotación de ayudas financieras que faciliten la interconexión de pequeñas empresas localizadas en el mismo territorio y apreciación de las potenciales sinergias que se puedan dar.

-Relaciones con centros de investigación implicados en el sector.

-Formacion y asistencia tecnica a los agentes

Considerando la figura del diagrama anterior y el campo de acción del Clúster Turístico de Concón, será la *fase de incubación* la etapa que abordará inicialmente el clúster, mediante la creación de las condiciones necesarias para su desarrollo, asistencia técnica y formación a los segmentos a los que se enfocará. De acuerdo a lo proyectado como horizonte del plan estratégico -3 años- se espera que con los resultados de éxito de los programas definidos como parte de la implementación del mismo, se pueda validar en la parte asociativa y así formar un *clúster empresarial en crecimiento* ya que existen fondos estatales y privados para clústers como es el caso de clústers de otros sectores económicos.

4.3 Estrategias por Ejes de Trabajo:

El presente plan está basado en 4 estrategias, agrupadas según ejes de trabajo. Eje Promoción, Eje Planificación y Fomento empresarial, Eje Logística y organización, Eje Formación y Recursos Humanos.

4.3.1 Estrategia N°1: Difusión y Promoción de la Oferta del Sector Turístico

Objetivo: Diseñar e implementar un plan de difusión de la oferta turística de la comuna de Concón.

Acciones:

- Elaborar e implementar una estrategia de comunicación, desarrollando una campaña promocional posicionando por diversos medios de difusión locales – escritos, virtuales, publicidad- la labor del sector turístico de Concón, con sus actividades, proyectos, eventos turísticos.
- Crear una marca para los emprendedores turísticos de la comuna.
- Diseño y aplicación del Marketing turístico, a través de la difusión y promoción de la actividad productos y o experiencias del sector turístico.
- Potenciar festivales gastronómicos, fiestas costumbristas u otros festivales con temáticas gastronómicas como “La Corvina Conconina más larga del Mundo” y “Fiestas Costumbristas”
- Realización de eventos artísticos que creen un mayor atractivo a los eventos gastronómicos
- Difundir y posicionar los microemprendimientos del sector turístico.
- Aplicación Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en pymes locales.
- Crear y potenciar plataformas para la promoción y comercialización de productos y servicios del sector gastronómico de la comuna.

4.3.2 Estrategia N° 2: Fomento del Emprendimiento Turístico

Objetivo: Implementar un Plan de Desarrollo y Fomento de las pymes turísticas, generando redes y alianzas estratégicas en beneficio del sector.

Acciones:

- Trabajar intersectorialmente con organismos públicos como Sernatur, Gore Valparaíso,
- Fomentar la articulación local de los diferentes actores del sector turístico: Municipio, AG. de Empresas Turísticas, Comité Desarrollo Turístico de Concón.
- Redes con operadores turísticos promoviendo los atractivos turísticos.
- Trabajar con proyectos, organizaciones y negocios de la comuna que se basan en el turismo como artesanos, operadores turísticos.
- Identificar y fortalecer agrupaciones micro-empresariales
- Potenciar la asociatividad y agremiación de emprendedores turísticos.
- Apoyar al proceso de formalización de pymes turística.
- Buscar financiamiento y subsidios para el fomento de las pymes y emprendedores turísticos de la comuna de Concón.
- Regulación y normatividad del sector gastronómico por parte del estado.
- Programa para fomentar la certificación de los establecimientos gastronómicos
- Identificar y poner en valor ejes territoriales con la actividad turística tradicional de la comuna- encadenamientos productivos turísticos-que permitan la creación de distritos gastronómicos complementados con la artesanía, el folclor y el patrimonio local.

4.3.3 Estrategia N° 3: Logística y organización.

Objetivo: Implementar un plan de producción que se oriente al mejoramiento continuo del sector turístico de Concón

Acciones:

- Generar redes con proveedores, productores y distribuidores del sector turístico.
- Generar convenios con los principales proveedores que genere beneficios mutuos.
- Abastecerse preferentemente con insumos locales, para reducir costos.
- Utilización del Benchmarking para mejorar el desarrollo del sector turístico.
- Consolidación y seguimiento de canales de distribución y comercialización.
- Potenciar la Creación de un centro de abastecimiento para las pymes de Concón.

4.3.4 Estrategia N°4: Formación en Desarrollo Empresarial

Objetivo: Capacitar y asesorar técnicamente a emprendedores turísticos de la comuna a través de cursos de formación profesional

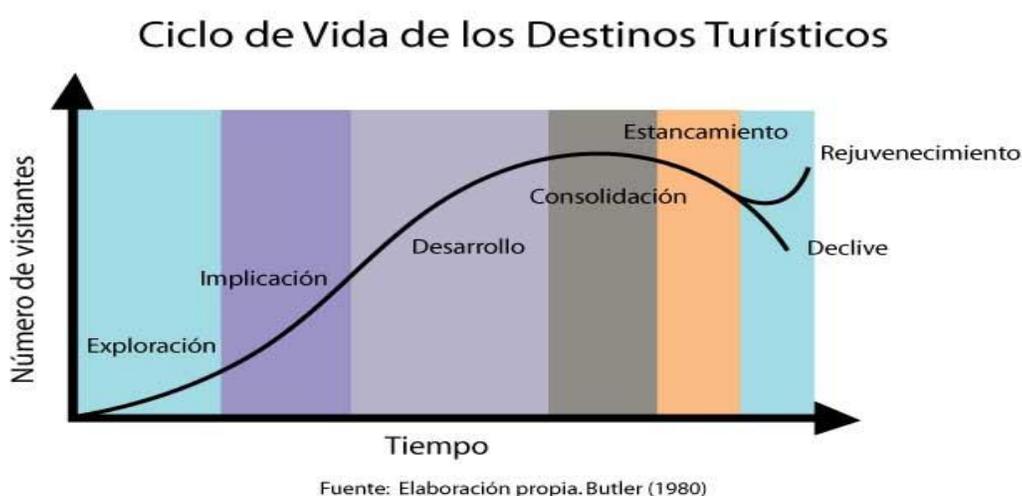
Acciones:

- Convenios con Sence, Corfo y Sercotec para implementar talleres.
- Talleres, capacitaciones y laboratorios en gestión empresarial.
- Capacitación y asistencia en elaboración de proyectos y planes de negocios.
- Capacitación en modelos de gestión, diseños de procesos productivos, tendencias de mercado.
- Potenciar la educación técnica gastronómica del liceo municipal.
- Cursos de servicio al cliente, inglés y otros para los trabajadores del sector.
- Asistencia en técnicas de gestión, producción, conocimientos en tecnología, contabilidad, marketing, RRHH , legal, financiamiento.
- Asistencia en planes de negocios, modelos de gestión, diseño de productos, cadenas productivas.
- Asistencia en temas legales.
- Asistencia en postulación de proyectos de emprendimientos a fuentes de financiamiento públicos y privados.

5. DISEÑO DE ESTRATEGIAS EN DESTINOS TURÍSTICOS EN DECLIVE

La teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (CVDT) es una de las más utilizadas y reconocidas en el desarrollo de nuevos destinos turísticos, pues integra aspectos de diferentes perspectivas, destacando la interpretación económica y geográfica. Esta teoría fue formulada en 1980 por el Doctor Richard Butler, Profesor Emérito de la Strathclyde Business School, en Glasgow, quien en el 2015 fue reconocido con el premio Ulises de la Organización Mundial del Turismo (OMT), gracias a su aportación en los ámbitos de la capacitación y la sostenibilidad del sector turismo.

Según Butler (1989) un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 5 etapas: **exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento**. Aunque es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, esto dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.



El modelo teórico del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (CVDT) realiza un análisis de las fases evolutivas del desarrollo de un destino turístico a partir de los cambios en el crecimiento de los visitantes (turistas) que recibe y la consecuente expansión de las infraestructuras tanto de alojamiento como de transporte, dando especial relevancia a la planificación y gestión que acompañan a este desarrollo así como a la caracterización de los visitantes, de los locales y de la relación entre ambos.

5.1 Etapas

Las etapas a las que se refiere son:

5.1.1 Etapa 1: Exploración

Donde aparece en el destino un pequeño grupo de visitantes que se interesan por el lugar y que generalmente son atraídos por lo exótico que representa, por sus particularidades naturales y culturales, y por la falta precisamente de infraestructuras, de institucionalización de la actividad. En esta etapa el contacto con la población local suele ser fluido y cordial. El entorno físico y social se ve alterado de manera limitada por la aparición de estos primeros visitantes.

5.1.2 Etapa 2: Implicación

Comienzan las iniciativas locales y conjuntan esfuerzos para desarrollar la planta turística del destino, además de comenzar la promoción del mismo, lo que trae como consecuencia que el número de visitantes crezca y este crecimiento empiece a ser regular. El contacto con los

visitantes permanece arraigado. Aparece en esta etapa la estacionalidad del fenómeno y se desarrolla un área de mercado alrededor del centro del destino. Aparecen emprendedores locales, lo que aumenta su promoción, y a lo que las administraciones públicas se ven “empujadas” a proveer nuevas infraestructuras, básicamente relacionadas con el transporte.

5.1.3 Etapa 3: Desarrollo

El número de visitantes empieza a crecer progresivamente motivados entre otras cosas por la promoción que se le ha hecho al destino. El negocio turístico empieza a pasar en muchas ocasiones de la gente local a las compañías foráneas, produciéndose cambios significativos en el control de determinados segmentos del sector, sobre todo en los vinculados al alojamiento. Este proceso se puede ver relacionado con la mejora en las condiciones de vida de los habitantes locales, pero también puede influir negativamente en los atractivos culturales y naturales por la aparición de nuevos atractivos “artificiales”. La “fama” que comienza a tener el destino acarrea los primeros problemas de sobreocupación y deterioro en la calidad de lo ofrecido. El desencanto de la población local al respecto del turismo, puede empezar a hacerse notar en esta etapa; de ahí la importancia de un buen control político regional y nacional.

5.1.4 Etapa 4: Consolidación

La tasa de crecimiento de los visitantes comienza a ser lenta (aunque ascendente) y el destino comienza a sufrir desgaste en su infraestructura. El número de visitantes comienza a ser mayor que el de los residentes. El destino es ahora perfectamente identificable como una economía que vive del turismo, lo que produce un distanciamiento con respecto al entorno geográfico y cultural que lo definía inicialmente. Los esfuerzos se encaminan en aumentar el periodo de estancia del turista en el destino, procurar un mayor gasto per cápita, así como desestacionalizar la temporada turística. Los turistas pueden interpretarse como una “invasión” por parte de los turistas.

5.1.5 Etapa 5: Estancamiento

El tope en cuanto a llegadas de visitantes se ha alcanzado, ya no puede ser superado, y el destino deja de estar de moda. Se busca consolidar un tipo de turismo más “conservador” o “alternativo” y empieza a utilizarse parte de la infraestructura turística en otro tipo de negocios. El destino empieza a tener más problemas sociales, medioambientales y económicos. Los problemas para mantener los antiguos niveles de ocupación son cada vez mayores y el desarrollo económico se produce en las periferias del destino.

5.1.6 Etapa 6: Declive o Rejuvenecimiento

Si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino, se entrará en la etapa de “declive”, en la que el destino no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes; también se puede producir un exceso en la capacidad de carga del destino. Comenzarán a aparecer los visitantes de fin de semana o excursionistas, la infraestructura se utilizará en asuntos ajenos a la actividad turística, lo que será menos atractivo para los turistas, y algunos hoteles pueden convertirse en casas o residencias de particulares. Otro escenario en esta etapa es el “rejuvenecimiento”, donde mediante un trabajo conjunto entre organizaciones públicas y privadas, cambien por completo las características de atracción del destino, intentando dirigir los esfuerzos a un mercado específico de turistas, que tengan interés en el destino: jóvenes que busquen el contacto con la naturaleza, adultos mayores, familias con hijos, turistas con alto poder adquisitivo, entre otros.⁵

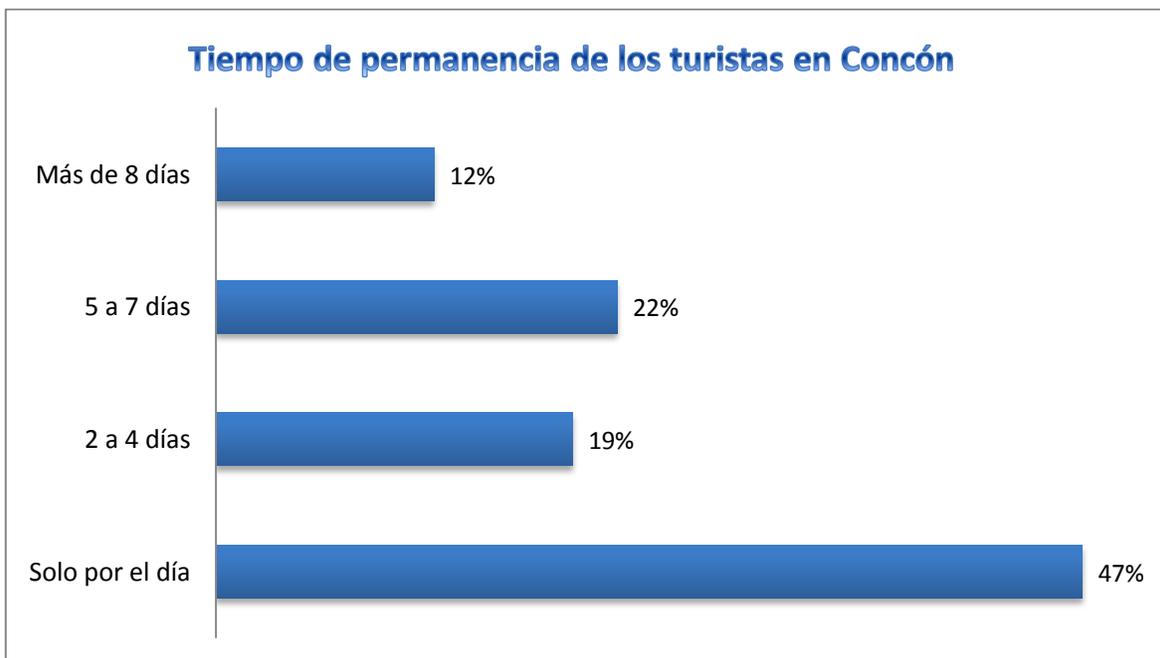
⁵ Fuente: Garay, L. (2007) El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, España.

5.2 Destino Turístico en Declive Concón

Es difícil señalar la etapa de evolución en que se encuentra Concón, debido a que no cuenta hasta ahora con un modelo de medición sistemático de la demanda turística que entregue datos específicos de la comuna por ello la percepción de la oferta hacia el entorno turístico actual lo definiría como destino turístico en etapa de estancamiento.

Como no existen instrumentos que midan formalmente la llegada de turistas a la comuna de Concón, solo boletines entregados por INE que agrupan los resultados estadísticos comunales con otras dos comunas vecinas, es imposible medir el crecimiento turístico de la comuna por si sola.

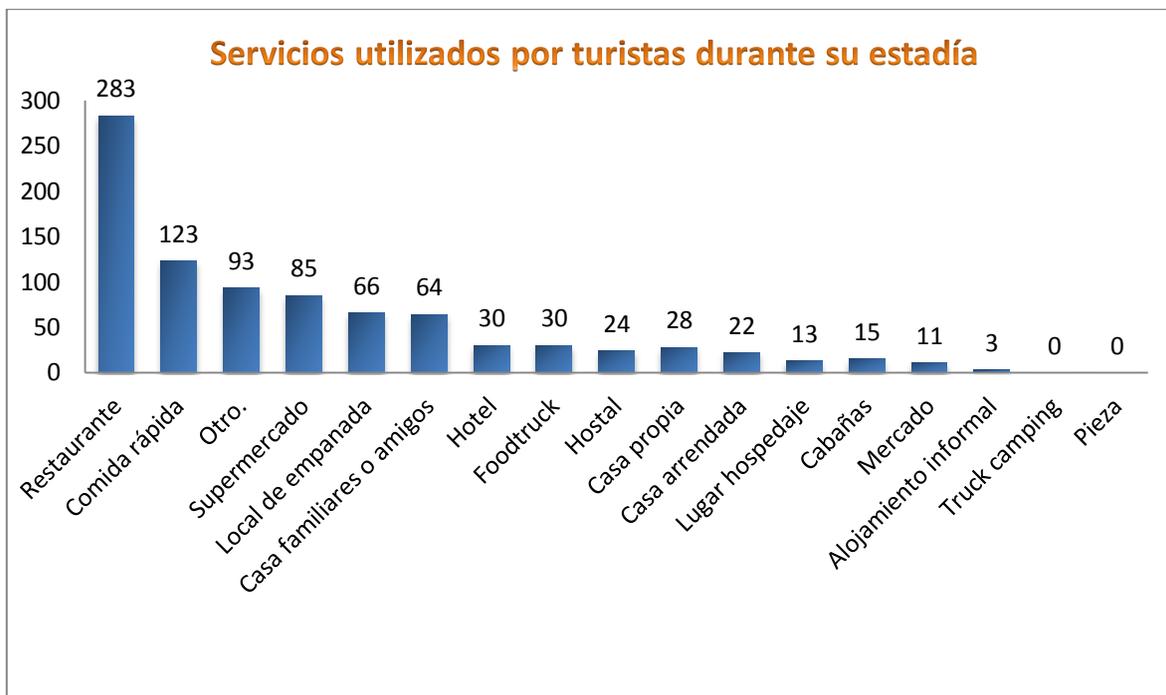
Concón se encuentra en una etapa de **estancamiento turístico** donde no se ve mayor afluencia de turistas aprovechando la oferta gastronómica ni desarrollo de infraestructura, también se visualizan algunos problemas sociales, medioambientales y económicos que podrían perjudicar su imagen turística. Lo anteriormente afirmado se justifica en el alto porcentaje de turistas que visita Concón pero que solo realiza excursiones en el destino, o sea visita solo por el día y de un bajo porcentaje de turistas que pernocta por más de 7 días seguidos, según estudio de la demanda realizado con motivo de este PLADETUR.



(⁶)

Además, queda demostrado bajo estos resultados que el recurso gastronómico de Concón se encuentra posicionado ya que los servicios más utilizados por los turistas corresponden a los servicios gastronómicos. Sin embargo, el servicio de hospedaje muestra una baja preferencia de los turistas en el destino. Según gráfico 8.

⁶ Gráfico representativo de la demanda turística que señala tiempo de permanencia de la demanda turística de Concón 2018. Fuente: CEG.



(7)

En este escenario turístico de la comuna de Concón, podríamos concluir que existe una tendencia hacia el declive, de acuerdo al análisis efectuado en el instrumento “Manual de destinos, elementos para la gestión de destinos turísticos” Sernatur 2017. El instrumento da a conocer el estado de ciclo de vida de cada destino y su forma de valoración, donde se señala que Concón está en estado de consolidación o estancamiento.

Existen dos alternativas probables que se pueden dar a futuro, una positiva y otra negativa. Por un lado, sin un trabajo de gestión en turismo, lo más probable es que el destino pasará hacia la etapa de **declive** desaprovechando los recursos del mismo y frustrando la posibilidad de un desarrollo económico sustentable comunal. Por otra parte y, en el mejor de los casos, sucederá el **rejuvenecimiento turístico** del territorio, donde todas las acciones planificadas son ejecutadas abordando planes estratégicos regionales de infraestructura, desarrollo de productos, gobernanza, valoración de los recursos y la promoción turística.

5.3 Propuesta de Rejuvenecimiento Turístico en Concón: Posicionamiento de destino turístico Concón: Modelo de Gestión Territorial.

Existe una necesidad de establecer lineamientos precisos para aplicar un modelo de gestión turística en el territorio cuya finalidad sea fortalecer al destino turístico. A partir de este objetivo se podrán implementar proyectos que incidan en los flujos turísticos, en la mejora de los mercados objetivos y en la perfeccionamiento de las relaciones existentes entre el sector público, privado, comunitario y académico. Esta metodología fue creada para diagnosticar la realidad turística de los territorios rurales y urbanos, mediante el análisis detallado de los elementos del sistema turístico. Al mismo tiempo ayuda a identificar las herramientas gerenciales necesarias para el desarrollo de la propuesta para lo cual se establece un sistema estadístico en el territorio, se propicia la integración de los agentes endógenos y exógenos, determinando los parámetros necesarios para el fortalecimiento de las prestaciones de servicio, sustentados en una marca turística territorial.

Existe consenso a nivel internacional, en cuanto a la determinación de estrategia que podrían ayudar en el cambio de escenario de un destino en condición de declive y estas estrategias ya se

⁷ Gráfico que representa las preferencias de servicios de los turistas que visitan el destino Concón. Fuente: CEG.

encuentran posicionadas en los instrumentos de planificación existentes, en este caso el PLADECO, plan regulador, PLADETUR y cuando exista ZOIT o Santuario de la naturaleza. De esta manera se entiende que el presente PLADETUR contempla acciones transversales que no solo tienden a hacer crecer el sector turístico en la comuna, sino que también se hacen cargo de poder mejorar o revertir alguna situación que pueda provocar un debilitamiento del área turística en la comuna. Para esto, ante un posible escenario de destino turístico en declive se contempla el desarrollo de las siguientes líneas estratégicas:

5.3.1. Demanda: Es necesario realizar estudios, que contemplen información histórica, actual y periódica sobre el comportamiento del turista que visita la comuna de Concón.

5.3.2 Oferta: En este lineamiento es necesario conocer los atractivos tangibles e intangibles con que cuenta la comuna, además de determinar la organización de la oferta existente. También como medida de mejoramiento es necesario considerar posibles certificaciones, mayor impulso al cuidado del medio ambiente, programas de conciencia turística y mejoramiento del transporte público entre otros.

5.3.3 Investigación y organización: aquí resulta aconsejable considerar acciones de formación del recurso humano, organización de este (público privado), acciones de alianzas estratégicas con otros destinos y actividades de promoción entre otras.

Un modelo de gestión territorial permite administrar adecuadamente los recursos de un territorio, haciendo factible la aplicación de estrategias que aporten al desarrollo del turismo. Al reconocer las fases del ciclo de vida en los destinos es necesaria una acertada planificación; por ello la aplicación de un modelo de gestión territorial determina técnicamente la situación actual, las potencialidades, limitaciones del destino y diseña herramientas gerenciales capaces de elevar los parámetros ideales para la atención de la demanda establecida y abrir posibles mercados claves.

Por lo anteriormente señalado es que resulta fundamental establecer una correcta ejecución del plan de desarrollo turístico que introducirá un **enfoque cualitativo** que ayuda a establecer los parámetros para el modelo de gestión que se ha propuesto en este destino turístico. De igual forma para diseñar los lineamientos para la posible implementación y funcionamiento de una Organización de gestión de Destinos (OGD). El **enfoque cuantitativo** será útil para desarrollar herramientas gerenciales que podrían ser utilizadas para el posicionamiento del territorio.

De ahí la importancia de la gestión turística para aunar las voluntades y recursos para llevar a cabo este plan de manera completa y a futuro revisar sus resultados a corto, mediano y largo plazo. Por lo mismo la planificación estratégica de este PLADETUR contempla los tres lineamientos mencionados anteriormente profundizados en los cinco planes base de Gobernanza, desarrollo de productos, capital humano, medio ambiente y comunicación y promoción.

El siguiente cuadro muestra la relación entre los tres lineamientos estratégicos relacionados con el rejuvenecimiento del destino con las líneas estratégicas del plan que nacen de las políticas nacionales y regionales de nuestro país.

Para generar estrategias que vayan encaminadas en levantar un destino turístico en declive, como es el caso de Concón, se requiere de una planificación y ejecución de acciones concretas, realistas y que considere algunas de corto y largo plazo, con las de corto plazo lo que se logra es motivar a uno de sus principales actores, que son los privados, ya que son ellos los que aportan al cambio de rumbo del desarrollo turístico de la comuna, con acciones tan simples como una mejora en la calidad del servicio, promoción y difusión estándar, información real de la oferta y con algún proyecto innovador y a la vez emblemático.

Por estas razones es que las estrategias y proyectos presentados en la actualización de Pladetur se encuentran alineadas con el desarrollo turístico de la comuna de manera SUSTENTABLE y con el claro propósito de mejorar lo que no se está haciendo bien y de difundir y potenciar lo que si se hace bien. Por lo tanto es necesario aunar los esfuerzos en las propuestas indicadas y no en nuevas tareas, para no generar cruces de proyectos, tiempos perdidos, proyectos a medias, en definitiva pérdida de tiempo y costos.

Resulta interesante para los destinos que se encuentran en etapa de declive, todas las acciones que tienen relación con los programas de conciencia turística, los de reforzamiento a la identidad turística de la comuna, en este caso el sello gastronómico y la generación de un proyecto innovador y de fuerte repercusión en los medios sociales, como por ejemplo el proyecto desarrollado en el presente Pladetur de “destino inteligente”, en el caso de Concón promoviendo el desarrollo en un sector (gastronómico) acotado, como un piloto de hacia dónde derivar la oferta de servicios y productos de Concón.

5.4 Estrategias de Rejuvenecimiento Turístico

Lineamiento	Estrategia	Objetivo
Gobernanza-Demanda	Programa inteligencia de mercado	Aportar y fortalecer la información turística comunal, mediante la captura, procesamiento y difusión de datos, para una mejor toma de decisiones en la gestión privada y pública del turismo comunal.
Desarrollo de productos-Oferta	Formalización, mejoramiento y diversificación de la planta turística comunal.	- Apoyar los procesos de formalización de emprendedores y/o pequeños empresarios turísticos, hoy no incorporados a la oferta turística regular de la comuna de Concón, en distintos rubros de actividad. -Difundir y acompañar técnicamente a los empresarios y emprendedores turísticos, para acceder a instrumentos de fomento disponibles actualmente para ellos, en la institucionalidad pública y privada pertinente.
	Puesta en valor del patrimonio histórico y cultural de concón.	Identificar los recursos turísticos histórico-culturales del territorio, factibles de ser incorporados a la oferta turística comunal. Articular esfuerzos públicos y privados, para la generación

		<p>de servicios y productos turísticos vinculados al patrimonio cultural tangible e intangible de la comuna y su correspondiente difusión y comercialización.</p> <p>Incorporar en la Imagen Destino del Territorio la citada diversificación de la oferta turística local, como una forma de avanzar en una disminución relativa de la estacionalidad y de acceder a nuevos nichos de demanda.</p>
	<p>Diseño, desarrollo y/o perfeccionamiento de productos turísticos sustentables.</p>	<p>Avanzar en el diseño, desarrollo, perfeccionamiento de productos turísticos sustentables, sea de carácter estrictamente local o integrados con otros oferentes aledaños al territorio.</p> <p>-Poner en valor dicha nueva oferta de productos turísticos, poseedores de atributos de sustentabilidad.</p>
	<p>Programa de destino turístico inteligente</p>	<p>Propiciar la articulación de los distintos agentes públicos y privados sectoriales, de la comuna, para consensuar y comprometer –a manera de primera etapa de trabajo- una intervención de carácter piloto, focalizada inicialmente en la zona gastronómica y de ampliación gradual, con miras a su posicionamiento como Destino Turístico Inteligente.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Acceso y procesamiento de información del destino 2) Gestionar de manera más eficiente y sustentable los recursos del destino 3) Optimizar la conectividad digital entre empresas y clientes 4) Integrar la innovación como atributo clave del emprendimiento, producto, servicio y experiencia del destino
<p>Capital Humano, Medio ambiente, Promoción,</p>	<p>Plan de capacitación para prestadores de servicios</p>	<p>Elaborar de una propuesta de</p>

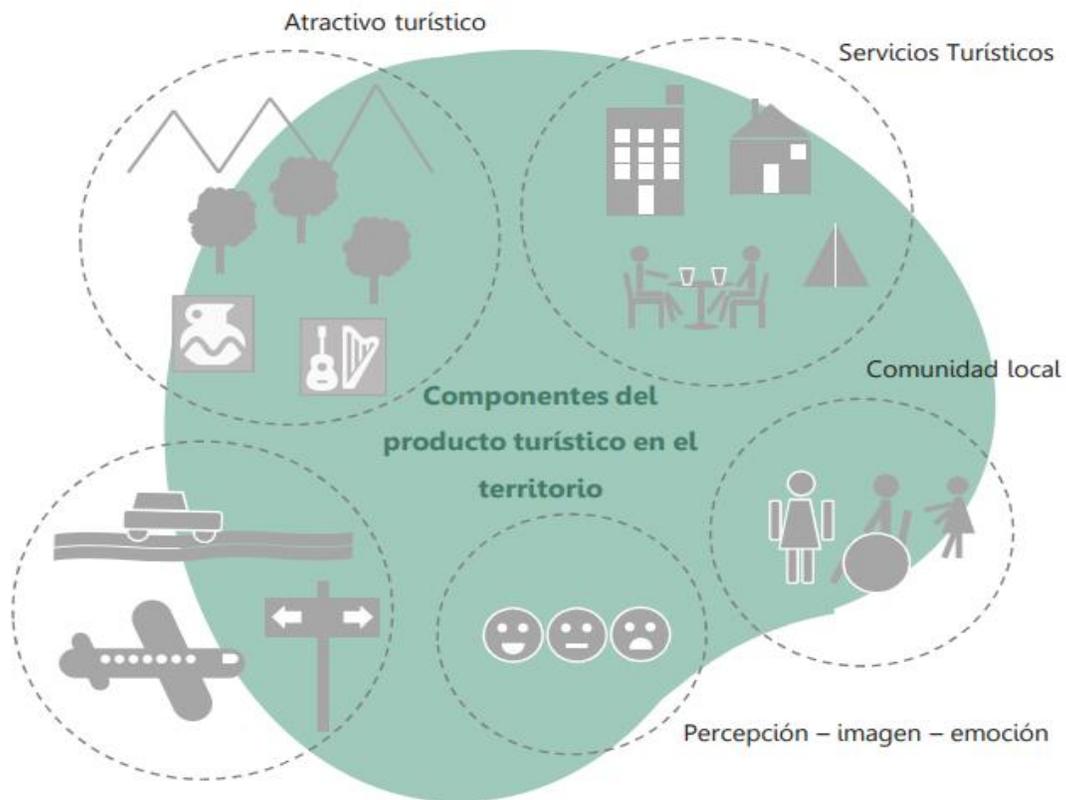
Gobernanza – Investigación y organización.	turísticos, trabajadores y otros actores locales relevantes	capacitación para distintos actores relevantes locales, elaborada a partir de un diagnóstico participativo de requerimientos de capacitación. Mejorar los actuales indicadores en materia de satisfacción de visitantes y aumentos en los flujos y permanencia en el Destino
	Programa de profesionalización de líderes vinculados al desarrollo turístico local y de organizaciones turísticas	Fortalecer los liderazgos locales de personas vinculadas a la actividad turística en cada territorio; emprendedores, agentes y/o actores locales, representantes de organizaciones empresariales sectoriales y/afines a la actividad turística.
	PROCESO DE CERTIFICACION DE CALIDAD PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS	Apoyar y acompañar técnicamente a prestadores de servicios turísticos de Concón, en su toma de decisión e inicio de sus respectivos procesos de certificación. Contribuir, con base a esta iniciativa, al logro de una oferta de servicios turísticos locales con una mejor calidad en la prestación de sus servicios y el consiguiente impacto en la satisfacción de los visitantes del Destino Concón.
	Estudio de Flujos Vehiculares	Contar con información fidedigna y actualizada en materia a de flujos vehiculares en la comuna Apoyar una mejor y oportuna toma de decisiones municipales y sectoriales, en materia de regulación de flujos vehiculares e inversiones relacionadas
	Estudio Focalizado de La Demanda	Generar conocimiento relativo a este nicho de mercado que

		<p>permita avanzar en el diseño y desarrollo de una oferta especializada y acciones promocionales específicas y atinentes a los requerimientos de dicha demanda en particular Retroalimentar al Plan de Marketing Turístico de la comuna y al Plan de Medios, también propuesto como iniciativa de este PLADATUR. Contribuir a una ampliación de la demanda que opta por el Destino concón, atribuible en este caso a una oferta gastronómica especializada.</p>
	<p>Actualización Plan de Marketing</p>	<p>Actualizar el Plan de Marketing Turístico de Concón, conforme a los cambios en el comportamiento de la demanda que se establezcan tras su segundo año de implementación. Adecuar los procesos de promoción y comercialización de la oferta turística de Concón, conforme a los nuevos requerimientos del mercado Contribuir al aumento y/ diversificación de la demanda de la demanda y al mejoramiento los canales de promoción y comercialización de Concón</p>

6.1 Producto Turístico

Es un conjunto de factores tangibles (infraestructura, equipamiento, alojamiento, etc.) e intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etc.) articulados en una experiencia turística, que dispone de los recursos de un territorio para hacer vivir al consumidor uno o varios momentos significativos, de acuerdo con la percepción individual y subjetiva del turista.

Componentes del producto turístico en el territorio



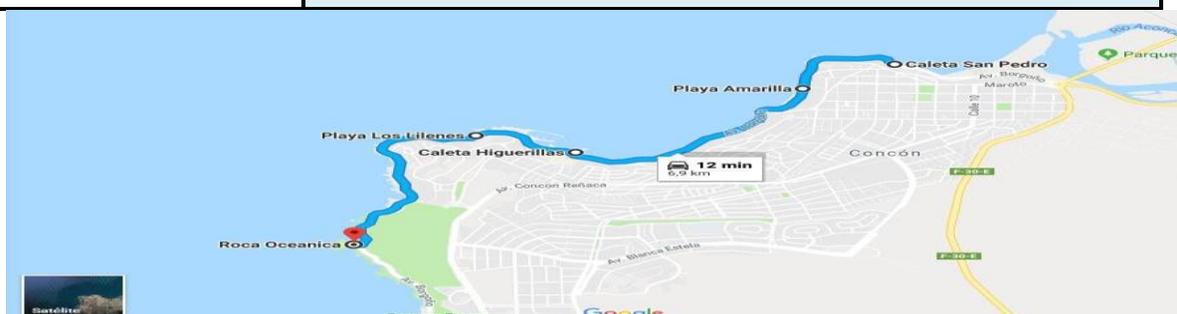
¿Qué debemos conseguir con cada uno de los circuitos turísticos integrados?

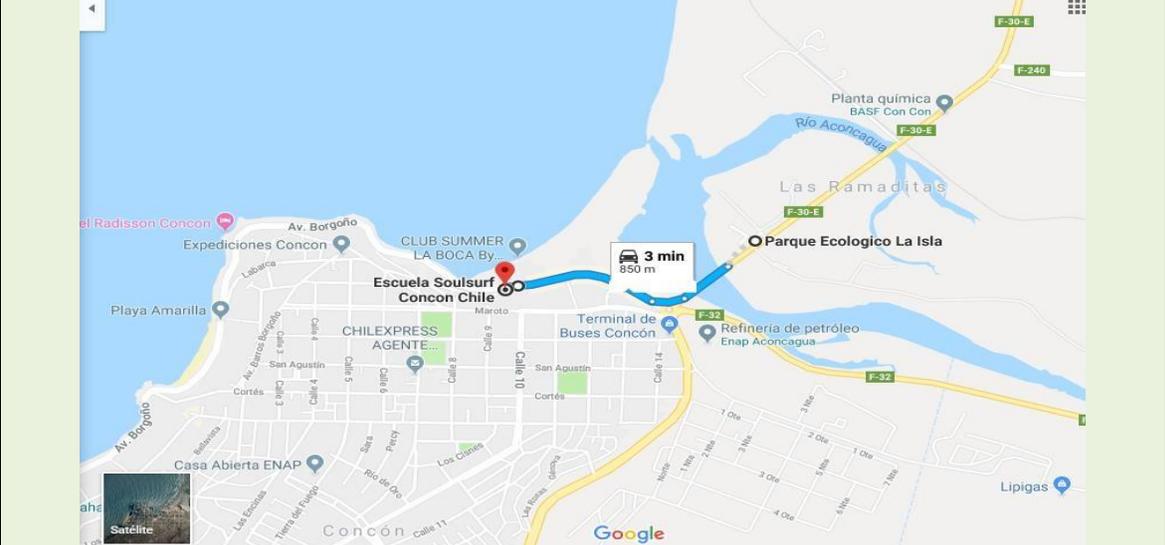
Debemos satisfacer las necesidades y expectativas que motivaron el viaje de nuestro consumidor, de manera tal que queden deseos de volver a consumir el producto que diseñamos y recomendarlo a nuevos turistas. Por otra parte, debemos lograr que nuestro producto turístico se vincule fuertemente al desarrollo local, y sea un aporte a los habitantes del territorio donde se desenvuelve el producto.

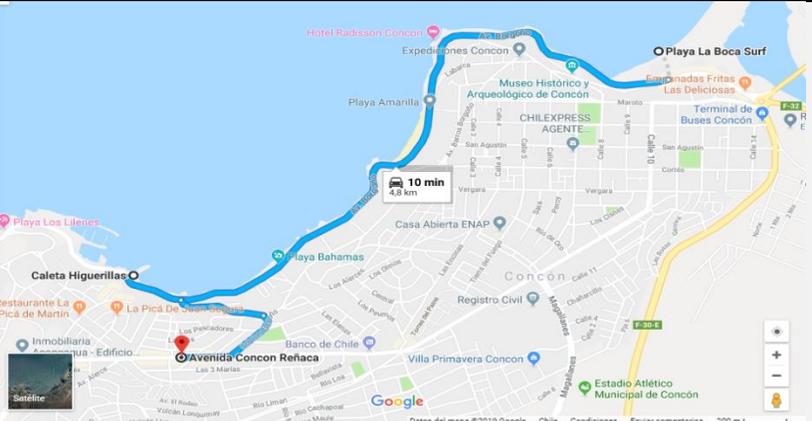
Según lo anteriormente señalado visualizamos la actual oferta turística de Concón y como resultado de ese diagnóstico se diseñaron productos importantes para promover el turismo local y desarrollar de manera ordenada distintas actividades.

6.2 Circuitos y Rutas Turísticas

 <p>Producto 1</p>	<p style="text-align: center;">CIRCUITO TURÍSTICO LOCAL BORDE COSTERO</p>
ATRATIVOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Caleta San Pedro • Playa Amarilla • Caleta Higuierillas • Playa Los Lilenes • Roca Oceánica 	
ACTIVIDADES	<p>Visita a Caleta San Pedro, criaderos de truchas y sala de ventas.</p>
	<p>Continúa recorrido parada en sector Playa Amarilla. Continúa recorrido pasando por Playa Negra, las Bahamas hasta llegar al sector gastronómico Higuierillas.</p>
	<p>Visita al Sector Gastronómico de “Caleta Higuierillas”, vista de la caleta artesanal, desde donde se puede apreciar su muelle y parte del Club de Yates. Además, se puede degustar de las delicias gastronómicas del mar que ofrecen los variados restaurantes del sector.</p>
	<p>Visita guiada a Mirador Roca Oceánica, ubicado entre el límite de las comunas de Concón y Viña del Mar. Ultimo prontuario rocoso que marca el inicio del camino costero. Desde este sector se obtiene una increíble vista desde el Mar hacia la costa de Viña del Mar y Valparaíso. Vista panorámica a Dunas de Concón, para su contemplación desde la Roca Oceánica.</p>
	<p>*Guía exclusivo para el grupo en destino, recomendable para quienes gustan del turismo fotográfico y senderismo.</p>
Tangible	<p>Físicos: Atractivos naturales: Borde costero/ Mirador Roca Oceánica/playas Atractivos artificiales: Caleta San Pedro-Caleta Higuierillas-Club de Yates -Productos locales: empanadas, comidas en base a pescados y mariscos. Infraestructuras y equipamientos: -Alojamiento: No necesariamente para este circuito de 1 día. -Restaurantes: Sector Gastronómico Higuierillas -Medios de transporte: autobús</p>
Intangible	<p>Patrimonio intangible: la historia ligada a su borde costero “polvorazo”, sus dos caletas y patrimonio gastronómico local. -Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, -Seguridad: Se recomienda hacerlo en auto y parar solo en los puntos turísticos, debido a que el camino presenta varias dificultades para recorrerlo caminando. -Sanidad: restaurantes con resolución sanitaria. -Calidad medioambiental: Si, en su condición de contacto directo con la naturaleza.</p>
Oportunidades de mercado	<p>Visitantes de fin de semana: Familias, niños, jóvenes, adultos y adulto mayor.</p>
Fondos de financiamiento	<p>Presupuesto Municipal solo si es para grupo, con guía municipal privadas Particulares si el servicio es prestado para grupos o personalizado por una agencia turística privada.</p>
Circuito apto para recorrido en :	



 <p>Producto 2</p>	<p>CIRCUITO TURÍSTICO LOCAL DEPORTE - AVENTURA – CONTEMPLACION</p>
<p>ATRATIVOS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Parque Ecológico la Isla “Humedal Parque la Isla” • Sector gastronómico La Boca. • Playa la Boca, escuelas de surf, kayak. 	
<p>ACTIVIDADES</p>	<p>Visita guiada a Humedal Parque ecológico la Isla, esta visita se realiza durante la mañana donde se podrá apreciar aves, flora y fauna con 500 mts de senderos para recorrer y fotografiar.</p> <p>Almuerzo en sector gastronómico la Boca.</p> <p>Llegada a playa la Boca, visita a escuela de Surf, sup y otros.</p>
<p>Tangible</p>	<p>Físicos:</p> <p>Atractivos naturales: Parque Ecológico La Isla./ Playa La Boca Atractivos artificiales: Ruta de escuelas de surf.</p> <p>Infraestructuras y equipamientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alojamiento: No necesariamente para este circuito de 1 día. -Restaurantes: Sector Gastronómico La Boca. -Medios de transporte: autobús, auto particular, bicicleta. -Productos locales: empanadas del sector La Boca.
<p>Intangible</p>	<p>Patrimonio histórico ligado al lugar. Nombre de Concón, palma histórica, primer astillero. Patrimonio gastronómico cultural de Sector La Boca.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público. -Seguridad: La playa solo en verano cuenta con salvavidas. -Sanidad: restaurantes del sector con resolución sanitaria. -Calidad medioambiental: Sí, por su condición de contacto directo con la naturaleza como playa y humedal.
<p>Oportunidades de mercado</p>	<p>Visitantes de fin de semana: Familias, niños, jóvenes, adultos y adulto mayor.</p>
<p>Fondos de financiamiento</p>	<p>Presupuesto Municipal solo si es para grupos Particulares si el servicio es prestado para grupos o personalizado por una agencia turistica privada.</p>
<p>Circuito apto para recorrido en :</p>	
	

<p>Producto 3</p> 	<p>RUTA GASTRONÓMICA CONCÓN</p>
<p>ATRATIVOS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Sector Gastronómico La Boca. • Sector Caleta Higuierillas o Sector Alto de Higuierillas. • Sector Avenida Concón-Reñaca. 	
<p>ACTIVIDADES</p>	<p>Visita auto guiada sector gastronómico La Boca, degustación. Visita al Sector Gastronómico La Boca, recorrido y visita feria artesanal y degustación de platos típicos de productos del mar y de empanadas.</p> <p>Visita auto guiada al Sector Gastronómico de Caleta Higuierillas . Almuerzo en Higuierillas Alto, donde se puede degustar de las delicias gastronómicas del mar que ofrecen los variados restaurantes del sector.</p> <p>Tarde en playa los Lilenes.</p> <p>Recorrido por el sector gastronómico Avenida Concón-Reñaca donde se encuentra una amplia variedad de restaurant de comida temática donde poder elegir y degustar. Noche de entretención en Restobar del Sector Gastronómico.</p>
<p>Tangible</p>	<p>Físicos:</p> <p>Atractivos naturales: Borde costero con sus playas.</p> <p>Atractivos artificiales: Caleta San Pedro- Caleta Higuierillas</p> <p>Infraestructuras y equipamientos:</p> <p>-Alojamiento: No necesariamente para este circuito de 1 día.</p> <p>-Restaurantes: Sector Gastronómico La Boca, Higuierillas Alto y Avenida Concón Reñaca.</p> <p>-Medios de transporte: autobús, auto particular.</p> <p>-Productos locales: empanadas, gastronomía en base a mariscos y pescados.</p> <p>-Productos turismo rural asociados: no hay.</p>
<p>Intangible</p>	<p>Patrimonio cultural gastronómico de la comuna.</p> <p>-Accebilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público. Accesible solo a quienes puedan costear los servicios gastronómicos.</p> <p>-Seguridad:</p> <p>-Sanidad: restaurantes de los 3 sectores con resolución sanitaria.</p> <p>-Calidad medioambiental:</p>
<p>Oportunidades de mercado</p>	<p>Familias, jóvenes, adultos y adulto mayor.</p>
<p>Fondos de financiamiento</p>	<p>Particular, debido a que contempla servicio gastronómico.</p> <p>Particulares si el servicio es prestado para grupos o personalizado por una agencia turística privada.</p>
<p>Circuito apto para recorrido en :</p>	
	

6.3 Propuesta Calendario Anual de Actividades Turísticas Concón Marzo-Diciembre 2019.

Nombre de Actividad

BIENVENIDO OTOÑO

Tipo de Actividad

Actividades Turísticos-Culturales

Oportunidades de mercado

-Residentes
-Visitantes por fin de semana: Adulto Joven, Matrimonios, hombres y mujeres 30 a 65 años.

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha 22 AL 24 de Marzo

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 1.000

Posible fuentes de financiamiento Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad Celebrar el equinoccio de Otoño tematizado con la temporada de cosechas.

Cultura:Feria de antigüedades. Esperar el equinoccio en Playas de Concón. Museo abierto.

Deportiva:Caminata guiada por playas, mirador y humedales.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios o promociones especiales por 2 noches.

Gastronomía:

Concurso o Inventar el Plato del Otoño Noche de Maridajes de Vendimia y Mar, en alianza con viñas de otras comunas.

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
Productos locales: artesanía local.
Productos rurales: emprendimientos con identidad local (mermeladas, mistelas).

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y aparthoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús

Componentes Intangibles:

-Accebilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo por parte defensa civil y guardias. Certificado Sec.
-Sanidad: patio de comidas con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de Plaza.

Marzo 2019						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Nombre de Actividad

FERIA ESPACIO MUJER CONCÓN"

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

-Residentes
-Femenino entre 15 a 75 años.
-Visitantes de fin de semana: Familias

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha 29-30-31 de Marzo

N° Estimado de Personas Destinatarias

2000 personas.

Posible fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondart Regional- Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad Conmemorar y celebrar el día internacional de la Mujer con feria de exposición.

Cultura:Expo emprendedoras de la Comuna. Escenario con artistas locales, teatro danza y música.

Deportiva:Baile entretenido en la plaza.

Alojamiento/Restaurantes: Descuento esos días a mujeres que visiten y alojen en la comuna.

Gastronomía: Patio de comidas con food trucks

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos- identidad local.

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y aparthoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

-Accebilidad: Cercana a medios de locomoción abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo defensa civil y guardias. Certificado Sec.
-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.

Nombre de Actividad

DIA NACIONAL DE LA COCINA CHILENA

Tipo de Actividad

Actividades Culturales y Turismo Rural

Oportunidades de mercado

Visitantes de fin de semana: Familias

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha 12 AL 14 de Abril**N° Estimado de Personas Destinatarias**

Más de 1.000

Posible fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondart Regional.

Descripción de Actividad

La comuna se posiciona como la Capital Gastronómica de Chile con una feria gastronómica de cocina chilena .

Cultura:Feria gastronómica- escenario con artistas locales y artesanía.

Deportiva:Corrida Garzones.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía:

Expo de Cocina Chilena. Día del Marisco, Día del pescado, Concursos, degustaciones populares. Noche de Maridajes de Campo y Mar, en alianza con Viñas de Casablanca, Quillota, Los Andes, San Antonio.

Componentes Tangibles:**Físicos:**

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
-Productos locales: cocina local, artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local (mermeladas, mistelas)

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y aparthotel
-Restaurantes: Sectores gastronómico La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús

Componentes Intangibles:

Día nacional Gastronomía, recetas con identidad local.
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo por parte defensa civil y guardias. Certificado Sec.
-Sanidad: patio de comidas con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.

Abril 2019

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Nombre de Actividad

DIA DE LA DANZA

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Residentes
Visitantes de fin de semana: Familias
Consumidores Culturales de otras comunas de la región.

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha 27 de Abril**N° Estimado de Personas Destinatarias**Más de 500**Posible fuentes de financiamiento**

FNDR 2% Cultura- Fondart Regional

Descripción de Actividad

Celebración día de la danza.

Cultura:Presentaciones diarias de grupos de baile popular y clásicos en espacios públicos. Clases de baile.

Deportiva:Maratón de baile entretenido.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios y promociones especiales por visita es fin de semana.

Gastronomía: Patio de comida con footrucks.

Componentes Tangibles:**Físicos:**

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local (mermeladas, mistelas)

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y aparthoteles
-Restaurantes: Sector gastronómico La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús

Componentes Intangibles:

Día nacional de la Danza (29 abril)
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo por parte de defensa civil.
-Sanidad: patio de comidas con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1 <small>Día del trabajo</small>	2	3	4	5
6	7	8 <small>Día del trabajo</small>	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21 <small>Día de las Glorias Navales</small>	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Nombre de Actividad

DÍA DEL TEATRO

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Familias- Visitantes del fin de semana.
Consumidores Culturales de otras comunas de la región.

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha

10 al 12 de Mayo

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 500

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondart Regional Presupuesto Municipal -

Descripción de Actividad Celebración del Día del Teatro chileno.(oficial 11 de mayo)

Cultura:

Programación de una muestra de teatro con artistas y compañías locales. Intervenciones urbanas teatrales en zona de restaurantes y/o declamaciones poéticas.

Deportiva: Ninguna.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales y/o promociones por visita esas 2 noches.

Gastronomía: Patio de comida con foodtrucks.

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local.

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Día nacional del teatro (11 de mayo)
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural.
-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.

Nombre de Actividad

DIA DEL PATRIMONIO

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Familias -Visitantes del fin de semana.

Lugar Geográfico de Ejecución

Museo Histórico y Arqueológico de Concón

Duración o fecha 24 AL 26 de Mayo

N° Estimado de Personas Destinatarias Más de 200

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura-Fondart regional-Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad Celebración del Día Nacional del Patrimonio, coincidiendo con la fiesta de patrimonio intangible de la Cruz de Mayo.

Cultura: Visitas guiadas en museo, Celebración Cruz de Mayo.

Deportiva: Caminata guiada por santuarios naturales de la comuna.

Alojamiento/Restaurantes: Precios especiales y /o promociones por visita esas 2 noches.

Gastronomía: En su calidad de capital gastronómica de Chile, realización de una Feria de cocina patrimonial de Chile. Muestra y degustaciones. Chef hacen clases al público.

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: Santuarios de la Naturaleza Dunas y Humedal Parque Ecológico la Isla.
Atractivos artificiales: Museo Histórico y Arqueológico.
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local.

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Día nacional del patrimonio cultural chileno (último domingo de mayo).Cruz de mayo
Relato turístico, grupo artístico que represente un hito histórico.
-Accesibilidad: Cercano a medios de locomoción, abierta a todo el público, entrada con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural.
-Sanidad: Exponentes de feria gastronómica con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: contacto con la naturaleza en las caminatas guiadas a los santuarios de la

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Nombre de Actividad

WETRIPANTU- AÑO NUEVO MAPUCHE

Tipo de Actividad

Actividades culturales

Oportunidades de mercado

Familias- Visitantes de fin de semana.

Lugar Geográfico de Ejecución

Parque Ecológico La Isla

Duración o fecha 22 de Junio

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 500

Posibles fuentes de financiamiento

Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

Para el pueblo mapuche esta fecha es donde renace la naturaleza por la llegada del invierno. Además en el campo chileno es el mes de cultivo.

Cultura: Actividad: Niños de la comuna plantan árboles nativos para reforestar

Deportiva:

Campeonato del Juego de palín.
Caminata guiada por el humedal.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por ese fin de semana.

Gastronomía: comida mapuche

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: Humedal Parque Ecológico La Isla

Atractivos artificiales: No

-Productos locales: artesanía mapuche

-Productos rurales: emprendimientos con identidad mapuche

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles

-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca

-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

21 de junio- Año Nuevo Mapuche

-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público.

-Seguridad: Actividad con luz natural., guardia en entrada al parque.

-Comida mapuche con resolución sanitaria

-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de Parque ecológico.

Nombre de Actividad

FIESTA SAN PEDRO

Tipo de Actividad Actividades Culturales- Patrimoniales

Oportunidades de mercado

Familias-Visitantes del fin de semana

Lugar Geográfico de Ejecución

Caleta Higuierillas- Caleta San Pedro

Duración o fecha 28 AL 30 de Junio

N° Estimado de Personas Destinatarias Más de 500

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura – presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

El 29 de junio es la Fiesta San Pedro celebramos tradicionalmente sus costumbres y oficio.

Cultura: Celebración popular de la manifestación tradicional y de patrimonio intangible “Fiesta de San Pedro”.

Deportiva: Campeonato de pesca deportiva.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía: Restaurantes con Comidas en base a pescados y mariscos .Venta y degustaciones en caletas.

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: Borde Costero.

Atractivos artificiales: Caletas de Pescadores Higuierillas y San Pedro.

-Productos locales: empanadas, platos con productos del mar.

-Productos rurales: No

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles

-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto.

-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Celebración de San Pedro, patrono de los pescadores.

-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público,

-Seguridad: Actividad con luz natural.

Cuenta con resguardo por parte defensa civil.

-Sanidad: restaurantes y patio de comidas con resolución sanitaria.

-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de caleta.

Nombre de Actividad

FIESTA DE LA CULTURA DE INMIGRANTES

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Familias- Visitantes de fin de semana

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha 26-27-28 de Julio**N° Estimado de Personas Destinatarias**

Más de 1.000

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR

Descripción de ActividadGala artística de danzas y música de inmigrantes.
Feria de artesanía y muestra gastronómica.**Cultura:**Presentaciones de música, danza y artesanías de inmigrantes.**Deportiva:**

Corrida o cicletada de la hermandad de las naciones.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía: Muestra de comidas de inmigrantes..**Componentes Tangibles:****Físicos:**Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local.**Infraestructuras y equipamientos:**-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.**Componentes Intangibles:**Integración. Rescate y puesta en valor de la cultura culinaria local y de aquellos inmigrantes
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo por parte defensa civil y guardias. Certificado Sec.
-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.**Julio 2019**

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Nombre de Actividad

CAMPEONATO CIRCUITO DE BODYBOARD Y SURF INVIERNO

Tipo de Actividad

Actividades Deportivas

Oportunidades de mercado

Jóvenes de entre 15 a 40 años- Deportistas-visitantes de fin de semana.

Lugar Geográfico de Ejecución

Playa La Boca

Duración o fecha 18 al 21 de julio**N° Estimado de Personas Destinatarias**

Más de 1.000

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2 % Deportes- Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

Replicar durante las vacaciones de invierno el circuito de surf que se realiza en temporada estival.

Cultura:Presentaciones artistas locales.(Reggae, rock)**Deportiva:**

Campeonato y escuelas de Bodyboard y surf.

Alojamiento/Restaurantes: Precios y/o promociones especiales por visita esas 2 noches.**Gastronomía:** Ruta de la Empanada sector La Boca.**Componentes Tangibles****Físicos:**Atractivos naturales: Playas La Boca
Atractivos artificiales: circuito de Escuelas de Surf
Productos locales: Empanadas sector La Boca.
-Productos rurales: No**Infraestructuras y equipamientos:**-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.**Componentes Intangibles:**Recreación y bienestar. Celebración actividad parte del circuito nacional de federación de surf de Chile.
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público.
-Seguridad: Actividad con luz natural.
-Sanidad: restaurantes del sector con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de play

Agosto 2019						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Nombre de Actividad

FERIA DEL LIBRO

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Familias Residentes
Visitantes de fin de semana: Familias
Consumidores Culturales de otras comunas de la región.

Lugar Geográfico de Ejecución

Avanzada Cultural

Duración o fecha

9-10 y 11 de Agosto

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 1.000

Posible fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondo del Libro-

Descripción de Actividad

Realización de la Feria del Libro de Concón, con presentaciones artística exposición de artesanía s y patio de comidas.

Cultura:

Feria con editoriales y librerías
Presentaciones de artistas locales
Artesanía local
Patio de comidos con food trucks

Deportiva: No

Alojamiento/Restaurantes:

Precios y promociones especiales por ese fin de semana.

Gastronomía:

Patio de comidas con food trucks.

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: humedal de concón como parte encuentro poético.
Atractivos artificiales: Feria
-Productos locales: Artesanía con identidad local
-Productos rurales: No

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público,
-Seguridad: Cuenta con resguardo por parte de guardias.
-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Contacto con la naturaleza en el encuentro poético que se realiza en el Humedal Parque Ecológico La isla.

Nombre de Actividad

CONCÓN CARRETÓN ABAJO

Tipo de Actividad

Actividades Deportivas

Oportunidades de mercado

Jóvenes y Familias Residentes
Visitantes de fin de semana: Familias
Jóvenes de otras comunas de la región.

Lugar Geográfico de Ejecución

Avenida Magallanes

Duración o fecha

24 y 25 de Agosto

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 1.000

Posibles fuentes de financiamiento

Cultura-FNDR- Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

Cultura: Expo de vehículos de colección o antiguos.

Deportiva: Competencia nacional de carros de carrera cerro abajo.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita ese fin de semana.

Gastronomía: Patio de comidas con Foodtrack en el evento. Concurso del plato tuerca.

Componentes Tangibles:

Físicos:

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: carretones participantes
Productos locales:
-Productos rurales: No

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Salud, recreación y bienestar.
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público,
-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo por parte defensa civil y guardias.Certificado Sec.
-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Si, en su calidad de actividad al aire libre.

Nombre de Actividad

DIA NACIONAL DEL CIRCO

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Residentes y Visitantes por fin de semana - Consumidores Culturales

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch

Duración o fecha 6, 7 y 8 de Septiembre**N° Estimado de Personas Destinatarias**

Más de 500

Posibles fuentes de financiamiento

Cultura-FNDR- Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

Celebración del Circo Chileno.

Cultura :Show clásico de payasos, trapezio y malabaristas.Muestras y talleres circenses**Deportiva**:Corrida de zanquistas.**Alojamiento/Restaurantes**: Precios especiales por visita fin de semana.**Gastronomía:**

Patio de comidas con foodtrucks.

Componentes Tangibles:**Físicos:**Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local.(mermeladas, mistelas)**Infraestructuras y equipamientos:**-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.**Componentes Intangibles:**Día nacional del Circo
Rescate cultural de Personaje tony chileno
-Accebilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.
-Seguridad: Actividad con luz natural.
-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.**Septiembre 2019**

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	Independencia Nacional, Día de los Niños del Circo	26	27	28	29

Nombre de Actividad

SEMANA DE LA CHILENIDAD

Tipo de Actividad

Actividades Culturales y Turismo Rural.

Oportunidades de mercado

Jóvenes, adultos y familias

Lugar Geográfico de EjecuciónMedialuna Los 10 Amigos**Duración o fecha** 16 al 22 de Septiembre**N° Estimado de Personas Destinatarias**Más de 2.000**Posibles fuentes de financiamiento**

FNDR- Presupuesto municipal- privados

Descripción de ActividadFiesta de la Chilenidad
Ramada Oficial
Desfile Fiestas Patrias
Campeonato de rayuela.**Cultura**:Competencia de las 1000 cuecas.

Clases de cueca, exposición de artesanos y vestuario del baile nacional.

Deportiva:-Juegos típicos chilenos.

-Campeonato Nacional de Rayuela.

Alojamiento/Restaurantes: Precios y/o promociones especiales por visita esa semana.**Gastronomía:**

Ramadas y fondas con Platos típicos chilenos.

Componentes Tangibles:**Físicos:**Atractivos naturales: Humedal Parque Ecológico La Isla
Atractivos artificiales: Medialuna Los 10 Amigos.-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: emprendimientos con identidad local, vinos de couma vecina invitada**Infraestructuras y equipamientos:**-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.**Componentes Intangibles:**Respeto, educación, identidad.
Rescate cultural de Personajes y tradiciones chilenas.
-Accebilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público.
-Seguridad: Actividad con luz natural., guardia en entrada al parque.
-Comida chilena con resolución sanitaria
-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de Parque ecológico.

Nombre de Actividad

MUESTRA FOLCLÓRICA DE LA ESCUELA PUENTE COLMO

Tipo de Actividad

Actividades Culturales y Turismo Rural.

Oportunidades de mercado

Familias- Visitantes de fin de semana

Lugar Geográfico de Ejecución

Escuela Puente Colmo

Duración o fecha

12 y 13 de Octubre

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 1.000

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondart Regional-Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

Fiesta costumbrista que considera una muestra folclórica y un patio de comida típica chilena.

Cultura: Muestra folclórica con exponentes de música y danza de todo Chile.

Deportiva:

Concurso de juegos típicos.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía:

Comida típica chilena en el lugar del evento.

Componentes Tangibles:**Físicos:**

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: Escuela Puente Colmo
-Productos locales: artesanía local
-Productos rurales: Patio de comidas con comida chilena.

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Educación, identidad. Rescate cultural de folclor chileno.
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, pero con cobro de entrada
-Seguridad: Actividad con luz natural.
-Sanidad: patio de comida con resolución sanitaria.
-Calidad medioambiental: Si, actividad al aire libre del sector rural.

Octubre 2019

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Nombre de Actividad

CORRIDA CONCÓN

Tipo de Actividad

Actividades Deportivas

Oportunidades de mercado

Jóvenes y adultos

Lugar Geográfico de Ejecución

Estadio Atlético –Lomas de Montemar

Duración o fecha 25 AL 27 de Octubre**N° Estimado de Personas Destinatarias**

Más de 1.000

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Deportes- Presupuesto Municipal

Descripción de Actividad

Corrida nacional para profesionales y aficionados.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía:

Feria de Comida saludables para deportistas.
Preparaciones de mar y jugos naturales energéticos.

Cultura: Museo abierto. Artesanía en Plaza Patricio Lynch.

Deportiva: Corrida familia.

Componentes Tangibles:**Físicos:**

Atractivos naturales: No
Atractivos artificiales: circuito de la corrida (Lomas de Montemar, rodeados de bosque y vista al mar)
-Productos locales: No
-Productos rurales: No

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles
-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca
-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Estimular deporte y recreación
Salud y bienestar.
-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público,
-Seguridad: Actividad con luz natural.
Cuenta con resguardo por parte defensa civil
-Sanidad:
-Calidad medioambiental: Si, actividad al aire libre en contacto con la naturaleza.

Nombre de Actividad

FESTIVAL DE CINE EMERGENTE CONCON

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Jóvenes, adultos y escuelas de arte de otras comunas- Consumidores Culturales

Lugar Geográfico de Ejecución

Plaza Patricio Lynch o playa Amarilla

Duración o fecha 7 al 9 de Noviembre**N° Estimado de Personas Destinatarias**

Más de 500

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondo Audiovisual

Descripción de Actividad

Realizar un festival en Concón con lo mejor de las nuevas generaciones de cineastas nacionales en la Plaza o playa con cine al aire libre.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía: Patio de comidas con foodtrucks**Cultura:**Expo y competencia de cine nacional durante 3 días. Charlas y talleres de realización documental y nuevos lenguajes.**Deportiva: No****Componentes Tangibles:****Físicos:**

Atractivos naturales: No (A menos que sea la playa)

Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch

-Productos locales: artesanía local

-Productos rurales: emprendimientos con identidad local.

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles

-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca

-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Rescate patrimonio inmaterial. Celebración y puesta en valor del arte cinematográfico.

-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.

-Seguridad: Cuenta con resguardo por parte defensa civil.

-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.

-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.

Noviembre 2019

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8 <small>Día de todos los Santos</small>	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Nombre de Actividad

DÍA INTERNACIONAL DEL MUSICO

Tipo de Actividad

Actividades Culturales

Oportunidades de mercado

Jóvenes-adultos-Consumidores Culturales

Lugar Geográfico de EjecuciónPlaza Patricio Lynch**Duración o fecha** 22 al 24 de Noviembre**N° Estimado de Personas Destinatarias** Más de 500**Posibles fuentes de financiamiento**

FNDR 2% Cultura- Fondo de la Música

Descripción de ActividadEl 22 de noviembre se celebra el día INTERNACIONAL del músico**Cultura:**

Presentaciones de artistas locales y nacionales. Intervenciones urbanas musicales en circuitos gastronómicos.

Deportiva:

A diario: Baile entretenido con todo tipo de música.

Alojamiento/Restaurantes:

Precios especiales y/o promociones por visita esas 2 noches.

Gastronomía:

Patio de comidas con foodtrucks en la plaza.

Componentes Tangibles:**Físicos:**

Atractivos naturales: No

Atractivos artificiales: Plaza Patricio Lynch

-Productos locales: artesanía local

-Productos rurales: emprendimientos con identidad local.

Infraestructuras y equipamientos:

-Alojamiento: hoteles, cabañas y apartoteles

-Restaurantes: Sectores gastronómicos La Boca, Higuierillas, Higuierillas Alto, Av. Concón Reñaca

-Medios de transporte: autobús.

Componentes Intangibles:

Celebración del día del músico. Rescate patrimonio inmaterial.

-Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público, escenario con rampa.

-Seguridad: Actividad con luz natural. Cuenta con resguardo por parte defensa civil.

-Sanidad: patio de comidas con foodtrucks con resolución sanitaria.

-Calidad medioambiental: Sí, por su condición de plaza.

Diciembre 2019						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

Nombre de Actividad

DÍA DE LA PICADA GASTRONOMICA

Tipo de Actividad

Actividades Gastronómicas- Culturales

Oportunidades de mercado

Niños, jóvenes, adultos, familias y agrupaciones de tercera edad.

Lugar Geográfico de Ejecución

Sector Gastronómico Higuierillas Alto

Duración o fecha

6 al 8 de Diciembre

N° Estimado de Personas Destinatarias

Más de 1.000

Posibles fuentes de financiamiento

FNDR 2% Cultura- Fondart Regional

Descripción de Actividad

Ruta gastronómica de picadas. Promocionar a las picadas de comidas en Concón. Evento de promoción previo a la temporada estival.

Cultura:

Rescate de preparaciones típicas de la comuna. Música popular.

Deportiva:

Corrida de garzones de picadas.

Alojamiento/Restaurantes: Precios y/o promociones especiales por visita esas 2 noches.

Gastronomía:

Concursos de platos típicos entre picadas. Cada una su oferta y promociona su local.

Componentes Tangibles:

Físicos:

- Atractivos naturales: No.
- Atractivos artificiales: ruta gastronómica señalizada.
- Productos locales: comida en base a pescados y mariscos.
- Productos rurales: No

Infraestructuras y equipamientos:

- Alojamiento: hoteles, cabañas y apart hoteles
- Restaurantes: Sector Higuierillas alto
- Medios de transporte: Autobús

Componentes Intangibles:

- Rescate patrimonio inmaterial.
- Promoción Identidad culinaria.

- Accesibilidad: Cercana a medios de locomoción, abierta a todo el público.
- Seguridad: Actividad con luz natural.
- Sanidad: restaurantes con resolución sanitaria.

6.4 Cronograma de Actividades

N°	ACTIVIDAD	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OC T	NOV	DIC
1	Bienvenido Otoño	22-23 24									
2	Espacio Mujer	29-30									
3	Día Nacional de la Comida Chilena		12,13,14								
4	Día de la danza		24 25 26								
5	Día del teatro			10 11 12							
6	Día del patrimonio			24 25 26							
7	We tripantu				22						
8	Fiesta de San Pedro				28 29 30						
9	Campeonato Circuito de bodyboard y surf					19 20 21					
10	Muestra Gastronómica de Inmigrantes					26 27 28					
11	Feria del Libro						9, 10,11				
12	Concón Carretón Abajo						24 25				
13	Día Nacional del Circo							6 7 8			
14	Semana de la Chilenidad							16 17 18 19 20 21 22			
15	Muestra Folclórica Escuela Puente Colmo								12 13		
16	Corrida Concón								26 27		
17	Festival de Cine Emergente Concón									7 8 9	
18	Día Internacional del Música									22 23 24	
19	Día de la Picada Gastronómica										6 7 8

Si bien algunos de estos productos ya se desarrollan en mayor o menor medida en la comuna, la propuesta apunta a romper la estacionalidad con una oferta realista donde es aceptado repetir, incluso en más de dos oportunidades durante el año una misma actividad.

Estos productos, que pasan a ser eventos locales, quizás sin un mayor grado de innovación, pero sí con un carácter de emergente entendiendo el propósito final, que es el de presentar a la comuna de Concón como un destino a visitar durante todo el año.

La actualización de Pladetur presenta un mix de proyectos, algunos de fácil ejecución y que no necesariamente sean presentados como una gran innovación y otros que consideran un aporte al mercado turístico dado su alto indicador de proyectos innovadores, siempre basados en las estrategias nacionales y regionales de turismo.

Un ejemplo de proyectos emergentes e innovadores es el de destino inteligente, caracterizado técnicamente en una ficha técnica de perfil de proyectos, antes descrito.

6.5 Vinculación con el Turismo Rural

El turismo rural hoy en día se presenta como una alternativa concreta y sustentable, de generación de ingresos complementarios a la actividad agrícola tradicional, puesto que el turismo rural, lo que busca es promover de una manera sustentable la actividad que se desarrolla en nuestros campos.

Es por esta razón que el desarrollo del turismo rural ha sido abordado fuertemente, por algunas organizaciones públicas y privadas. El organismo que más ha desarrollado actividades de fortalecimiento del turismo rural ha sido INDAP, lo que ha provocado que muchos agricultores hayan o estén llevando a cabo un emprendimiento turístico. Sin embargo cuando se habla de turismo rural, no sólo se debe enfocar en actividades de restauración y pernoctación, sino que también se deben considerar una serie de otras actividades económicas que complementan a los dos servicios indicados, como lo son:

- Producción de mermeladas o dulces
- Producción de quesos
- Frutos, verduras, servicios de entretenimiento como cabalgatas, caminatas y otros.

Es en este sentido donde podemos vincular directamente a algunos productos de los ya descritos con el mundo rural, generando una interacción real y beneficiosa para los turistas ciudadanos y los emprendedores o microempresarios del mundo agrícola.

Por lo tanto en los productos antes descritos, debiera incorporarse en los que tengan una convocatoria superior a las 50 personas, una feria de expositores rurales de Concón, donde en al menos cuatro a cinco stand, puedan ofrecer una muestra de sus productos o servicios para el turista.

Es importante que la municipalidad de Concón debe en una primera instancia, seleccionar, a los expositores validando lo que ofrecerán, para evitar cualquier tipo de problema, también será necesario que el municipio aplique un instrumento de verificación que pueda medir de manera cuantificable, los resultados obtenidos por los expositores rurales, tras su participación en el evento, con el propósito de definir, entre otros, ampliar la cobertura, disminuir la cobertura, posibles costos de participación y otras mejoras que los mismos agricultores les puedan indicar.

Es vital que el municipio de Concón, pueda validar la participación de los interesados, con el propósito antes señalado y por sobre todo asegurar, de que lo que se ofrecerá son productos representativos de la zona agrícola de Concón

7. PLAN DE MARKETING

El Plan de Marketing, se enmarca dentro del diseño de estrategias turísticas para la comuna de Concón, por lo que el presente apartado, entrega información en gran contenida en los informes 2 y 3, de la actual actualización del PLADETUR.



7.1 Objetivos

7.1.1 Objetivo general

Generar un plan de acción general, vinculado a la determinación de estrategia de marketing, que puedan reforzar el posicionamiento de la comuna, en su perfil turístico, ante los turistas y los propios residentes.

7.1.2 Objetivos específicos

- Confeccionar un análisis turístico de la situación actual de Concón
- Analizar el mercado interno y externo turístico.
- Crear estrategias turísticas, enmarcadas dentro de las estrategias regionales y nacionales.
- A partir de las estrategias turísticas, confeccionar un plan de acción de superación de brechas.

7.2 Análisis de la situación

Concón por ser una comuna situada en el borde costero posee una privilegiada condición turística ya sea por su balneario y costa como también por los terrenos que han sido habitados, agregando que cuenta con la desembocadura del río Aconcagua y toda la riqueza de flora y fauna que se puede observar.

Actualmente Concón se presenta con una imagen, de comuna hermana o en alianza con las comunas de Viña del Mar y Valparaíso, situación, que le ha reportado positivos resultados, ya que gran parte de los turistas que visitan la comuna de Concón, son turistas que se encuentran de visita en las comunas de Viña del Mar y Valparaíso, sin embargo, también esta situación implica un mayor esfuerzo en motivar y seducir al turista para que visite la comuna de Concón y permanezca en ella, porque ambas comunas poseen una fuerte identidad turística, basada en el turismo de sol y playa para el caso de Viña del Mar y del turismo patrimonial, en el caso de Valparaíso.

Concón se define como una comuna “**Capital Gastronómica**”, identidad diferenciadora y acertada, porque viene a complementar la oferta turística de las otras comunas.

Sin embargo, es necesario reconocer que tanto la oferta y la demanda turística de Concón, coinciden en que esta identidad gastronómica, debe ser protegida y trabajada aún más, porque existen una serie de factores, que han afectado la credibilidad de esta imagen, como la calidad en el servicio, carencia de identidad gastronómica visible y la fuerte competencia gastronómica de las mismas comunas vecinas, las cuales presentan una oferta, distinta como moderna, con excelencia en el servicio, en el caso de Viña del Mar y de una oferta gastronómica cosmopolita y amplia en el caso de Valparaíso.

Tanto es la imagen de Concón fundida con las comunas de Viña del Mar y Valparaíso, que incluso el INE y Sernatur, presentan sus estadísticas turísticas como un solo destino, esto es; Concón, Viña del Mar y Valparaíso, situación que demuestra una debilidad a la hora de la toma de decisiones por parte de los diferentes actores claves del turismo local, de ahí que principalmente la comuna de Viña del Mar, trabaja sus propios medios de investigación de su mercado local.

7.3 Mercado.

Al igual que otras comunas costeras turísticas, Concón presenta una línea base de empresas conformada en gran número por restaurantes y empresas de alojamiento, sin embargo, al realizar un análisis de esta oferta, es posible visualizar, que, en cuanto a la oferta gastronómica, existe una amplia diversidad de productos y servicios, pero con una baja estandarización de calidad.

En cuanto al alojamiento, existe una problemática mayor, identificada en el Pladetur original y que dice relación con la oferta informal de alojamientos, el cual se ha visto incrementado importantemente en los últimos años, con las nuevas construcciones principalmente de edificios de gran altura, los cuales albergan a departamentos que funcionan como segundas viviendas y son estos mismos los que se pueden encontrar a través de redes sociales formales, promocionándose como servicios de hospedaje, sin tener algún grado de formalización, vale decir, carecen de Inicio de Actividades ante el SII, Certificado de Destino y Patente Municipal, entre otros, por lo que afectan varios puntos de interés, para la consolidación de un destino turístico, como; el no pago de impuestos y derechos y el no registro en la oferta y capacidad de carga comunal.

En cuanto a la oferta de tour operadores, solo se pueden visualizar un par de oferentes, lo que se puede interpretar, a partir de la idea de que los turistas que llegan a la comuna, lo hacen por su propia experiencia y por sus propios medios, además porque desarrollan las mismas actividades,

no existiendo una difusión importante de otras actividades que pudiesen interesar a potenciales turistas. Si existen operadores turísticos de otras comunas, que desarrollan actividades en Concón, con grupos de turistas, pero la comuna se transforma en solo una parte del destino o circuito turístico visitado.

Es importante destacar un cambio que se ha dado durante los últimos años, en cuanto a las actividades ofrecidas por la comuna y es que hoy, existe una oferta e interés creciente por el desarrollo de actividades distintas a las tradicionales, el turista que visita Concón, además de demandar los servicios gastronómicos, busca el desarrollo de actividades, ligadas a la naturaleza o aire libre. Por estas razones, es que es necesario considerar, si bien como eje estratégico el desarrollo de la gastronomía en la comuna, también el turismo de naturaleza y aventura, el turismo de sol y playa, el turismo de negocios y el turismo patrimonial.

7.3.1 Segmentación

La segmentación del mercado está determinada por una oferta formal, que cuentan con una historia reconocida de muchos años como un lugar de una oferta gastronómica atractiva y en algún momento considerada como de “picada”, sin embargo también convive una oferta hotelera mucho más diversificada, no solo porque existen diferentes tipos de oferentes, como hoteles, hostales, pensiones, apart hotel, camping y otros, sino porque se encuentra una oferta informal de este servicio.

En este escenario, se puede constatar que existen diferentes segmentos de turistas que visitan la comuna de Concón, pero principalmente podemos determinar un perfil común en cuanto al turista que tiene una mayor concentración en cuanto a la demanda de bienes y servicios turísticos en la comuna. Es así como se puede identificar claramente a turistas que en su mayoría provienen de la ciudad de Santiago, que visitan Concón como parte de la oferta turística de la Región de Valparaíso y en mayor grado a la Macrozona de Valparaíso, Viña del Mar y Concón. De esta manera Concón recibe a un turista que visita la comuna por las siguientes razones:

- Gastronomía
- Sol y Playa
- Naturaleza

Se trata de personas de personas adultas quienes cuentan con recursos propios, en su mayoría dependientes por lo cual tienen días acotados de vacaciones y por lo general lo hacen acompañados de un número menor de personas.

De acuerdo a las encuestas realizadas este turista permanece menos días en la comuna que el promedio nacional y sus razones principalmente son que no cuenta con información de las diferentes actividades o lugares que pueden ser visitados en la comuna.

7.3.2 Demanda Turística

La comuna de Concón posee recursos turísticos, basados principalmente en sus riquezas naturales, lo que lo hacen atractivo para quienes disfrutan de las actividades al aire libre que desean realizar en estos espacios, este disfrute se concentra principalmente en sus playas y otros lugares menos intervenidos (potencial humedales), pero como actividad principal se encuentra el disfrute de la gastronomía, basada en productos del mar, lo que se refleja en la gran cantidad de restaurantes y lugares de alimentación que existen en la comuna, aumentando su oferta paulatinamente.

La potencialidad de los recursos se debe complementar con infraestructura asociada y adecuada para el correcto uso de estos, no deteriorando los espacios de uso común por los visitantes, es por esto, que se proponen más adelante algunas acciones tendientes a este fin.

Tanto la infraestructura, como la planta turística se encuentran desarrolladas para brindar una óptima acogida a los visitantes, ya que cuenta con oferta de alojamiento (Hoteles, Cabañas, Hospedajes) para los distintos tipos de visitantes y servicios con los que estos disponen para la estadía.

La comuna de Concón, ya es un destino consolidado, por lo mismo se debe seguir trabajando en su accionar turístico, tanto con la comunidad residente, actores públicos y privados, para que no pase de esta etapa de consolidación a un estancamiento, y siga así recibiendo visitantes en épocas de baja demanda y que aumente la pernoctación de estos.

Es por lo anterior que hay que tener en cuenta las tendencias actuales de los viajeros, es por esto que los destinos deben adecuarse a estas y brindar una oferta adecuada a quienes son los consumidores finales, es decir “Millenials”, “Baby Boomers” y aquellos que disfrutan de la

naturaleza y el aire libre, en forma activa y de disfrute de la naturaleza y aventura, como ciclismo o trekking, no con ánimo de contraer riesgos, sino más de contemplar y vivir la naturaleza, así también la oferta y el destino deben dar la seguridad necesaria a mujeres que viajan solas, tendencia que ha ido en aumento en los últimos años, ellas también van en busca de nuevas aventuras ligadas a la naturaleza, pero sin correr riesgos personales.

Lo anterior no sería posible sin incluir la sustentabilidad, cada vez más buscada por este nuevo cliente turístico, ya que su generación es la que ha llevado la lucha por el cuidado del medio ambiente y la naturaleza, siendo también promotores de los destinos que visitan a través de fotografías de las experiencias vividas, lo que se presenta como una oportunidad de visibilizar al destino a través de sus visitantes y actividades que realizan.

Esto se puede realizar a través de actividades que se generen durante los meses de baja temporada y así mantener una demanda promedio durante estos meses, estas acciones las debe realizar el Municipio en conjunto con los departamentos de Turismo, Cultura, Medioambiente y las organizaciones comunitarias urbanas y rurales (Juntas de Vecinos), con la finalidad de promover sus tradiciones y revalorar fiestas costumbristas y/o religiosas que sean factibles de realizar.

Esto no sólo contribuye a mejorar la economía de los sectores urbanos y rurales de la comuna, sino que también releva los ámbitos culturales y sociales, permitiendo sinergias asociativas en pos del trabajo en comunidad tendientes a mejorar, en parte, la oferta de actividades de la comuna.

Resulta importante crear circuitos y rutas auto-guiadas, de forma tal de presentar los principales atractivos a los visitantes y sean ellos quienes decidan la forma de realizarlo, en forma autónoma; estos atractivos deben estar asociados a la página web de Turismo de la Municipalidad, brindando además los accesos y seguridad adecuadas. Lo anterior se propone por las nuevas tendencias de los “viajeros”, que, teniendo la información en Smartphone, deciden que ruta o circuito realizar, sin la necesidad de un guía o contratar una empresa que les desarrolle la actividad.

Es importante destacar que el turista actual, proviene mayoritariamente de Santiago, pero antes de llegar a la comuna, pasa por comunas vecinas, como Viña del Mar, por lo que existe un gran número de turistas que visita la comuna, solo para demandar servicio y productos gastronómicos. Además, este turista lo hace llegando en vehículo propio, como en bus, por lo cual resulta relevante, mejorar infraestructura de terminales, baños, lugares de información turística, dirigida a los turistas que llegan en vehículos propios como los que llegan al terminal o paraderos, importante resulta la logística de estas acciones.

El turista que visita la comuna, mayoritariamente es dependiente en su perfil laboral, por lo que cuenta con días ya determinados para “vacacionar”, sin embargo, el turista actual pernocta menos días que el promedio nacional. Este turista visita la comuna principalmente por tres características; su gastronomía, descanso y la belleza natural.

El turista que visita Concón se informa de la comuna principalmente por sus familiares o amistades, información que no se encuentra en forma paralela a las tendencias actuales, que indican que un turista se informa a través de las redes sociales o páginas web, esta se presenta como una debilidad para la comuna, que debe ser abordada, en el desarrollo de proyectos.

7.4 Análisis F.O.D.A

Concón es una comuna eminentemente turística, principalmente dada su condición de comuna costera, con playas de fácil acceso y juega un rol fundamental su ubicación geográfica que la sitúa al lado de una de las comunas o la comuna de mayor reconocimiento turístico del país, como es Viña del Mar. Además, se suma a este círculo virtuoso otra comuna vecina como es Valparaíso, que si bien cuenta con un tipo de turismo distinto al de sol y playa (Viña del Mar y Concón), funciona como un perfecto complemento para la oferta y demanda turística de Concón, con un desarrollo del turismo patrimonial.

El presente análisis FODA y a diferencia del FODA que se encuentra en informe II, se trata desde el punto de vista del marketing turístico.

7.4.1 Fortalezas

- Concón se encuentra posicionado de manera importante en los consumidores, como una comuna con una oferta gastronómica atractiva.
- Posición geográfica al lado de dos sectores altamente demandados turísticamente (Reñaca-Viña del Mar).
- Los medios de comunicación radio, televisión e internet, consideran constantemente a Concón como referente turístico principalmente en época estival.
- Existe una importante difusión de medios externos, acerca de actividades deportivas náuticas.

7.4.2 Oportunidades

- Aquí se destacan elementos o situaciones que, si bien representan una posibilidad que tiene la comuna para desarrollar acciones positivas, no dependen de esta su gestión.
- Utilizar el Benchmarking a través de experiencias de otras ciudades del país y el extranjero reconocidas por su desarrollo turístico.
- Incorporar adelantos y tendencias tecnológicas, para promover el destino, por ejemplo, SMART CITY.

7.4.3 Debilidades

- Si bien existen páginas web que dan a conocer parte de la oferta turística de la comuna, en su mayoría solo están enfocadas a un tipo de servicio, por ejemplo, el hotelero, careciendo de una promoción más amplia de la oferta turística de la comuna.
- No existe una imagen turística reconocida por la demanda (logotipo)
- No existen análisis de resultados de acciones de promoción que realiza la comuna.
- No existen una periodicidad de eventos turísticos de alta convocatoria, a lo largo del año, solo se distinguen tres o cuatro eventos relevantes.

7.4.4 Amenazas

- Las principales amenazas están dadas por las comunas vecinas, que cuentan con una oferta turística similar a la de Concón e incluso en algunos casos con comunas que tienen un desarrollo turístico menor, puedan buscar un posicionamiento similar al de Concón, provocando confusión en los consumidores, como por ejemplo la comuna de Quintero, que promocionó una fiesta similar, acerca de un record con la preparación de “el sándwich de pescado más largo del mundo”. Información que fue presentada en algunos noticieros de televisión de forma casi idéntica a la “fiesta de la Corvina más grande del mundo en Concón.

7.5 Marketing Mix

A pesar de que el marketing mix está enfocado en el desarrollo de un producto (tangible o intangible) único, como podría ser un modelo de televisor o un producto alimenticio en un envase determinado, se puede hacer un acercamiento, en términos generales de Concón como una comuna turística.

7.5.1 Producto

La comuna de Concón presenta una oferta turística atractiva para el mercado, el cual la reconoce como un destino de descanso, donde se puede disfrutar de su gastronomía, hotelería, sus playas, de su naturaleza y de algunas incipientes actividades de turismo y naturaleza.

Sin embargo, Concón se encuentra muy asociado en la mente del consumidor como parte complementaria de sus comunas vecinas, lo cual provoca que el turista distribuya su estadía entre estas comunas.

La estrategia radica en la creación de productos innovadores y de calidad, como productos atractivos para ofrecer al mercado turístico podemos considerar:

- Nuevos circuitos turísticos autoguiados (desarrollados anteriormente)
- Elaboración y ejecución de actividades de concurrencia masiva, vinculadas a temáticas identitarias de la comuna, asociadas siempre a la gastronomía. Principalmente durante los meses de baja demanda de turistas.

7.5.2 Precio

La oferta turística de Concón cuenta con precios de mercado similares a los de su competencia inmediata, las diferencias más relevantes podrían ser:

Relación de precios en oferta turística de Concón y competidores			
Alojamiento	 Concón	Viña del Mar 	Valparaíso 
Gastronomía	Concón 	Viña del Mar 	Valparaíso 

Los precios que se reflejan en el mapa, reflejan el mercado y la oferta turística hotelera de la comuna de Concón.



En cuanto a la oferta municipal, los productos antes definidos no contemplan un precio determinado fijo, que sea pagado por el consumidor, en este caso el “turista”, sino que más bien se trata de productos que vienen a promocionar la comuna como un destino turístico. Por el enfoque del plan, la idea es que la gran mayoría de las actividades sean gratuitas. Teniendo en cuenta además que se postulará a diferentes formas de financiamiento ya sea a través de fondos concursables, auspicios y el propio presupuesto municipal.

Por lo tanto, de ser necesario considerar la variable precio, existirá un margen de actividades que si tendrán un costo para el consumidor. Por ejemplo, algunas actividades artísticas de verano como Festival de Concón” (\$ 2.000 y \$ 3.000), así como la “Corvina Conconina más larga del Mundo” (\$ 5.000) actividad organizada en conjunto con el “Comité de Desarrollo Turístico de Concón” y para la cual van los ingresos y la “Muestra Folclórica de la Escuela Puente Colmo”. (\$ 6.000.-)

7.5.3 Plaza (Distribución)

Todos los productos se entregan en el mismo territorio constituyéndose en su único canal de distribución. Concón se encuentra ubicada en parte del borde costero de la V región y forma parte de la macro zona Viña del mar, Valparaíso, Concón. Su condición costera y colindante con el balneario de Reñaca se potencia una imagen turística de lugar de descanso, polo gastronómico y de actividades al aire libre.

Asimismo, por el perfil del plan y los objetivos que persigue, la mayoría las actividades turísticas ya sean gastronómicas -corvina, fiesta de la empanada-, ferias - espacio mujer- se realizaran en la Plaza Patricio Lynch de tal manera de contribuir con ello a su posicionamiento como espacio para el encuentro y desarrollo turístico- cultural de la comuna, mientras que otras actividades masivas se realizarían en playa amarilla.

Pero en términos de promoción la distribución abarcará un radio geográfico que considera a otras localidades. En este caso existen dos tipos de lugares donde se realizará la “venta” o promoción del destino

- En la misma comuna donde se llevarán a cabo las actividades masivas.
- En las diferentes ciudades, participando en ferias de turismo nacional a través de un stand de promoción.

7.5.4 Promoción (Estrategia de Difusión)

El impacto y el éxito que puede llegar a tener el Destino Concón dependen, en parte, de las actividades que se realicen en torno a la gestión de comunicaciones y difusión de los atractivos, las actividades, y la información de los empresarios. Actualmente Concón se presenta como sitio gastronómico con una atractiva variedad de platos provenientes de frutos del mar y carnes. Esta promoción se hace efectiva a través de la participación en ferias de turismo en Chile y alianzas con destinos internacionales en Argentina. Existe también promoción hotelera y gastronómica que se realiza de manera particular por iniciativa de la asociación de empresarios hoteleros a través de una página web.

Dentro de los proyectos establecidos por el presente PLADATUR, se encuentran una serie de acciones tendientes a promocionar a la comuna de Concón como un destino turístico, por ejemplo: el plan de medios descrito. Para poder garantizar una planificación estratégica que resulte eficaz, se hace menester contemplar el seguimiento de un plan de comunicaciones y difusión acorde a la realidad comunal.

Es a través del “Perfil de turista destino Concón”, a través de la aplicación de las encuestas a turistas y entrevistas y otras instancias participativas, que se pretende elaborar un plan que se condiga con las necesidades que se detectaron a través del trabajo en terreno.

Este Plan de Medios involucra tres niveles de trabajo. El primero de ellos, relativo a la determinación de medios y periodistas con los que establecerá una relación comunicacional direccionada, a partir de los objetivos ya indicados.

Para lograr la cobertura requerida, se puede recurrir a varias herramientas, lo óptimo es crear una campaña de promoción donde estén planificadas distintas acciones de marketing. Existen decisiones estratégicas en cuanto a los contenidos de la publicidad en los medios- como la elección del mensaje, el lema, elección de los medios de comunicación- por ello se utilizará una combinación de medios y canales, según los distintos públicos objetivos del proyecto.

Actualmente, la oficina de turismo cuenta con algunos medios para trabajar en la difusión de estos eventos, como promoción en redes sociales, utilizando instagram, Facebook y twitter además de la web del municipio, pero requiere el apoyo de recursos para la adquisición de material impreso y la contratación de algunos servicios.

En segundo término, establecer junto a los empresarios(as) turísticos y otros actores relevantes del territorio la generación de condiciones locales que permitan dicho trabajo con medios y periodistas, en el marco de acciones comunicacionales concretas a materializar en el curso de la ejecución de esta iniciativa, los cuales requerirán de disposición y aportes no monetarios de parte de dichos actores locales.

Finalmente y, ya en el marco de la ejecución del Plan, la ejecución de cada una de las acciones definidas en el Plan, como por ejemplo, Visitas de Familiarización de Periodistas (Fampress); interacción con la prensa en el marco de entrevistas, reportajes y notas informativa; entrega de información de la oferta, para insertos en prensa, comunicados y otros; acceso al interior de los establecimientos; capacidad de articulación empresarial y generación de confianzas en el marco de una sana competencia; etc.

Al igual que el Plan de Marketing, esta iniciativa deberá incorporar los resultados de nuevos estudios de demanda que vayan surgiendo, así como antecedentes sectoriales adicionales disponibles por parte de SERNATUR Regional/Nacional y otras fuentes de información pertinentes. Todo ello, para una mejor determinación y ejecución de las acciones contempladas por el Plan. La

elaboración del citado Plan de Medios, también deberá ser contratado a una empresa externa al municipio y deberá asegurar un proceso de elaboración participativo

a) Posicionamiento de Imagen Corporativa . Marca del Destino: Concón Capital Gastronómica de Chile

La Imagen Corporativa, cuenta con un **logotipo** conformado por el nombre del destino: "Concón" y el slogan "Capital Gastronómica de Chile". Se complementa con la iconografía de una cuchara, un tenedor y una tabla de surf en el centro. Con esto, se pretende potenciar la imagen de "Concón como Capital Gastronómica de Chile", con fuerte identidad de balneario, de este modo se fortalece la identidad local y da la pauta gráfica para desarrollar el diseño corporativo (**isotipo**). Este imago tipo se diseña en base a tipografías simples y claras para generar una lectura inmediata carente de ruido visual. Estas tipografías se complementan con un fondo casi monocromático.



b) Relaciones Públicas:

- **Dossier:**

Es la carta de presentación del Destino Concón, importante para acceder a fondos concursables, auspicios y patrocinadores.

- **Presencia de Marca & Merchandising:**

En pendones, folletería y todo el material impreso del Destino Concón. También a través de concursos de diseño, haciendo partícipe a la comunidad con su propio sello o marca local con productos de merchandising.

- **Promoción en terreno:**

Las visitas a terreno sirven para estrechar alianzas estratégicas con diversos agentes -unidades de turismo de otros municipios, universidades, instituciones, empresarios turísticos de la comuna e instituciones. Constituyen un importante canal para la gestión de auspicios. Aquí es fundamental el dossier promocional.

- **Patrocinio:**

Colaboración en actividades turístico-culturales afines al destino en instituciones públicas y/o privadas que favorezcan su posicionamiento y difusión.

- **Publicity:**

Participación en ferias de turismo y de fomento productivo, eventos empresariales, corporativos, gubernamentales.

- **Mailing a base de datos de públicos específicos.**

Empresas locales ligadas al turismo, medios de comunicación regionales y los departamentos de turismo.

c) Canales de Difusión y Promoción según públicos

▪ Internet

El canal de comunicación más utilizado y fuerte en la actualidad más accesible para llegar a este segmento es Internet. Por ello, se debe crear una plataforma virtual -puede ser una plataforma tipo Word Press asociada a la página web del municipio o una sección dentro de ella- que informe al potencial turista sobre la variada gama de actividades turísticas que posee Concón. Por medio de la colaboración de los empresarios de la zona a los cuales les favorecerá notablemente un aumento en el flujo de turistas.

▪ Redes sociales (Facebook)

Redes sociales, constituye una vía de comunicación importante. Facebook, Twiter Instagram con fotos y videos cortos de muestras, exposiciones y actividades que se realicen en el territorio.

▪ Prensa (digital e impresa)

Este es un canal muy fuerte en el mercado turístico Desde medios locales como Planeta Concón, La Voz de Concón, Ciudad de Concón y otros, provinciales hasta regionales como El Mercurio de Valparaíso y La Estrella de Valparaíso. También en Revistas especializadas en especializadas en turismo, gastronomía y artesanía. También se considera gestionar la inserción de banners o links de la oferta turística de la comuna en portales online a nivel regional/ nacional. Notas de prensa en los diversos medios de comunicación de la zona y alrededores, poniendo especial énfasis en la difusión web en formatos atractivos.

• Televisión

Visitas a programa de canal regional Quinta Visión, TVN Red Valparaíso y Canal 13 Región Valparaíso.

▪ Material Promocional en comercio local

Dentro del material promocional se recurrirá a folletería -dípticos, trípticos, flyers, volantes para ser distribuidos en los lugares de mayor tránsito turístico como comercio y sectores gastronómicos en las horas de mayor tránsito de público. También se utilizará *material gráfico, lienzos pasacalle y pendones en la vía pública* para promocionar los eventos.

▪ Publicidad Radial

Si bien Concón, cuenta con la Radio online de la Municipalidad de Concón cumple esa función entregando sus informaciones y promocionando sus eventos día a día a la comunidad, es a través de frases radiales en otros medios radiales que puede llegar más directamente al turista, informándose sobre actividades culturales, deportivas y recreativas de carácter turístico.

D) Merchandising

Se presentan algunos productos, elaborados por CEG, como sugerencia de mejoramiento a la promoción de la comuna.





LOGO



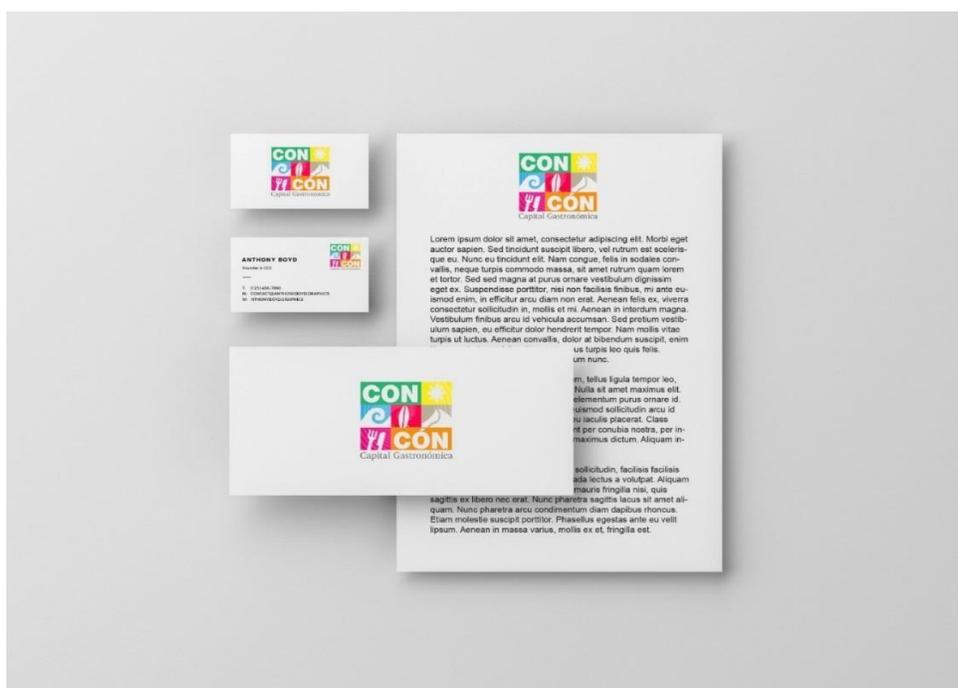
MAPA TURÍSTICO



ROPA PROMOCIONAL



USOS POSIBLES



7.5.5 Marketing Mix según Públicos

TURISTA	PRODUCTOS	PRECIO	DISTRIBUCION	PROMOCION
TURISTA NACIONAL	Eventos Gastronómicos: Corvina Conconina mas Larga del mundo, Fiesta de la Empanada, Día Nacional de la Cocina Chilena, Día de a Picada Gastronómica.	Solo el consumo	Plaza Patricio Lynch Higuerillas Alto	Página web Redes sociales Frases radiales en medios Santiago. Insertos de prensa en santiaguinos.
	Ferias Culturales: Bienvenido Otoño, Feria Espacio Mujer, Feria Cultural de Inmigrantes, Semana de la Chilenidad, Muestra Folclórica Escuela Puente Colmo.	Solo el consumo	Plaza Patricio Lynch Medialuna 10 amigos	
	Recreativa: Carretón Abajo	Gratis	Av. Magallanes	Prensa especializada de turismo, cultura y gastronomía
	Turismo Aventura y deportes: Circuito de surf, sup, kayak. Corrida.		Playa La Boca	
	Turismo Náutico:		Caleta Higuerillas	
	Turismo Patrimonial: Fiesta de San Pedro, We Tripantu, Día del Patrimonio, Cruz de Mayo.	Gratis	Higuerillas y San Pedro P. Ecológico La Isla Museo	
Eventos Artísticos: Festival de Cine Emergente, Día del Circo, Día del Teatro, Día del Músico, Día de la Danza.	Gratis	Plaza Patricio Lynch		

<p>TURISTA ARGENTINO</p> <p>(Mendoza)</p>	<p>Eventos Gastronómicos: Corvina Conconina más larga del mundo, Fiesta de la Empanada, Día Nacional de la Cocina Chilena, Día de la Picada Gastronómica.</p> <p>Ferias Culturales: Bienvenido Otoño, Feria Espacio Mujer, Feria Cultural de Inmigrantes, Semana de la Chilenidad, Muestra Folclórica Escuela Puente Colmo.</p> <p>Turismo Aventura y deportes: Circuito de surf, sup, kayak. Corrida.</p>	<p>Solo el consumo</p> <p>Solo el consumo</p> <p>15.000 p/p</p>	<p>Plaza Patricio Lynch</p> <p>Plaza Patricio Lynch</p> <p>Playa La Boca</p>	<p>Página web Redes sociales Frases radiales en medios argentinos</p> <p>Insertos en prensa argentinos Lanzamiento de Temporada de Verano</p>
<p>TURISTA EXTRANJERO</p>	<p>Circuito Borde Costero</p> <p>Circuito Naturaleza y Deporte</p> <p>Ruta Gastronómica</p> <p>Eventos Gastronómicos: Corvina Conconina más larga del mundo, Fiesta de la Empanada, Día Nacional de la Cocina Chilena, Día de la Picada Gastronómica.</p> <p>Turismo Patrimonial: Fiesta de San Pedro, We Tripantu, Día del Patrimonio, Cruz de Mayo.</p> <p>Turismo Aventura y deportes: Circuito de surf, sup, kayak.</p> <p>Turismo Náutico: paseos por la bahía, pesca</p>	<p>Solo arriendo de tablas surf, kayak</p> <p>Solo el consumo</p> <p>Solo el consumo</p> <p>Gratis</p> <p>15.000 por persona</p>	<p>Borde Costero</p> <p>Humedal, playa la boca</p> <p>Sectores gastronómicos</p> <p>Plaza Patricio Lynch</p> <p>Caletas, humedal, museo</p> <p>Playa La Boca Caletas higuierillas</p>	<p>Página web</p> <p>Redes sociales Portales extranjeros de prensa especializada de turismo</p>

7.5.6 Productos Oferta Municipal

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCION
Circuito Turístico Borde Costero	Gratuito	Borde Costero	Pág web y redes sociales municipales-pasacalles, medios locales. Prensa especializada en turismo.
Circuito Turístico Naturaleza y deporte.	Gratuito	Humedal-Playa La Boca	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales. Prensa especializada en turismo y gastronomía.
Ruta Gastronómica Concón	Gratuito	Sectores Gastronómicos La Boca-Higuerillas y Av. Concón –Reñaca.	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales. Prensa especializada en turismo, deportes.
Bienvenido Otoño	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa regional.
Feria Espacio Mujer Concón	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en artesanía, cultura y turismo.
Día Nacional de la Cocina Chilena	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales-pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en gastronomía y turismo.
Día de la Danza	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en danza y cultura en general.
Día del Teatro	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa regional. Prensa especializada en teatro y cultura en general.
Día del Patrimonio	Gratuito	Museo Histórico y Arqueológico de Concón	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa regional. Prensa especializada en cultura y turismo.
We Tripantu	Gratuito	Parque Ecológico La Isla	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa regional. Prensa especializada en turismo y cultura.
Fiesta de San Pedro	Gratuito	Caleta San Pedro y Caleta Higuerillas	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en cultura y turismo.

Campeonato Circuito de Bodyboard y Surf	Gratuito	Playa La Boca	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en turismo y deportes.
Feria Cultural de Inmigrantes	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en gastronomía y turismo.
Concón Carretón Abajo	Gratuito	Estadio Atlético-Magallanes	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales, televisión. Prensa especializada en turismo y deportes.
Día Nacional del Circo	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa regional. Prensa especializada en cultura.
Semana de la Chilenidad	Gratuito	Medialuna Los Diez Amigos	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa regional. Prensa especializada en folclor, gastronomía y turismo.
Muestra Folclórica de la Escuela Puente Colmo	entrada \$ 5000 y \$ 3000	Escuela Puente Colmo	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en folclor, gastronomía y turismo.
Corrida Concón	Gratuito	Estadio Atlético- Lomas de Montemar	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en deportes.
Festival de Cine Emergente de Concón	Gratuito		Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales, carreras de cine. Prensa especializada en cine y cultura.
Día Internacional del Música	Gratuito	Plaza Patricio Lynch	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales. Prensa especializada en música y cultura en general.
Día de la Picada Gastronómica	Productos que vendan las picadas	Sector gastronómico Higerillas Alto	Pág web y redes sociales municipales, pasacalles, medios locales, prensa y radios regionales, televisión. Prensa especializada en gastronomía y turismo.

Conclusiones.

Si bien se puede observar que la comuna de Concón cuenta con una amplia oferta potencial de actividades turísticas, éstas no se han podido llevar al cabo del todo y se encuentran con un grado incipiente de desarrollo. Solo algunas de ellas, como el turismo gastronómico, se encuentran con un grado de desarrollo maduro. Sin embargo, al analizar el área gastronómica de la comuna, asociada al slogan “Capital Gastronómica de Chile” conlleva a dos interrogantes; ¿Es realmente la capital gastronómica del país, en cuanto a una oferta interesante, diversificada y diferenciada? Y la segunda tiene relación, con si este concepto de capital gastronómica, es o no reconocido por los turistas.

Lamentablemente, al parecer, de acuerdo a las encuestas aplicadas y entrevistas realizadas, no solo a los turistas–clientes, quienes representan la demanda, sino que también a los oferentes, vale decir a los dueños de restaurantes, el concepto o slogan, se ve debilitado, porque se reconoce en la gastronomía Conconina una oferta más bien pobre en cuanto a variedad y elementos diferenciadores, pero por sobre todo, se destaca la baja calidad del servicio asociado a la gastronomía local, donde el antiguo concepto de “picada” que aún se encuentra posicionado en la mente de algunos consumidores, se ha ido perdiendo, por diferentes razones, como; calidad, precio, etc. Debemos recordar que el concepto de “picada” no necesariamente debe estar asociado a la informalidad y/o precios bajos, sino que también debe estar relacionado a un sector donde en este caso “se come muy bien”.

De este análisis se puede concluir, que el turismo en Concón, debe considerar las demás actividades turísticas que están comenzando a desarrollarse cada día más y con un mayor grado de formalización, como el turismo de aventura, pero debe ser tratados como complemento del turismo gastronómico reconocido y de calidad que debiese existir en la comuna, cabe recordar, que el concepto de calidad, está correlacionado al valor que le da un turista o comensal, en este caso, por eso, no siempre se debe considerar tener una oferta gastronómica excesivamente cara asociada a una muy alta calidad, sino que de una calidad, donde el turista que paga un precio determinado, se siente conforme e incluso, que esta oferta gastronómica ha superado sus expectativas.

Sin embargo, este escenario que pudiese parecer no tan optimista, se ve contrarrestado con una fuerte motivación de sus actores locales claves, en especial los microempresarios de la comuna, quienes conocen bien sus debilidades y hacen esfuerzos para mejorar. Por lo que él se puede considerar un escenario proyectado optimista o positivo, si se toman las acciones correctivas correspondientes.

8. CREACIÓN DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO (GEORREFERENCIACIÓN)

8.1 Concepto

Un Sistema de Información Geográfica (SIG o GIS, en su acrónimo inglés [Geographic Information System]) es una integración organizada de hardware, software y datos geográficos diseñada para capturar, almacenar, manipular, analizar y desplegar en todas sus formas la información geográficamente referenciada con el fin de resolver problemas complejos de planificación y de gestión.

El SIG funciona como una base de datos con información geográfica (datos alfanuméricos) que se encuentra asociada por un identificador común a los objetos gráficos de un mapa digital. De esta forma, señalando un objeto se conocen sus atributos e, inversamente, preguntando por un registro de la base de datos se puede saber su localización en la cartografía.

La razón fundamental para utilizar un SIG es la gestión de información espacial. El sistema permite separar la información en diferentes capas temáticas y las almacena independientemente, permitiendo trabajar con ellas de manera rápida y sencilla, y facilitando al profesional la posibilidad de relacionar la información existente a través de la topología de los objetos, con el fin de generar otra nueva que no podríamos obtener de otra forma.

Las principales cuestiones que puede resolver un Sistema de Información Geográfica, ordenadas de menor a mayor complejidad, son:

- Localización: preguntar por las características de un lugar concreto.
- Condición: el cumplimiento o no de unas condiciones impuestas al sistema.
- Tendencia: comparación entre situaciones temporales o espaciales distintas de alguna característica.
- Rutas: cálculo de rutas óptimas entre dos o más puntos.
- Pautas: detección de pautas espaciales.
- Modelos: generación de modelos a partir de fenómenos o actuaciones simuladas.

Por ser tan versátiles, el campo de aplicación de los Sistemas de Información Geográfica es muy amplio, pudiendo utilizarse en la mayoría de las actividades con un componente espacial. La profunda revolución que han provocado las nuevas tecnologías ha incidido de manera decisiva en su evolución.

8.2 Creación de Datos

Las modernas tecnologías SIG trabajan con información digital, para la cual existen varios métodos utilizados en la creación de datos digitales. El método más utilizado es la digitalización, donde a partir de un mapa impreso o con información tomada en campo se transfiere a un medio digital por el empleo de un programa de Diseño Asistido por Ordenador (DAO o CAD) con capacidades de georreferenciación.

Dada la amplia disponibilidad de imágenes orto-rectificadas (tanto de satélite y como aéreas), la digitalización por esta vía se está convirtiendo en la principal fuente de extracción de datos geográficos. Esta forma de digitalización implica la búsqueda de datos geográficos directamente en las imágenes aéreas en lugar del método tradicional de la localización de formas geográficas sobre un tablero de digitalización.

8.3 Representación de los Datos

Los datos SIG representan los objetos del mundo real (carreteras, el uso del suelo, altitudes). Los objetos del mundo real se pueden dividir en dos abstracciones: objetos discretos (una casa) y continuos (cantidad de lluvia caída, una elevación). Existen dos formas de almacenar los datos en un SIG: raster y vectorial. Los SIG que se centran en el manejo de datos en formato vectorial son más populares en el mercado. No obstante, los SIG raster son muy utilizados en estudios que requieran la generación de capas continuas, necesarias en fenómenos no discretos; también en estudios medioambientales donde no se requiere una excesiva precisión espacial (contaminación atmosférica, distribución de temperaturas, localización de especies marinas, análisis geológicos, etc.).

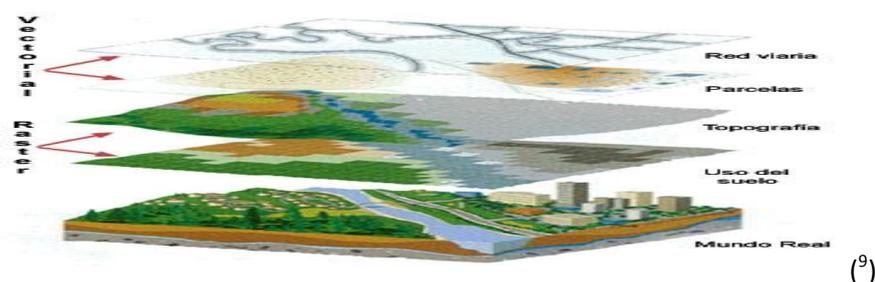
8.4 Software SIG

La información geográfica puede ser consultada, transferida, transformada, superpuesta, procesada y mostradas utilizando numerosas aplicaciones de software. Dentro de la industria empresas comerciales como ESRI, Intergraph, MapInfo, Bentley Systems, Autodesk o Smallworld son algunas de las compañías más importantes, con mucha experiencia en el ámbito de geoprocetamiento y que ofrecen aplicaciones propietarias en este campo. Por otro lado el software libre ha entrado con fuerza en la última década en el sector, captando una importante masa de usuarios y desarrolladores y siendo una opción cada vez más elegida por empresas y administraciones públicas. Bajo el paraguas de la fundación OSGeo se agrupan muchos de los mejores y más relevantes proyectos de software libre de este tipo existentes hoy en día.

El manejo de este tipo de sistemas es llevado a cabo generalmente por profesionales de diversos campos del conocimiento con experiencia en sistemas de información geográfica (cartografía, geografía, topografía, etc.), ya que el uso de estas herramientas requiere un aprendizaje previo que necesita de conocer las bases metodológicas sobre las que se fundamentan. Aunque existen herramientas gratuitas para ver información geográfica, el acceso del público en general a los geo datos está dominado por los recursos en línea, como **Google Earth** y otros basados en tecnología web mapping.

Originalmente hasta finales de los 90, cuando los datos del SIG se localizaban principalmente en grandes ordenadores y se utilizan para mantener registros internos, el software era un producto independiente. Sin embargo con el cada vez mayor acceso a Internet/Intranet y a la demanda de datos geográficos distribuidos, el software SIG ha cambiado gradualmente su perspectiva hacia la distribución de datos a través de redes. Los SIG que en la actualidad se comercializan son combinaciones de varias aplicaciones interoperables y APIs.

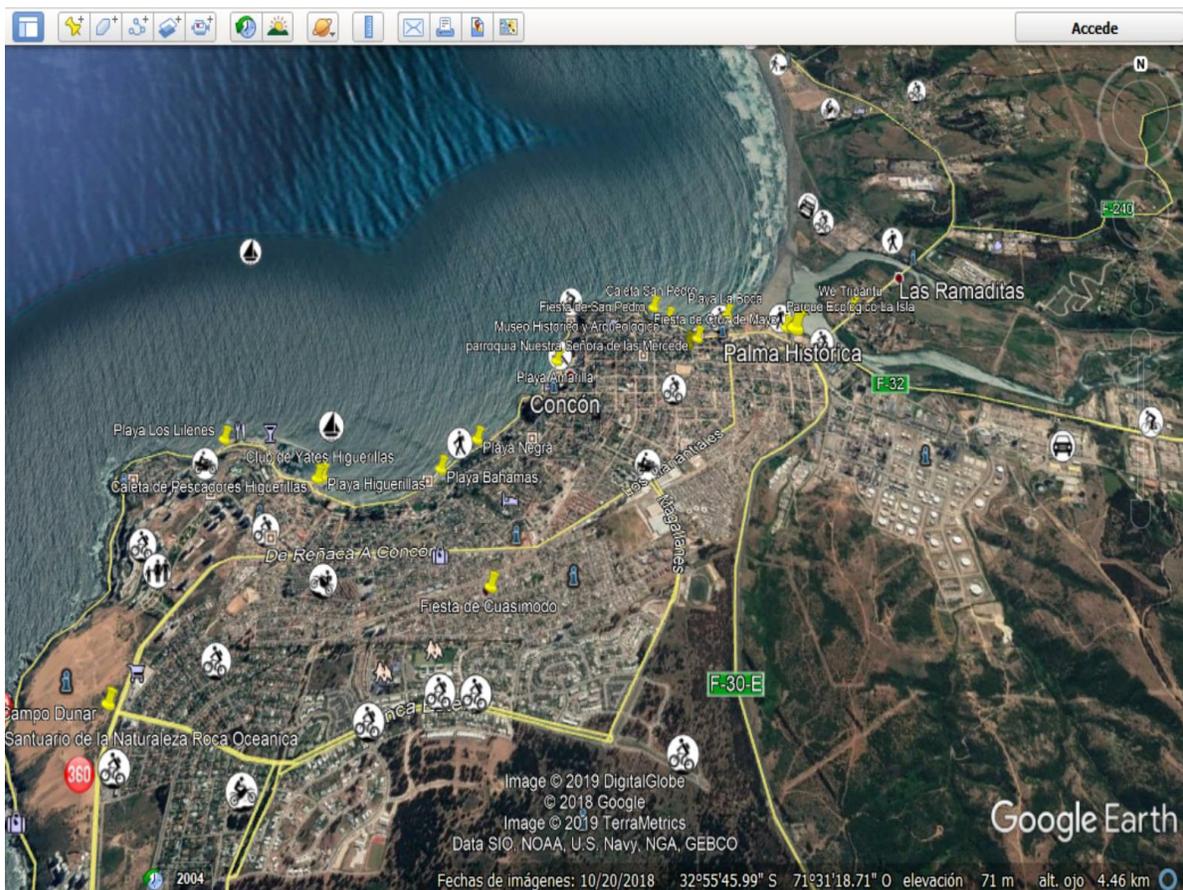
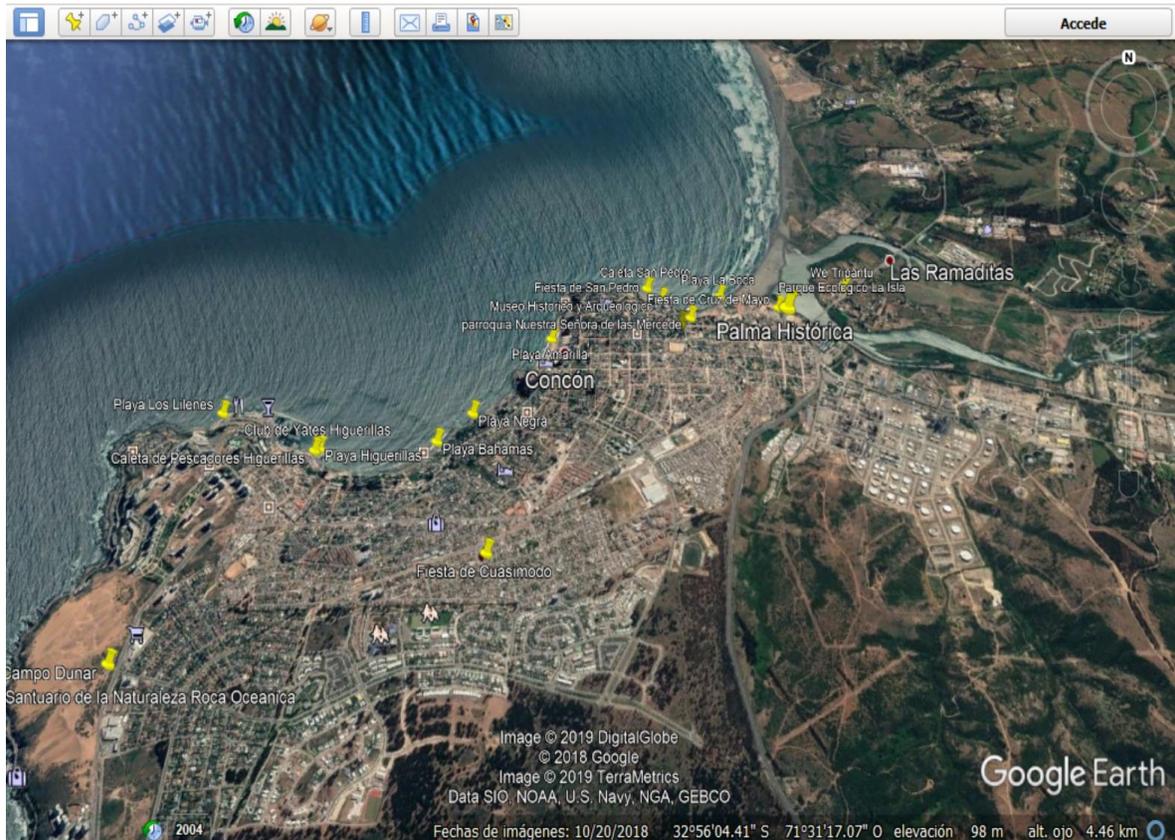
El acceso a herramientas SIG libres es sencillo hoy basta con descargar la herramienta de internet de manera gratuita y actualizarla periódicamente, lo importante es comprender su uso y aplicarlo en el desarrollo de iniciativas, en este caso, turísticas locales.



⁹ Fuente: web. Sistema de Información Geográfica para la Identificación de Parcelas Agrícolas) Ortofotos 1/10000 de Españ Ejemplo de capas temáticas de un SIG

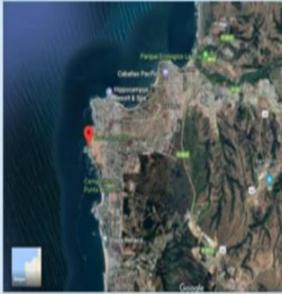
Se adjunta CD con archivos KML (para google earth) y SHP (para arcgis, este dato contiene una tabla de atributos que contiene todo lo indicado en la tabla).

Las siguientes imágenes muestran la información del destino Concón integrada a la aplicación google earth herramienta con la que podrán contar para programar y planificar actividades turísticas para el territorio.



Accede

Santuario de la Naturaleza Roca Oceanica

Código	Nombre del atractivo	Santuario de la Naturaleza Roca Oceanica			
Ubicación político administrativa		Clasificación_CICATUR - OEA			
		Categoría	Santuario de la naturaleza		
Región	Valparaíso	Tipo	Geológico-Geomorfológico		
Administración del lugar					
Provincia	Valparaíso	Privada	X	Publica	X
		Concesión	Otra		
Comuna	Concón	Especificar	Área declarada Santuario de la naturaleza		
 					
Accesibilidad					
Rutas Principales		Tipo	Estado		
Ruta 68 hacia Cruce Longitudinal (Hijuelas)-Villa Dulce-Cruce Ruta 68-Camino La Pólvora-		(P)	(B)		

2005 Fechas de imágenes: 10/20/2018 32°55'50.06" S 071°29'53.27" O elevación 17 m alt. ojo 8.28 km

Accede

Museo Histórico y Arqueológico

Código	Nombre del atractivo	Museo Histórico y Arqueológico.			
Ubicación político administrativa		Clasificación_CICATUR - OEA			
		Categoría	Manifestación Histórica o Cultural.		
Región	Valparaíso	Tipo	Museo		
Administración del lugar					
Provincia	Valparaíso	Privada	Publica	X	
		Concesión	Otra		
Comuna	Concón	Especificar	Municipalidad de Concón.		
 					
Accesibilidad					
Rutas Principales		Tipo	Estado		
Desde Santiago por la Ruta 68, son 120 kms. a Villa del Mar y de ahí 14 kms. Hasta Concón por la ruta costera.		(P)	(B)		
La ruta alternativa es tomar Ruta 5 Norte hasta Hijuelas, en el desvío a La Calera tomar la Ruta 60 y salir en el desvío a Concón.		(P)	(B)		

2004 Fechas de imágenes: 10/20/2018 32°55'06.99" S 71°30'59.74" O elevación 3 m alt. ojo 4.46 km

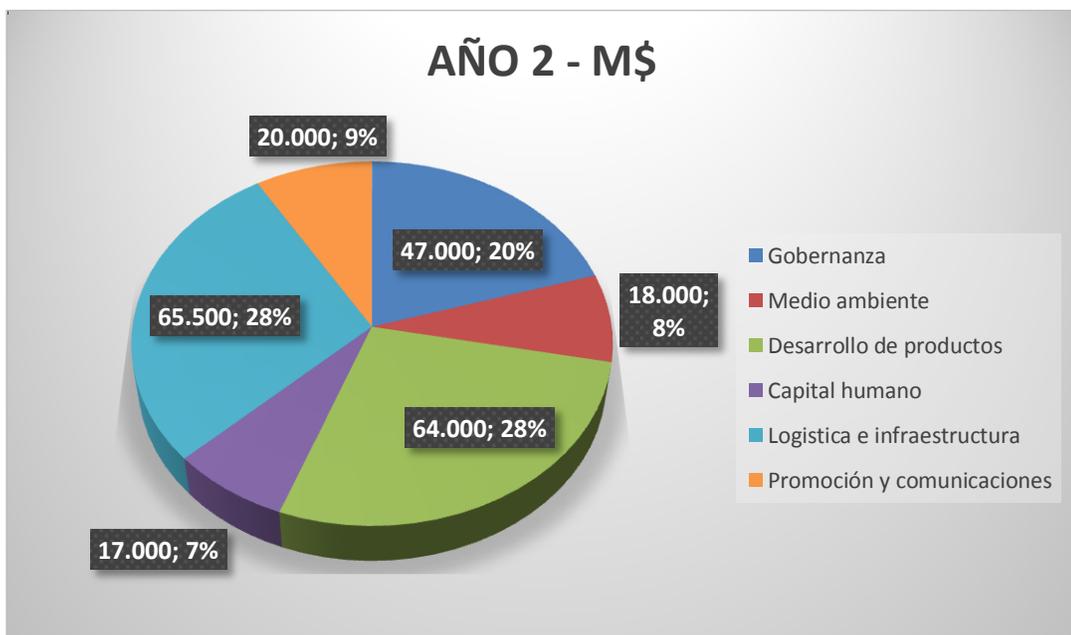
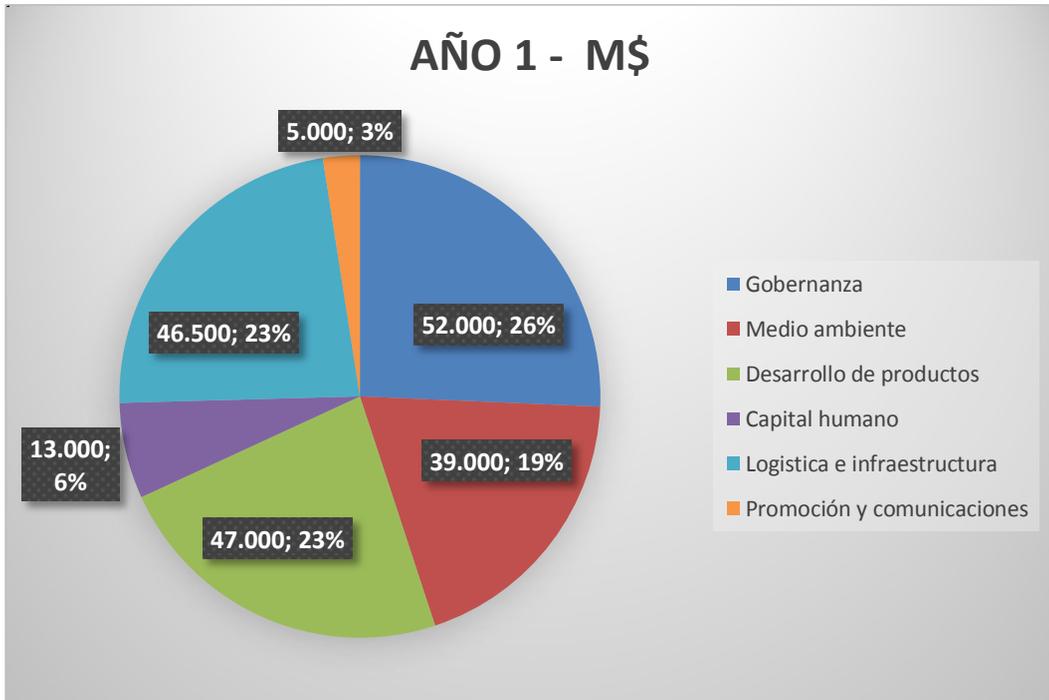
9. PLAN FINANCIERO

9.1 Presupuesto de Cartera de Iniciativas

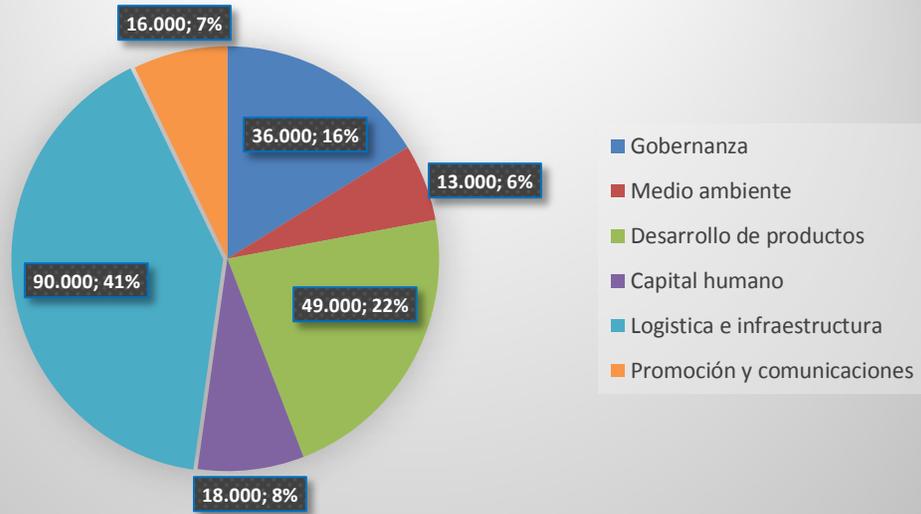
N° de proyecto	Estrategias	año 1	año2	año 3	año 4	Total
1	Gobernanza	36.000.000	36.000.000	25.000.000	25.000.000	122.000.000
2	Gobernanza	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	4.000.000
3	Gobernanza	15.000.000	10.000.000	10.000.000	5.000.000	40.000.000
	Subtotal	52.000.000	47.000.000	36.000.000	31.000.000	166.000.000
4	Medio ambiente	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	12.000.000
5	Medio ambiente	20.000.000	5.000.000			25.000.000
6	Medio ambiente	16.000.000	10.000.000	10.000.000		36.000.000
	Subtotal	39.000.000	18.000.000	13.000.000	3.000.000	73.000.000
7	Desarrollo de productos	1.000.000	1.000.000	2.000.000		4.000.000
8	Desarrollo de productos	22.000.000	20.000.000	10.000.000	10.000.000	62.000.000
9	Desarrollo de productos			7.000.000	7.000.000	14.000.000
10	Desarrollo de productos	4.000.000	3.000.000			7.000.000
11	Desarrollo de productos	20.000.000	40.000.000	30.000.000	30.000.000	120.000.000
	Subtotal	47.000.000	64.000.000	49.000.000	47.000.000	207.000.000
12	Capital humano	5.000.000	5.000.000			10.000.000
13	Capital humano	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	32.000.000
14	Capital humano		4.000.000	10.000.000		14.000.000
	Subtotal	13.000.000	17.000.000	18.000.000	8.000.000	56.000.000
15	Logística e infraestructura		20.000.000	50.000.000		70.000.000
16	Logística e infraestructura	2.500.000	2.500.000			5.000.000
17	Logística e infraestructura	40.000.000	40.000.000	40.000.000		120.000.000
18	Logística e infraestructura	4.000.000	3.000.000			7.000.000
	Subtotal	46.500.000	65.500.000	90.000.000		202.000.000
19	Promoción y comunicaciones		12.000.000			12.000.000
20	Promoción y comunicaciones			8.000.000		8.000.000
21	Promoción y comunicaciones	2.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	20.000.000
22	Promoción y comunicaciones	3.000.000	2.000.000	2.000.000	1.000.000	8.000.000
	Subtotal	5.000.000	20.000.000	16.000.000	7.000.000	48.000.000
TOTAL		202.500.000	231.500.000	222.000.000	96.000.000	752.000.000

9.2 Presupuesto Anual por Línea Estratégica

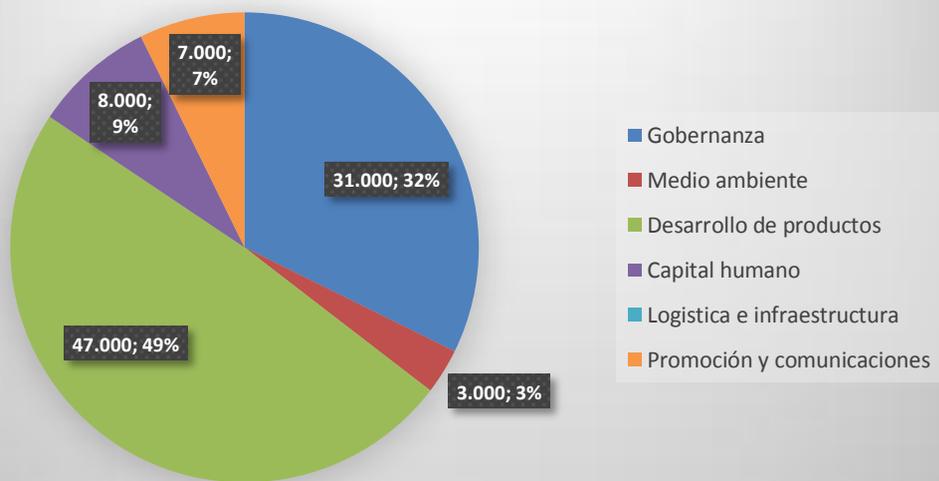
A continuación se presenta de manera gráfica y consolidada, información contenida en la tabla de presupuesto original, en esto se puede apreciar como cada una de las líneas estratégicas se van des arrollando y ejecutando, con un diferente nivel de inversión, para cada año en curso y directamente relacionado con el ciclo de vida de la industria turística en la que se encuentra en la comuna de Concón.



AÑO 3 - M\$

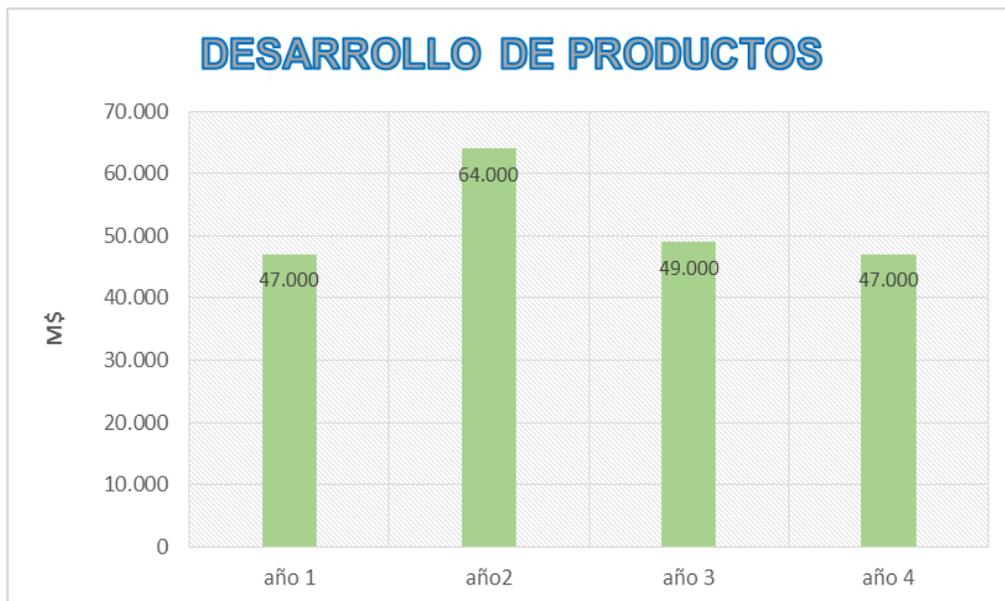
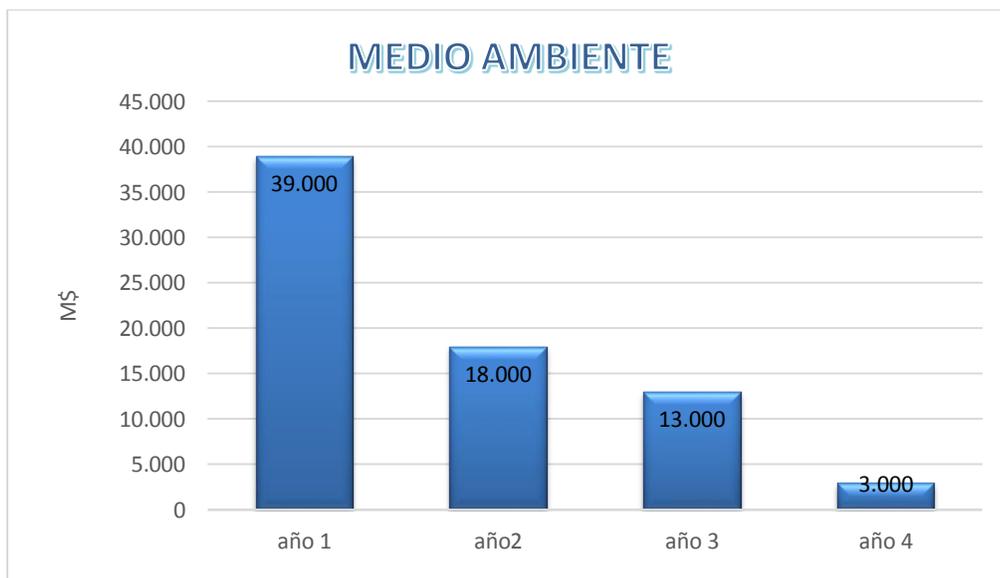
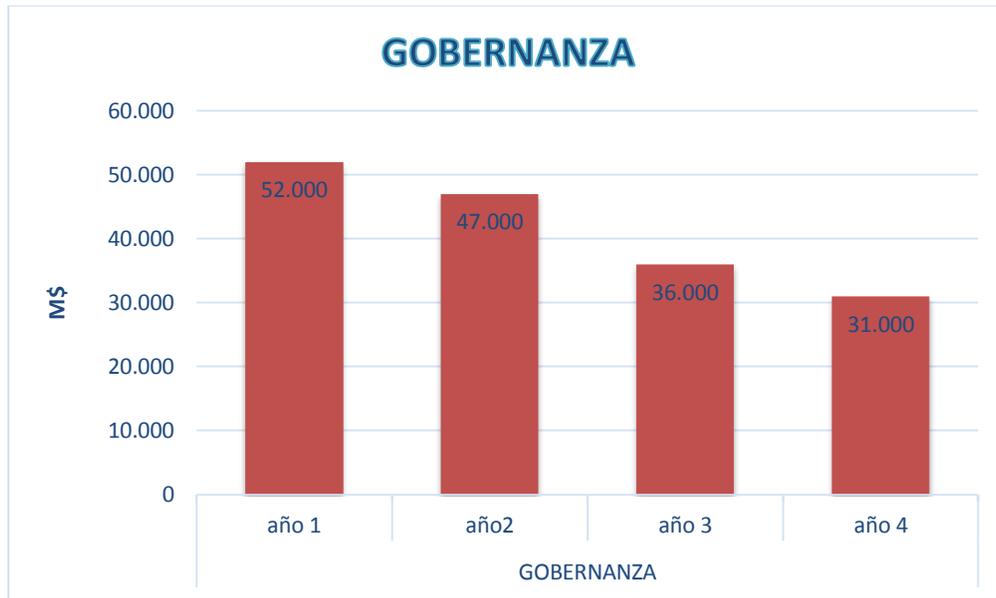


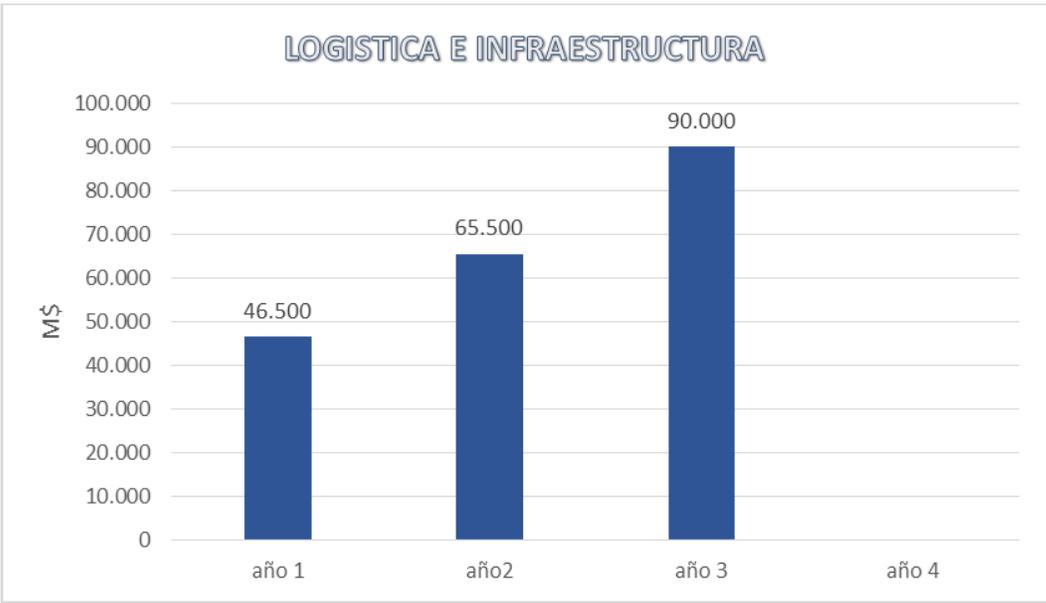
AÑO 4 - M\$



9.3 Presupuesto por Línea Estratégica

En los siguientes gráficos, queda claramente identificada la curva de desarrollo de cada uno de los lineamientos estratégicos, en un horizonte de cuatro años.





9.4 Líneas de Financiamiento

Si bien en cada uno de los proyectos descritos, se indica una posible fuente de financiamiento, creemos interesante, contar con información general sobre fuentes de financiamiento que existe de forma abierta en redes sociales, pero que no se encuentra agrupada o consolidada, por esta razón es que se presenta a continuación, dicha información recopilada, pero con un orden que pueda facilitar una posible elección de financiamiento.

Tipo de fuente de financiamiento	Entidad	Programa	Usuarios
Fuentes de financiamiento fondos públicos	CORFO	Programa emprendimiento local (PEL)	Pequeños empresarios y grupos de empresarios
		Proyectos asociativos de fomento (PROFO)	
		Capital semilla	
		Garantía Corfo reprogramación	
		Crédito Corfo micro y pequeña empresa	
		Programa de difusión tecnológica PDT	
		Fondo asistencia técnica (FAT)	
		Fondos para la calidad (FOCAL)	
		Programa Nodos para la competitividad	
	SERCOTEC	Capital semilla emprendimiento	Emprendedores
		Capital abeja emprende	
		Crece fondo de desarrollo y negocio	
		Fortalecimiento de asociaciones (MIPES)	Pequeños empresarios
		Promoción y canales de comercialización	
		Redes de oportunidad de negocio	
		Capacitaciones virtuales	
	SENCE	Bono empresa y negocio	Pequeños empresarios, grupos de empresarios y municipalidad.
		Franquicia Tributaria	
	INDAP	Programa Turismo rural	Emprendedores y pequeños empresarios
Programa asesoría			

		técnica	
		Crédito corto plazo individual	
		Crédito largo plazo individual	
		Programa de desarrollo de inversiones	
	FOSIS	Yo emprendo	Emprendedores
		Yo emprendo semilla	
	SERNATUR	Registro nacional de prestadores de servicios turísticos.	Emprendedores y pequeños empresarios y grupos de empresarios.
	MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO	Fondart regional	Pequeños empresarios y municipalidad
		Fondo del patrimonio	

Tipo de fuente de financiamiento	Entidad	Programa	Usuarios
Fuentes de financiamiento fondos privados	CREDITOS FACTORING LEASING SOCIEDADES DE GARANTÍA RECÍPROCA (SGR)	LEASING SOCIEDADES DE GARANTÍA RECÍPROCA (SGR)	Emprendedores y pequeños empresarios y grupos de empresarios y municipalidad.
	INSTITUCIONES	Banco del desarrollo	
		Banco de crédito e inversiones	
		Banco estado	
		Santander Banefe	
		Banco credichile	
		Credicoop	
		Oriencoop	
		Copeuch	
		Micro finanzas emprende	
		Fundación crecer	
		Fundación Contigo	
Fundación Banigualdad			

9.4.1 CORFO

Programa de Emprendimiento Local (PEL)

Categoría	Emprender
Descripción	Apoya las distintas fases de proyectos de inversión de emprendedores de una localidad, permitiéndoles acceder a nuevas oportunidades de negocio y desarrollar sus competencias.
¿Para quién?	Micro y pequeñas empresas chilenas.
¿Qué entrega?	Para la fase de diagnóstico financia hasta \$400.000 por emprendedor. Para la fase de desarrollo financia hasta \$2 millones de pesos por emprendedor. Por último, para la fase de inversión cofinancia hasta el 50% de determinadas inversiones previamente definidas en la etapa de diagnóstico y el plan de trabajo, con un tope de \$3 millones de pesos. El resto deberá ser cofinanciado por participantes.
Período de postulación	Todo el año

Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)

Categoría	Emprender, Crecer y Mejorar
Descripción	Apoya actividades tales como consultorías que permitan a las empresas formular, fundamentar y evaluar un proyecto de negocio asociativo que contribuya a su rentabilidad, sostenibilidad y competitividad.
¿Para quién?	Micro, pequeña, mediana empresas tanto chilenas como extranjeras.
¿Qué entrega?	Cofinancia hasta el 50% del costo total en cada etapa del proyecto, con topes máximos de: <ul style="list-style-type: none"> - Etapa de diagnóstico: \$8 mill. de pesos - Etapa de Desarrollo: \$40 mill. de pesos
Período de postulación	Todo el año

Capital Semilla

Categoría	Emprender e innovar
Descripción	Financia a emprendedores en el desarrollo de sus proyectos de negocios, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, puesta en marcha y despegue de sus emprendimientos. Debe postular su iniciativa, a través de una entidad patrocinadora de capital semilla.
¿Para quién?	Micro y pequeñas empresas, personas naturales tanto chilenas como extranjeras.
¿Qué entrega?	Entrega un subsidio de hasta el 75% del monto total del proyecto, con un tope máximo de \$40 millones de pesos. El beneficiario, la entidad patrocinadora y/o terceros, deberán cofinanciar pecuniariamente al menos el 25% del monto total del proyecto.
Período de postulación	Todo el año

Garantía CORFO Reprogramación

Categoría	Emprender, Crecer y Mejorar e Innovar
Descripción	Empresas con ventas hasta por UF 100,000 al año y a empresas con antecedentes comerciales negativos, pero con una idea o proyecto de negocio viable.
¿Qué entrega?	Este programa no otorga financiamiento directo al empresario, sino que entrega un porcentaje de la garantía que las entidades financieras le solicitaran al momento de pedir un crédito, por financiar pasivos financieros (deudas con bancos, financieras o cooperativas) con una mora de hasta 119 días; pasivos no financieros sin restricción de mora, deudas DICOM y deudas tributarias, previsionales o de proveedores
Período de postulación	Todo el año

Crédito CORFO Micro y Pequeña Empresa

Categoría	Emprender, Crecer y Mejorar e Innovar
¿Para quién?	Micro empresas, pequeñas empresas y personas naturales. Sean estas chilenas o extranjeras.
¿Qué entrega?	Entrega un crédito por un monto máximo de UF 5,000 (\$105 MM CLP aproximadamente), y a 120 meses de plazo máximo. Este crédito no financia inversiones en tecnologías contaminantes, pago de impuestos y el otorgamiento de créditos a personas relacionadas en propiedad o gestión.
Período de postulación	Todo el año

Programa de Difusión Tecnológica (PDT)

Categoría	Crecer y Mejorar
Descripción	Apoya la mejora de competitividad de un conjunto de empresas - de preferencia Mipymes- por medio de la prospección, difusión, transferencia y absorción de conocimientos, que se traduzcan en un aumento significativo de su productividad, generación de empleo y sostenibilidad.
¿Para quién?	Micro, Pequeña, mediana y grandes empresas y personas naturales chilenas.
¿Qué entrega?	Este programa 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 financiamiento restante, del cual 50% debe ser en efectivo como mínimo.
Período de postulación	Todo el año

Fondos de Asistencia Técnica (FAT)

Categoría	Crecer y Mejorar
Descripción	CORFO ayuda a la contratación de consultorías especializadas en ámbitos de gestión, que contribuyan a mejorar la calidad y la productividad de las empresas.
¿Para quién?	Micro, pequeñas y medianas empresas tanto chilenas como extranjeras.
¿Qué entrega?	Cofinancia hasta un 50% del costo total de la consultoría, con un tope por empresa de \$3.700.000 pesos (para consultorías en el ámbito de modernización tecnológica y gestión financiera) y hasta un 70% con un máximo de \$2.700.000 pesos en el ámbito de producción limpia.
Período de postulación	Todo el año

Fondos para la calidad (FOCAL)

Categoría	Crecer y Mejorar
Descripción	Apoya en la implementación y certificación en normas asociadas a mejorar la gestión o calidad de un producto o servicio, de tal manera que puedan demostrar a sus clientes, proveedores y al entorno en general, que cumplen con estándares reconocidos nacional e internacionalmente.
¿Para quién?	Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas tanto chilenas como extranjeras.
¿Qué entrega?	Subsidia hasta el 50% del costo total, con un tope de \$1 millón de pesos para proceso de certificación o re-certificación, y con un tope de hasta \$5 millones de pesos para el proceso de implementación.
Período de postulación	Todo el año

Programa Nodos para la Competitividad

Categoría	Innovación y Competitividad
Descripción	Busca generar y articular redes entre emprendedores, impulsando la colaboración entre pares, la vinculación con actores relevantes de la industria contribuyendo a la innovación y competitividad de los asociados.
¿Para quién?	Micro, pequeñas y medianas empresas.
¿Qué entrega?	Financia actividades que permitan a los beneficiarios asociarse y vincularse con actores relevantes de la industria y fuentes de información en hasta un 80% del costo anual del proyecto, con un tope de \$40 MM anuales.
Período de postulación	Todo el año de acuerdo a disponibilidad de recursos.

9.4.2 SERCOTEC

Capital Semilla Emprendimiento

Categoría	Emprender
Descripción	Fondo concursable que busca promover, tanto la creación de nuevos negocios, como el fortalecimiento de aquellos que están en una etapa inicial. Esto se realiza, a través de la entrega de un financiamiento inicial no reembolsable y de un proceso de acompañamiento y asesoría para el emprendimiento.
¿Para quién?	Micro y pequeñas empresas y personas naturales sin inicio de actividades ante el SII en primera categoría.
¿Qué entrega?	Subsidio que financia proyectos de negocio de hasta \$3.5 MM, destinados a financiar hasta \$1.5 MM en acciones de gestión empresarial y hasta \$2 MM destinados a inversión. Por su parte cada empresario debe cofinanciar al menos el 20% sobre el aporte de SERCOTEC, tanto para acciones de gestión empresarial como para inversiones.
Período de postulación	Marzo - Abril

Capital Abeja Emprende

Categoría	Emprender
Descripción	Fondo concursable focalizado en mujeres, que busca promover la puesta en marcha de nuevos negocios. Esto se realiza, a través de la entrega de un financiamiento inicial no reembolsable que incluye acciones de gestión empresarial e inversiones de bienes necesarios para cumplir con el desarrollo del proyecto.
¿Para quién?	Micro empresas, pequeñas empresas lideradas por mujeres y personas naturales chilenas sin inicio de actividades en primera categoría ante el SII.
¿Qué entrega?	Subsidio de hasta \$3,5 MM destinados a financiar Acciones empresariales hasta 1,5 MM y adquisición de activos \$2 MM. Cada emprendedora deberá aportar al menos un 20% del cofinanciamiento de Sercotec.
Período de postulación	Marzo - Abril

Crece Fondo de Desarrollo de Negocio

Categoría	Crecer y Mejorar
Descripción	Fondo concursable destinado a potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas y el acceso a nuevas oportunidades de negocio. Entrega un financiamiento destinado a apoyar un plan de trabajo que incluya acciones de gestión empresarial y el financiamiento a inversiones.
¿Para quién?	Micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades en primera categoría ante el SII y que tengan ventas anuales entre 200 y 25.000 UF. Micro y pequeñas empresas con ventas anuales inferiores a UF200, solo en caso de tener menos de un año de existencia.
¿Qué entrega?	Subsidio de hasta \$6 MM destinados a financiar Acciones empresariales hasta 1,5 MM y adquisición de activos \$4.5 MM. Cada emprendedora deberá aportar al menos un 30% del cofinanciamiento de Sercotec.
Período de postulación	Mayo - Junio

Fortalecimiento de Asociaciones Mipes

Categoría	Emprender, Crecer y Mejorar
Descripción	Concurso regional, destinado a asociaciones consolidadas o no, que subsidia a sus ganadores con dinero en efectivo para formalizar a grupos de micro o pequeños empresarios /as y para apoyar a las asociaciones ya existentes que deseen generar nuevos productos y servicios o conseguir oportunidades de negocio.
¿Para quién?	Micro, pequeña, mediana y grandes empresas chilenas.
¿Qué entrega?	Para la Línea 1 entrega un subsidio no reembolsable de hasta \$ 3MM. La agrupación postulante deberá cofinanciar en efectivo, al menos el 20%. Para la Línea 2, entrega un subsidio no reembolsable de hasta \$10 MM. Por su parte, la asociación postulante deberá cofinanciar al menos el 20%.
Período de postulación	Aún no se define fecha por parte de la Dirección Regional de Sercotec.

Promoción y canales de comercialización

Categoría	Comercialización y Promoción
Descripción	Promocionar, difundir y/o comercializar sus productos o servicios a través de a su participación en ferias o eventos.
¿Para quién?	Micro, pequeñas empresas chilenas.
¿Qué entrega?	Financia hasta el 90% del valor total del servicio, mientras que el empresario /a deberá financiar al menos el 10% restante.
Período de postulación	Aún no se define fecha por parte de la Dirección Regional de Sercotec.

Redes de oportunidad de negocio

Categoría	Comercialización y Promoción
Descripción	Generar redes de trabajo empresarial, a través de encuentros regionales empresariales que permitan difundir e intercambiar información comercial y conocimientos.
¿Para quién?	Micro, pequeñas empresas chilenas.
¿Qué entrega?	Generación de redes empresariales.
Período de postulación	Aún no se define fecha por parte de la Dirección Regional de Sercotec.

Capacitaciones Virtuales

Categoría	Capacitarse
Descripción	Cursos virtuales gratuitos dirigidos a emprendedores y empresarios de micro y pequeñas empresas, el cual busca entregar competencia, gestión y desarrollo de habilidades empresariales que permitan asegurar una adecuada puesta en marcha de los negocios, mejora su gestión y obtener mejores resultados.
¿Para quién?	Micro, pequeñas empresas y personas naturales, tanto chilenas como extranjeras.
¿Qué entrega?	Financia un 100% de la capacitación.
Período de postulación	Aún no se define fecha por parte de la Dirección Regional de Sercotec.

9.4.3 SENCE

Bono empresa y negocio

Categoría	Capacitarse
Descripción	Cursos que buscan elevar la competitividad y la productividad de las micro y pequeñas empresas. Quienes resulten seleccionados podrán elegir entre los distintos cursos que se imparten por región.
¿Para quién?	Micro, pequeñas empresas y personas naturales chilenas.
¿Qué entrega?	Se trata de un subsidio que incluye un curso gratuito. El beneficiado sólo deberá aportar una matrícula, equivalente al 20% del valor del curso si cumple con los requerimientos.
Período de postulación	Se postula a través de www.sence.cl . Los cupos son limitados.

9.5 Franquicia Tributaria

Categoría	Capacitarse
Descripción	Incentivo tributario para que las empresas reduzcan de sus impuestos la inversión que efectúan por conceptos de capacitación de sus trabajadores.
¿Para quién?	Micro, pequeña, mediana y grandes empresas chilenas.
¿Qué entrega?	Una reducción tributaria que va a depender de la planilla anual de remuneraciones de la empresa.
Período de postulación	Todos los días del año.

9.4.4 FOSIS

Yo Emprendo

Categoría	Emprender
Descripción	Apoya a personas con idea de negocio en desarrollo (que cuentan con cierta experiencia en el futuro negocio) y microempresarios que buscan consolidar su negocio a través de asesoría técnica, capacitación y capital semilla.
¿Para quién?	Personas naturales chilenas.
¿Qué entrega?	Capacitación, asesoría técnica y capital semilla para la puesta en marcha de nuevos negocios y la consolidación de microempresas. Inversiones de hasta \$400.000.
Período de postulación	Entre enero y marzo. (Dependerá de las definiciones de las Direcciones Regionales de Fosis www.fosis.cl).

9.6 Yo emprendo Semilla

Categoría	Crece y mejora
Descripción	Apoya en implementación de un plan de negocios a través de capacitación, acompañamiento y asesoría técnica y capital semilla para iniciar el emprendimiento.
¿Para quién?	Personas naturales chilenas
¿Qué entrega?	Capacitación, asesoría técnica y capital semilla para iniciar el emprendimiento. Inversiones de hasta \$400.000.
Período de postulación	Entre Enero y Marzo,(dependerá de las definiciones de las Direcciones Regionales de Fosis, www.fosis.cl)

9.4.5 INDAP

Programa de Turismo Rural

Categoría	Emprender, crecer y mejorar
Descripción	Apoya acciones de asesoría, capacitación y promoción de los emprendimientos de los usuarios que se dedican a este rubro. Ayudando así a incrementar los ingresos y generar nuevas alternativas de empleo en los pequeños productores agrícolas y sus familias.
¿Para quién?	Micro, pequeña, mediana y grandes empresas chilenas.
¿Qué entrega?	Subsidio que incluye incentivos de inversión, acceso a créditos y asesoría técnica,
Período de postulación	Todos los días del año.

Programa de Asesoría Técnica

Categoría	Crece y Mejora y Capacitarse
Descripción	Contribuir a mejorar de forma sostenible el nivel de competitividad del negocio o sistema productivo desarrollando las capacidades de los usuarios, por medio de las acciones de transferencia técnica, asesoría en gestión y la articulación con otros programas de fomento.
¿Para quién?	Pequeños productores que realizan actividades económicas productivas silvoagropecuarias, agroindustriales u otras actividades conexas cuyos productos son de término y así son comercializados o bien forman parte de una cadena de valor y están destinados al mercado nacional y/o internacional.
¿Qué entrega?	Los agricultores podrán acceder a asesorías técnicas permanentes en diversos ámbitos de acción requeridos por el negocio, y eventualmente, a asesorías más especializadas en casos puntuales de intervención o para emergencias que surjan dentro de la temporada.
Período de postulación	Se debe postular en cada Agencia de Área de INDAP a través de la Solicitud única de Financiamiento, dentro del plazo señalado en el llamado a postulación y presentando la documentación requerida, de acuerdo a los requisitos exigidos.

Crédito corto plazo individual

Categoría	Crece y Mejora y Capacitarse
Descripción	Orientado fundamentalmente a financiar el capital de trabajo requerido para desarrollar actividades económicas, tales como comprar semillas, fertilizantes, contratar mano de obra, comprar forraje, pagar derechos de agua o arrendar maquinaria agrícola, entre otras.
¿Para quién?	Dirigido a pequeños(as) productores(as) agrícolas que exploten una superficie no superior a las 12 hectáreas de riego básico, cuyos activos no superen las 3.500 unidades de fomento, que su ingreso provenga principalmente de la explotación agrícola y que trabaje directamente la tierra sin importar el tipo de tenencia.
¿Qué entrega?	Financiamiento necesario para desarrollar sus proyectos agrícolas y actividades productivas.
Período de postulación	Los interesados pueden realizar el trámite durante todo el año, en las Agencias de Área de INDAP geográficamente cercana a su predio.

Crédito largo plazo individual

Categoría	Emprender, crecer y mejorar e Innovar
Descripción	Créditos cuya capacidad de generación de recursos para pagar la obligación requiere de un plazo superior a los 359 días, con un máximo de 10 años. Estos créditos están destinados a financiar fundamentalmente inversiones en activos fijos.
¿Para quién?	Dirigido a pequeños(as) productores(as) agrícolas que exploten una superficie no superior a las 12 hectáreas de riego básico, cuyos activos no superen las 3.500 unidades de fomento, que su ingreso provenga principalmente de la explotación agrícola y que trabaje directamente la tierra sin importar el tipo de tenencia.
¿Qué entrega?	Financiamiento necesario para desarrollar sus proyectos agrícolas y actividades productivas.
Período de postulación	Todos los días hábiles del año en las oficinas de área de INDAP

Programa de Desarrollo de Inversiones

Categoría	Crear y mejorar e Innovar
Descripción	Este programa cofinancia con bonificaciones la ejecución de proyectos de inversión productiva, orientados a modernizar los procesos productivos de las empresas de pequeños(as) productores(as), para hacerlas más competitivas en el mercado y sustentables en el tiempo.
¿Para quién?	El PDI está dirigido a productores(as) que desarrollan negocios comerciales, es decir, que están articulados a algún mercado y venden su producción, independiente del tamaño de dichos negocios. Pueden participar beneficiarios(as) actuales o potenciales de INDAP, constituidos en los siguientes tipos de usuarios(as): -Empresas Individuales. -Grupos informales de empresas individuales. -Empresas Asociativas Campesinas formalmente constituidas. -Grupos de Empresas Asociativas Campesinas.
¿Qué entrega?	-Disponer de recursos para poder financiar e implementar proyectos de inversión para incorporar o mejorar un determinado negocio del ámbito silvoagropecuario. -Acceder a recursos bonificados de inversión no retornables. -Acceder a recursos bonificados para el apoyo en la elaboración de su proyecto. Acceder a recursos bonificados para cuando se requiera apoyo con asesoría técnica para la implementación de su inversión.
Período de postulación	Es a través de concursos con plazos definidos por INDAP, Nuevos llamados serán publicados oportunamente en la página de INDAP (www.indap.gob.cl).

9.4.6 MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO

Fondart Regional

Categoría	Innovar
Descripción	Con los recursos del fondo se ejecutan programas y se realizan concursos de proyectos abiertos a la comunidad artística, que tienen por fin estimular la formación profesional, la creación artística, la mediación cultural y la conservación patrimonial en las siguientes disciplinas artísticas: Artes Visuales, Fotografía, Teatro, Danza, Artes Circenses, Artesanía, Folclor, Arquitectura, Diseño, Nuevos Medios, Patrimonio Material e Inmaterial, Gestión Cultural, Culturas de Pueblos Originarios, Desarrollo Cultural Local y Turismo Cultural.
¿Para quién?	Personas Naturales: De nacionalidad chilena o extranjeros con cédula de identidad otorgada por el Servicio de Registro Civil e Identificación de Chile, que sean mayores de 18 años. Personas Jurídicas: Chilenas de derecho público o privado, con o sin fines de lucro. Quedan expresamente excluidas las sociedades de hecho
¿Qué entrega?	Recursos de entre \$8MM a \$20MM, para financiar proyectos en las distintas líneas del concurso: -Formación -Fomento a la creación artística -Fomento a la creación en artesanía - Desarrollo cultural regional -Desarrollo de culturas indígenas -intercambio intercultural -Patrimonio cultural
Período de postulación	Agosto a Septiembre (dependerá de las definiciones de las Direcciones Regionales del CNCA)

Fondo del Patrimonio

Categoría	Innovar
Descripción	Tiene como objetivo apoyar en la modalidad de concurso permanente y abierto, el rescate, la recuperación, la restauración y puesta en valor de inmuebles patrimoniales dañados tanto por el paso del tiempo como por distintos eventos naturales y entrópicos que han afectado a nuestro país, y/o que se encuentran en estado de desuso funcional. Los inmuebles de dominio público o privado deben tener una vocación de uso público permanente, ya sea en parte o en su totalidad.
¿Para quién?	Podrán participar personas naturales y jurídicas, con o sin fines de lucro, con capacidad para cubrir el cofinanciamiento requerido y cuenten con los diseños necesarios; es decir, el desarrollo técnico a nivel de proyecto de arquitectura y/o ingeniería, que permita ejecutar obras de rescate, recuperación, restauración y puesta en valor de inmuebles patrimoniales.
¿Qué entrega?	El Fondo del Patrimonio financiera hasta un máximo de 180 millones de pesos, monto que no podrá ser superior al 70%, 60% o 50% del presupuesto total del proyecto, según la línea de financiamiento postulada. <ul style="list-style-type: none"> • Línea 1: entrega hasta un 70% de cofinanciamiento a proyectos en inmuebles protegidos oficialmente de tipologías patrimoniales específicas, proyectos que estén insertos en Sitios inscritos en la Lista de

	<p>Patrimonio Mundial de UNESCO y sus respectivas zonas de amortiguación; o vinculados a inscripciones de lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial de UNESCO y proyectos vinculados a barrios patrimoniales del “Programa de Revitalización de Barrios e Infraestructura Patrimonial Emblemática”. También considera proyectos que se vinculan y asocian al Inventario Priorizado del Patrimonio Cultural Inmaterial en Chile.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Línea N°2: entrega hasta un 60% de cofinanciamiento a proyectos en Inmuebles protegidos oficialmente, y que no corresponden a las líneas programáticas mencionadas en la línea 1. • Línea N°3: entrega hasta un 50%, de cofinanciamiento a proyectos en Inmuebles no protegidos oficialmente.
Período de postulación	Mes de junio (dependerá de las definiciones de las Direcciones Regionales del CNCA)

9.4.7 SERNATUR

Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos

Categoría	Crece y mejorar
Descripción	Es una herramienta online que permite identificar y registrar las actividades formales que se desarrollan en el turismo.
¿Para quién?	Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas al rubro turístico que cuenten con su situación legal al día. Es obligatorio para los servicios de Alojamiento y turismo aventura.
¿Qué entrega?	<ul style="list-style-type: none"> -Formar parte de la oferta turística nacional. -Ser publicado de manera gratuita en el buscador de servicios de Sernatur. -Acceder a capacitaciones y otros beneficios de organismos públicos. -Conectarse con herramientas de fomento asociadas al sector turístico. -Ser parte de las acciones de promoción de Sernatur en todos sus canales de atención: oficinas de información turística, sitios web, folletería, ferias, entre otros.
Período de postulación	Todos los días del año, se puede hacer de forma directa en el Servicio regional de SERNATUR o en la página www.sernatur.cl .

9.5 Identificación de Fuentes de Financiamiento Privado

Aunque muchas veces el optar y conseguir financiamiento desde los privados, tiene un costo mayor y una serie de requisitos que dificultan el acceso a este, se describirán algunos, ya que gran parte de las iniciativas existentes en Concón, nacieron con recursos propios y en algunos casos con recursos de terceros privados, principalmente bancos.

Antes de profundizar en los organismos que disponen de recursos, es necesario saber los diferentes financiamientos a los que puede optar.

a) Crédito. Un crédito es el dinero que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio establecido (interés), con o sin pagos parciales. Normalmente, de nuestra parte ofrecemos garantías a la entidad financiera, que le aseguren el cobro del crédito. Las entidades financieras que otorgan crédito son, entre otros, bancos, cooperativas de ahorro y crédito e instituciones micro financieras.

b) Factoring. Consistente en un contrato donde las cuentas por cobrar (facturas, letras u otras) que tiene una empresa, que corresponden a las deudas que tiene de sus clientes, son traspasadas a una institución financiera que se encarga posteriormente de cobrarlas a cambio de facilitar tal dinero inmediatamente. La institución financiera que entrega el servicio, cobra un porcentaje de éste monto a cambio de la transacción total, asumiendo también el riesgo de no pago.

c) Leasing. También conocido como arrendamiento financiero, es una forma de financiar la obtención de activos fijos. La empresa que entrega el servicio entrega estos activos a la empresa interesada, a cambio de pagos estipulados a modo de “arriendo”, en donde finalmente se puede ejercer la compra del bien (a un precio bajo), alargar el contrato de leasing, o devolverlo a su dueño/a inicial.

d) Sociedades de Garantía Recíproca (SGR). Son organizaciones que ayudan a las empresas a obtener financiamiento, asumiendo el riesgo de crédito de la empresa frente al banco. En la actualidad existen siete SGR funcionando: Aval Chile, Confianza, Congarantía, First Aval, Mas Aval, Proaval y Agroaval.

A continuación, se presenta un detalle de las instituciones privadas que ofrecen financiamiento para empresas de menor tamaño.

Instituciones	
Banco del Desarrollo	Cuenta con productos y servicios dirigidos a satisfacer las necesidades de crédito de microempresas, destacando los créditos para pequeños productores agrícolas, crédito de enlace para proyectos de riego y drenaje y el crédito para cambio de vehículos para taxistas. Además de los créditos comerciales con cuotas fijas para capital de trabajo e inversión.
Banco de Créditos e Inversiones BCI	Posee una línea de crédito para Microempresarios. Entre los beneficios y características se encuentra el financiamiento de mercaderías y materias primas, máquinas y equipos, vehículos de trabajo y arreglos de local. Crédito Fogape que es una garantía del estado destinada a cubrir un determinado porcentaje del capital del crédito. Posee además un ítem de campaña publicitaria gratis para las categorías de Alimentos, salud y belleza, Servicios y productos.
Banco Estado	Ha desarrollado líneas de crédito especiales para microempresas. La Cuenta Proveedor incluye convenios con algunas empresas proveedoras, con facilidades de pago (30 días sin interés, descuentos por volumen de compras, ofertas promocionales). Otro producto importante es el seguro Empresa Protegida que se hace cargo de los créditos asociados en caso de siniestros, robos con fuerza o daños al vehículo de trabajo. También los denominados Seguros Pequeños Empresarios (Fraudes, Vehículos, anti delincuencia y agrícola). Es preciso destacar que, por ser banco estatal, Banco Estado ha sido agente relevante en la habilitación de programas de fomento como FOGAPE, PROFO, Fondo Asistencia Técnica y Programa Desarrollo Proveedores (PDP).
Santander Banefe	Desarrolla líneas y programas de crédito especialmente dirigidos a y al sector agrícola. En el área de la micro finanza destaca un crédito para microempresarios(as) emergentes, pagable en cuotas fijas mensuales para capital de trabajo, específicamente compra de mercadería. Santander Banefe es una de las Instituciones Financieras que opera con FOGAPE, la garantía estatal para apoyar a la pequeña empresa. Otro elemento a destacar es el Premio Nacional a la Mujer Microempresaria que ya lleva 8 versiones reconociendo y premiando las capacidades de mujeres emprendedoras en el segmento de la microempresa. Para postular a los premios que van desde becas de estudio hasta 6 millones de pesos como gran premio nacional.
Banco CrediChile	Posee distintos productos orientados al apoyo y crecimiento de las microempresas, mediante créditos destinados a financiar mercadería, insumos e inversiones que permitan mejorar la productividad. Tiene un crédito que consolida la deuda que el empresario pueda tener con otra institución financiera, Crédito Fogain y de Consumo de libre disponibilidad.

Cooperativas de Crédito	
Credicoop	Cuentan con créditos para la microempresa, crédito agrícola, créditos de emergencia (que resuelven problemas puntuales de caja u otras de corto plazo y bajos montos), capacitación, entre otros productos financieros. Los montos del crédito dependen de la capacidad de pago del cliente y el plazo es hasta 24 meses si es para Capital de Trabajo y hasta 60 meses si es para Inversión o maquinaria.
Oriencoop	Concentra sus servicios en la zona centro sur, con la oficina central en la ciudad de Talca. Entre sus servicios figuran cuentas de ahorro y crédito. De estas últimas destacan créditos dirigidos a la microempresa formal e informal, microempresa de socios antiguos, créditos agrícolas, contratistas, obras de riego y drenaje, Pyme, capital de trabajo flexible, entre otros. Cuenta con cobertura FOGAPE en una línea PYME y una línea de crédito Agrícola.
Copeuch	Financiamiento hasta el 80% para la adquisición de Compra o renovación de maquinarias, equipos y herramientas, vehículos de trabajo, mercadería e insumos. Con montos mínimos de \$200.000, entrega asesoría especializada en terreno, de 6 hasta 60 meses de plazo.
Micro finanzas Emprende	Organización enfocada a entregar productos financieros adaptados a las necesidades de las y los emprendedores más vulnerables del país. Entrega créditos para financiar materias primas, mercadería y materiales, Crédito Agrícola que financia semillas, fertilizantes, pesticidas, e inversiones propias del negocio, Crédito de emergencia y crédito para la inversión o maquinaria como compra de vehículo, equipamiento, maquinarias o cualquier inversión importante relacionada con el negocio.
Fundaciones	
Fundación Crecer	Trabaja dando crédito a personas que necesitan financiamiento a través del Programa Emprendedores. Los créditos son entregados mediante Bancos Comunitarios, que son grupos de 20 a 25 personas con similares necesidades de financiamiento, con el compromiso grupal de pagar la totalidad de lo prestado. Los préstamos van desde los 150 mil pesos anuales hasta los 315 mil pesos anuales, dependiendo de la antigüedad en que se halle el beneficiario como integrante del Banco. Las tasas de interés fluctúan entre el 1 y el 2 por ciento.
Fundación Contigo	Esta Fundación focaliza su esfuerzo en generar oportunidades para que los clientes y microempresarios(as) en situación de pobreza logren crecer económicamente y desarrollar su potencial. Concretan créditos para Capital de Trabajo, para activos fijos a la microempresa de las áreas urbanas y las de actividad silvoagropecuaria. Créditos Microempresariales, grupales y campesinos, además de descuento de cheques (pago por cheques a fecha).
Fundación Banigualdad	Es una fundación privada sin fines de lucro que brinda servicios de microfinanzas. Ofrece financiamiento a través de créditos solidarios de bajo monto y corto plazo a grupos de entre 22 a 25 personas que se apoyan entre sí para el éxito de su negocio. Además, se incluye dentro del servicio talleres de capacitación para que sus miembros adquieran capacidades de administración y gestión de empresa.

9.6 Tipos de actividades de turismo, desarrolladas en Concón

DESTINO CONCÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Sol y Playa • Patrimonio y cultura • Turismo Náutico • Turismo de naturaleza y aventura • Turismo de negocios

De esta manera, es que se propone una matriz asociada a la cadena de valor del turismo y los diferentes instrumentos de fomento, en el cual se deben observar especialmente los ámbitos sugeridos de acción de cada tipo de instrumento, ámbito que se encuentra asociado al ciclo de vida de los tipos de turismo, por lo tanto, es necesario que esta priorización pueda ser evaluada bianualmente, debido a los cambios existentes en el mercado del turismo.

Los ámbitos surgen de las distintas etapas, en que se desarrolla un producto turístico, asociado a un programa de fomento tradicional. Así, en el marco de lo propuesto por esta consultoría, esto implica los ámbitos siguientes:

ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
------------------------------------	---------------------------	--------------------	--	--	-----------------------	-------

Las matrices expuestas a continuación, representan el grado de priorización de los diferentes tipos de turismo, de acuerdo al ámbito de desarrollo que se busca fomentar. A saber:¹⁰

9.6.1 Gastronomía

TIPOS DE TURISMO	ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
Altamente Recomendable							
Recomendable							
Analizar							
No Recomendable							
	Gastronomía¹¹						

¹⁰ Fuente: Centro de estudios de gestión.

¹¹ Cuadro gastronomía, elaboración CEG.

9.6.2 Sol y Playa

TIPOS DE TURISMO	ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
Altamente Recomendable							
Recomendable							
Analizar							
No Recomendable							
	Sol y Playa¹²						

9.6.3 Turismo Patrimonial y Cultural

TIPOS DE TURISMO	ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
Altamente Recomendable							
Recomendable							
Analizar							
No Recomendable							
	Turismo Patrimonial y Cultural¹³						

¹² Cuadro turismo sol y playa, elaboración CEG.

¹³ Cuadro turismo patrimonial y cultural, elaboración CEG.

9.6.4 Turismo Náutico

TIPOS DE TURISMO	ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
Altamente Recomendable							
Recomendable							
Analizar							
No Recomendable							
	Turismo Náutico¹⁴						

9.6.5 Turismo de Naturaleza y Aventura

TIPOS DE TURISMO	ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
Altamente Recomendable							
Recomendable							
Analizar							
No Recomendable							
	Turismo de Naturaleza y Aventura¹⁵						

¹⁴ Cuadro turismo náutico, elaboración CEG.

¹⁵ Cuadro turismo de naturaleza y aventura, elaboración CEG.

9.6.6 Turismo de Negocios

TIPOS DE TURISMO	ESTUDIOS DE PRE INVERSIÓN NEGOCIOS	INICIO O APOYO A EMPRESAS	GESTIÓN Y PROCESOS	DESARROLLO NEGOCIO SOSTENIBLE-MEDIO AMBIENTE	FORTALECIMIENTO ASOCIATIVIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSIÓN EN REGIONES	OTROS
Altamente Recomendable							
Recomendable							
Analizar							
No Recomendable							
	Turismo de Negocios¹⁶						

De esta manera se entrega una priorización de los diferentes ámbitos asociados al ciclo de vida de la oferta turística, en relación al tipo de turismo a considerar, ante una evaluación.

Luego, se realiza un cruce entre la información de estos ámbitos, con los programas o instrumentos de fomento existentes, de esta manera, se puede llegar a tener un programa determinado vinculado a un organismo de fomento, priorizado, por el mismo ámbito del ciclo del turismo. Esto, según se presenta a continuación, para cada ámbito ya individualizado. A saber:

¹⁶ Cuadro de turismo de negocios, elaboración CEG.

9.7 Matriz de Priorización de Programas de Fomento

PROGRAMAS	FOMENTO							
	CORFO	SERCOTEC	FOSIS	INDAP	SENCE	PROCHILE	BANCO ESTADO	GOOGLE-CORFO
Capital Semilla								
Gestión de la Innovación en Empresas Chilenas								
Prototipos de Innovación Empresarial								
Programa de Emprendimientos Locales (PEL)								
Capital Semilla Emprendimiento								
Capital Semilla Empresa								
Programa Ámbito de Emprendimiento								
Programa de Desarrollo de Inversiones (PDI)								
Fomento a la Calidad (FOCAL)								
Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP)								
Programa de Difusión y Transferencia Tecnológica (PDT)								
Prototipos de innovación Social								
Asesorías Empresariales								
Acciones de Formación Empresarial								
Servicio de Asesoría Técnica (SAT)								
Capacitación en Educación								

Financiera								
Franquicia tributaria								
Bono Empresa y Negocio								
Capital Humano								
Bono Trabajador Activo								
Fondo de Asistencia Técnica (FAT) Producción Limpia								
Programa de Pre-inversión en Medio Ambiente								
Ferías Libres								
Programa de Pre-inversión en Eficiencia Energética (PIEE)								
Programa de Jóvenes								
Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)								
Nodos para la Innovación								
Fortalecimiento Asociaciones MIPES								
Programa de Apoyo a la Inversión en Zonas de Oportunidades								
Concurso de Emprendimiento en Turismo de Intereses Especiales								
Convenio de colaboración								
Guía de Marketing Online								
Concurso Industrias, Servicios y Turismo								