

2021 PLADETUR COMUNA DE FREIRINA

INFORME I

Iniciativa financiada por el Gobierno Regional de Atacama por medio del programa FNDR "DIFUSIÓN ESTRATÉGICA, IMAGEN REGIÓN Y FORTALECIMIENTO DE DESTINOS DE LA REGIÓN DE ATACAMA" CÓDIGO BIP 40012748-0.-

Presentado por



PRESENTACIÓN

El Servicio Nacional de Turismo Región de Atacama, ha ejecutado en calidad de Unidad Técnica el Programa financiado con recursos del F.N.D.R. denominado "Difusión estratégica, imagen región y fortalecimiento de destinos de la región de Atacama", Código BIP 40012748-0, que busca fortalecer la imagen regional y alcanzar el posicionamiento de Atacama en los principales mercados locales, nacionales e internacionales a través de la intervención en los ejes de desarrollo de destinos, promoción, capital humano y fortalecimiento de la oferta y turismo municipal, conciencia turística y hospitalidad.

Por medio de esta iniciativa, se ejecutó la elaboración participativa del plan de desarrollo turístico comunal (Pladetur) con los siguientes objetivos:

a) Realizar un diagnóstico de la situación turística comunal a fin de implementar y/o actualizar, según corresponda, la base de información que sirva de insumo para la toma de decisiones, considerando oferta, demanda, recursos de interés turísticos (naturales y culturales), en función de caracterizarla como parte de uno de los destinos turísticos regionales. Contar con un diagnóstico de brechas sobre aspectos estructurales considerados "ámbitos limitantes" para el desarrollo turístico esperado del destino.

b) Proponer una instancia de gobernanza, gestión y liderazgo local que involucre a los principales actores identificados que intervienen con el sector turismo en el destino comunal y que cuente con protocolos de trabajo asociativo y toma de decisiones y acuerdos (Consejo de Destino, Mesa de Turismo, Comité de Turismo, etc.)

c) Diseñar y presentar un Plan de Desarrollo Turístico comunal conforme a los parámetros generales de los términos de referencia, que contemple la asociación de grupos locales, el análisis de temas claves con la comunidad, la planificación estratégica y la implementación y seguimiento del plan.

La elaboración de este plan de desarrollo turístico comunal incluyó **3 informes** con diferentes contenidos, todos validados por la Municipalidad; **el presente documento es uno de ellos.**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
METODOLOGÍA	8
1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA COMUNA	11
1.1. Ubicación y delimitación del destino turístico	11
1.2. Reseña histórica de la comuna	11
1.3. Características del entorno físico urbano/rural	11
1.3.1. Suelo	11
1.3.2. Geomorfología	13
1.3.3. Clima	13
1.3.4. Hidrografía	13
1.3.5. Flora	14
1.3.6. Fauna	17
1.4. Distribución de los asentamientos humanos	17
1.5. Análisis sociocultural	17
1.5.1. Población comunal	18
1.5.2. Salud	20
1.5.3 Educación	20
1.5.4 Etnias	22
1.6. Actividades productivas y su relación con el turismo	22
1.7. Análisis de la infraestructura y situación de servicios básicos	24
1.7.1. Agua potable y alcantarillado	24
1.7.2. Conectividad	25

1.8. Accesibilidad interna y externa	25
1.9. Problemas ambientales y restricciones territoriales	26
1.9.1. Sistema Urbano y rural	26
1.10. Programas de inversión	26
1.10.1. Iniciativas municipales	26
1.10.2. Iniciativas públicas y privadas	27
1.10.3. Servicio de evaluación ambiental	27
1.10.4. Sernatur	27
2. TENDENCIAS DEL DESARROLLO TURÍSTICO	27
Contexto General	27
2.1. Impactos ambientales derivados del uso de los recursos turísticos	30
2.2. Infraestructura turística	30
2.2.1 Oferta formal	30
2.3. Situación de los servicios turísticos	31
2.4. Efectividad de la promoción turística	32
2.5. Nivel de capacitación y calificación de recursos humanos del sector turismo	33
2.5.1 Situación del capital humano en la comuna	35
2.6. Oportunidades de desarrollo turístico	39
2.6.1. Turismo post pandemia, una oportunidad para el turismo sustentable y circular	40
2.6.2. Tecnologías en el Turismo	40
2.6.3. Turismo de Intereses Especiales	42
2.7. Escenarios de desarrollo turístico	43
2.7.1. Turismo deportivo y de aventura	43
2.7.2. Turismo Gastronómico	44

2.7.3. Innovación Social en el Turismo	46
2.7.4. Turismo Rural	47
2.7.5. Astroturismo	49
2.8. Situación de los atractivos turísticos	49
2.8.1 Atractivos turísticos	50
2.8.2 Áreas silvestres protegidas	51
2.9. Agentes del desarrollo turístico	51
3. ANTECEDENTES GENERALES DE LA DEMANDA	52
3.1. Llegadas, pernoctaciones, estancia media y ocupación	53
3.2. Estacionalidad	55
4. PERFIL DE LOS VISITANTES	55
4.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A VISITANTES	57
5. Diagnóstico analítico consolidado	60
5.1. Análisis FODA - PESTA	60
6. Imagen objetivo, visión y misión	70
6.1. Metodología imagen objetivo	70
6.2. metodología objetivos para el desarrollo turístico	72
7. Imagen Objetivo	74
7.1. Consideraciones previas para la definición de una imagen objetivo	74
7.2. Construcción y definición de la Misión	76
7.3. Definición de la Misión	78
7.4. Construcción participativa de la Visión	78
7.5. Definición de la Visión	80
7.6. Definición participativa de Imagen Objetivo	81

8. PROPUESTA DE MODELO DE GOBERNANZA PARA LA GESTIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO
COMUNA DE FREIRINA- REGIÓN DE ATACAMA

84

Consideraciones Generales y Conceptualización Asociada

84

Diseño de Aplicación GENERAL Y COMUNAL del Modelo

84

INTRODUCCIÓN

En la búsqueda de fortalecer la imagen de la Región de Atacama y alcanzar un posicionamiento en los principales mercados locales, nacionales e internacionales, SERNATUR junto con el Gobierno Regional se encuentra ejecutando una serie de iniciativas y acciones que se enmarcan en la Política Regional de Turismo de Atacama, de ahora en adelante PRTA.

La PRTA compuesta por cuatro componentes, establece en una de ellas el “*Desarrollo de Destinos*” la cual se compone a su vez de cuatro líneas de acción; desarrollo de destinos priorizados, desarrollo de zonas de interés turístico, identificación y apoyo de iniciativas de infraestructura habilitante para el desarrollo turístico y herramientas de planificación, articulación y gestión de destinos. En esta última línea de acción se encuentra la iniciativa “*elaboración de planes de desarrollo turístico para las comunas y/o provincias de la Región de Atacama*”. La cual, hoy, se encuentra en ejecución, financiada por el recurso F.N.D.R denominado “*Difusión estratégica, imagen y región y fortalecimiento de destinos de la región de Atacama*”, cuyo objetivo es conducir de manera realista y ordenada a las comunas hacia los objetivos turísticos que todos los actores sociales han planteado en la red de turismo municipal y la PRTA, de tal forma de obtener un enfoque integral de destinos bajo una gobernanza local.

Bajo esta premisa, y en la búsqueda de convertir a la comuna de Freirina en un territorio donde el turismo sea uno de los motores económicos que permite mejorar la calidad de vida de sus residentes, la competitividad de los emprendimientos y que, sobre todo, sea percibida como un destino sustentable en el que su identidad y recursos (sociales y medioambientales) sean atributos diferenciadores para la atracción de visitantes y turistas.

El presente documento corresponde al primer informe diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico, de ahora en adelante PLADETUR, de la comuna de Freirina, e incluye los antecedentes generales y metodología utilizada para su diseño, desarrollado por el equipo de profesionales de Chile Consultor, bajo la supervisión técnica de la unidad técnica de SERNATUR.

La planificación estratégica ligada al turismo es uno de los instrumentos más importantes con el que cuenta la administración pública responsable del desarrollo turístico de una comuna, para resolver disfunciones internas y enfrentarse a los cambios en el entorno desde una visión a medio y largo plazo. Este debe integrar todos los instrumentos y mecanismos disponibles que permitan construir nuevos escenarios de un mejor futuro, que garanticen que la generación de riqueza derivada de las actividades turísticas no pone en juego el futuro de la comuna, sino más bien armonía y sinergia con otras actividades económicas presentes en el territorio. En segundo lugar, debe garantizar la sostenibilidad del destino de forma irrenunciable, y hacerlo con una mirada ampliada, incorporando a las cuestiones ambientales otros criterios fundamentales, como la calidad de los puestos de trabajo o la fortaleza de las relaciones empresariales con el tejido económico local. Hay que pensar la sustentabilidad no sólo como un atributo de marca, sino como un efecto deseado por toda la cadena de valor, como hito que alcanzar en el conjunto de la comuna.

Por otra parte, la creciente segmentación de la demanda obliga a los gestores del turismo de un territorio a un permanente seguimiento de las preferencias de los consumidores y a adaptar sus estrategias para ofrecer productos acordes a dichas particularidades con el fin de ser destinos más competitivos.

Adicionalmente, la actual crisis del sector provocada por la pandemia del Coronavirus obliga a reconsiderar aspectos como la importancia de contar con programas y protocolos de seguridad e higiene para atender correctamente y transmitir confianza a los turistas, la fiabilidad de los servicios turísticos bien prestados, el aseguramiento de una oferta turística capacitada y preparada para proporcionar sensaciones y experiencias seguras, de libertad, con normalidad y saludables. Por ello es necesario apoyar a las entidades locales en impulsar actuaciones sobre estos aspectos y mejoren la sostenibilidad de sus modelos de desarrollo turístico en cooperación con entidades públicas y privadas.

Lo descrito anteriormente hace imprescindible establecer las bases para afrontar los desafíos a los que está sometido la comuna, tanto a nivel local como en el panorama turístico actual, a través de la elaboración y ejecución del PLADETUR, que además ayude a la coordinación y cooperación público-privada en la gestión del turismo en la comuna y fomente la especialización y diferenciación de nuevos productos y experiencias turísticas.

METODOLOGÍA

El desarrollo metodológico del PLADETUR se estructura en seis etapas, que se apoyan sobre los ejes transversales de la participación y comunicación, elementos constantes en todo proceso de planificación. Su diseño considera necesariamente, en todas sus etapas, la participación de los diferentes actores que inciden directa e indirectamente en la actividad turística comunal, como también considerar los siguientes criterios para su fiabilidad y viabilidad:

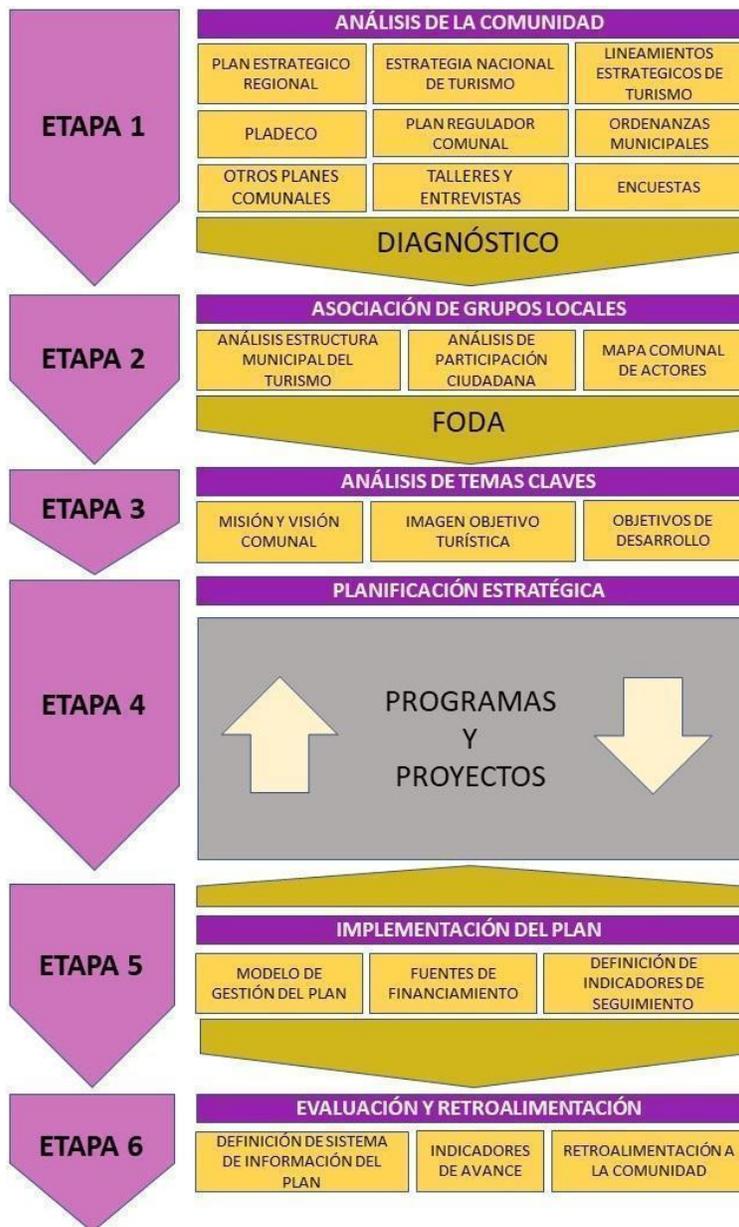
1. Debe diseñarse desde una perspectiva integral, tanto desde lo sectorial como en su relación con el conjunto de actividades que se realizan en el territorio comunal
2. Debe concebirse como un instrumento para la coordinación de las acciones que el municipio pretende impulsar para aprovechar en forma racional su potencial turístico.
3. Debe ser el resultado de un proceso de negociación y de consenso con la comunidad, las instituciones públicas y privadas y empresarios turísticos locales y externos.
4. Debe respaldarse en un análisis de factibilidad técnica, económica y ambiental.

En este primer informe se detalla el proceso y resultados concernientes al análisis de fuentes secundarias de tipo documental y estadístico, considerando la revisión del PLADECO y de los planes y estudios turísticos que se han llevado a cabo en los últimos años, así también planes y estudios que afectan o impactan directa o indirectamente la actividad. Por otro lado, se realiza una revisión de los recursos y productos existentes en la comuna y que pueden a futuro ayudar a diversificar la propuesta turística actual y contribuir a un aumento de la estancia media y del gasto turístico. Sumado a lo anterior, se realiza un análisis de fuentes de información primarias desarrolladas ad hoc a los objetivos del Plan: encuestas a prestadores de servicios turísticos, residentes y visitantes; ejecución de talleres participativos presenciales y virtuales para conocer los principales problemas, disfunciones y barreras al desarrollo turístico sostenible y competitivo de la comuna de Freirina.

De forma paralela se ha trabajado en una propuesta de estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico. Junto a ello, la definición de una metodología participativa comunitaria que permita un trabajo coordinado y efectivo de quienes participan directamente en el desarrollo turístico de la comuna.

Tras el análisis pormenorizado llevado a cabo, se procede al diagnóstico a través del empleo de la metodología diagnóstico FODA contrastando los resultados con ejercicios similares realizados en otros procesos participativos en la comuna, como por ejemplo el PLADECO y análisis de encuestas, que han servido para elaborar una radiografía nítida de la situación actual de la comuna y su posible evolución futura, vislumbrando el desarrollo turístico al que se debe aspirar.

Por último, y una vez finalizada la fase de análisis y el diagnóstico, tras las conclusiones obtenidas, se formula qué destino turístico queremos constituir mediante la definición de la Imagen Objetivo turística de la comuna, es decir, la visión futura, la cual debe ser alcanzable, pero al mismo tiempo, suponer un desafío de superación.



Fuente: Chile Consultor en base a información de Sernatur (2021).

1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA COMUNA

1.1. UBICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

La comuna de Freirina se encuentra localizada al sur de la región de Atacama en la provincia del Huasco, posee una superficie de 3578,00 km² y su principal centro urbano se ubica en las coordenadas 28°30'4''S y 71°04'45'' O. En cuanto a su delimitación, Freirina colinda por el lado norte con la comuna de Huasco, al sur con la región de Coquimbo, al este con la comuna de Vallenar y por el lado oeste con el océano pacífico.

1.2. RESEÑA HISTÓRICA DE LA COMUNA

El origen de la comuna se remonta a 1752 cuando el gobernador español Domingo Ortiz de Rosas fundó la comuna bajo el nombre de Santa Rosa de Huasco, para más tarde en 1824 recibir el nombre de Villa de Freirina en honor al general Don Ramón Freire¹. Posteriormente, en 1874, el destino obtiene el título de ciudad y en 1876 pasa a convertirse en departamento y municipio². Dentro de los acontecimientos históricos más destacados de la comuna, es la visita realizada por Charles Darwin, asimismo en 1870 fue construido el edificio Los Portales en donde actualmente se encuentran las dependencias de la municipalidad³. De igual forma se presenta la construcción de la línea de ferrocarril en el año 1892 y el descubrimiento y explotación de la mina de oro hasta 1950⁴.

1.3. CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO FÍSICO URBANO/RURAL

1.3.1. Suelo

Dentro de la región de Atacama, existen diversas superficies de suelos que presenta el territorio, los cuales se aprecian en la siguiente tabla:

Tabla 1: Superficie de suelos regionales

Suelos	Km2	%
Protosuelos con costras salinas	1.637	2,2
Fluvisoles	2.835	3,8
Litosoles	3.497	4,6
Histosoles y Litosoles	4.267	5,7
Yermosoles Cálcicos	4.351	5,8

¹ <https://www.rutaschile.com/Destino-Detalle.php?D=43>

² Freirina: ubicación, y todo lo que desconoce de ella (conociendochile.com)

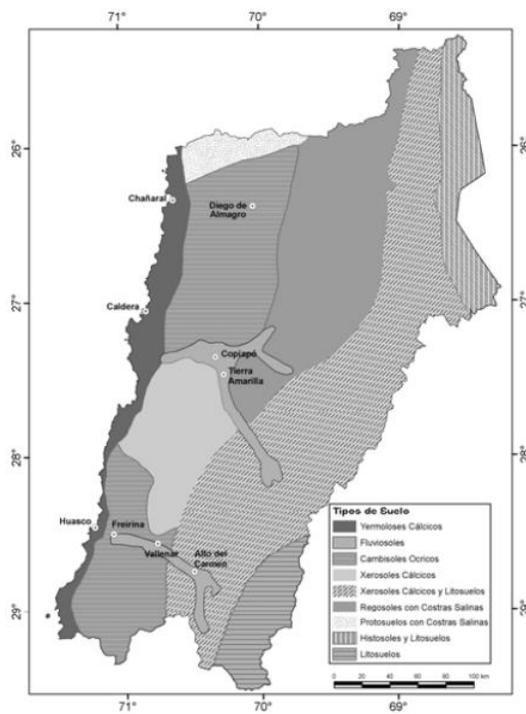
³ Plan de Intervención Territorial Servicio País, 2021- 2022

⁴ <https://www.geovirtual2.cl/Museovirtual/pueblos/Freirina-Atacama-01.htm>

Suelos	Km2	%
Xerosoles Cálcidos	5.903	7,8
Regosoles con costras salinas	13.775	18,2
Cambisoles Ócricos	15.326	20,3
Xerosoles Cálcidos y Litosoles	23.917	31,7

Fuente: Squeo et al., 2008 en base a Ulloa & Ortiz de Zarate, 1989⁵

Ilustración 1: Suelos regionales



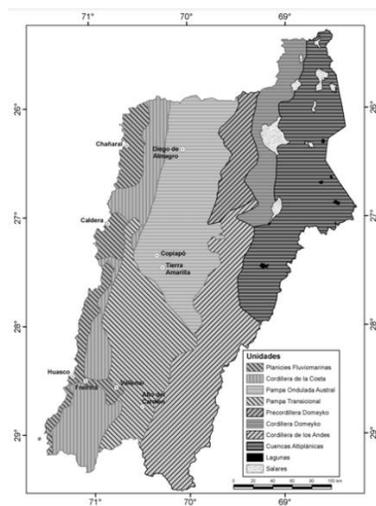
Fuente: Novoa et al., 2008 en base a Ulloa & Ortiz de Zarate, 1989

⁵ http://plataformacaldera.cl/territorio/590/articulos-64761_documento.pdf

1.3.2. Geomorfología

En la región se hace presente estructuras geomorfológicas como la cordillera de Los Andes y la cordillera de la Costa. Igualmente, se encuentran planicies fluvio-marinas, la pampa tradicional y pampa ondulada austral, la precordillera Domeyko y cuencas altiplánicas (Borgel, 1983; Ulloa & Ortiz de Zarate, 1989, citado en Novoa et al., 2008).

Ilustración 2: Geomorfología regional



Fuente: Novoa et al., 2008 en base a Borgel 1983, Ulloa & Ortiz de Zarate 1989

1.3.3. Clima

En cuanto al clima, se registran dos clasificaciones de Köppen: el desértico con nublados abundantes presente en la costa y el desértico marginal bajo en el interior. Por lo cual es posible apreciar tanto en la comuna como en los valles un clima desértico litoral con abundante nubosidad matinal y temperaturas con humedad, por lo que hay una moderada precipitación debido a la camanchaca.

1.3.4. Hidrografía

En la región se hace presente la Cordillera Andina, la que acumula nieve en las altas cumbres y que, junto con las precipitaciones permiten el desarrollo de cursos de agua, cuyo régimen de alimentación es pluvionival. La región presenta dos ríos principales: el río Copiapó, que posee una hoya hidrográfica de 18.400 km² y una longitud de 162 km. Nace de la unión de los tributarios Jorquera, Pulido y Manflas. Hacia el sur de la región, está el Río Huasco, la cual posee una hoya hidrográfica de 9.850 km² y se origina producto de la unión de dos ríos: el Tránsito y el Carmen.

1.3.5. Flora

La región de Atacama presenta una alta variabilidad espacial de su vegetación, debido principalmente a sus condiciones climáticas. Presenta 12 formaciones vegetales, de estas, 9 corresponden a desiertos (2 costeros, 1 montano, 2 floridos, 1 interior, 1 alto andino y 2 esteparios), 2 estepas (desértica y alto andina), y finalmente un área muy restringida sin vegetación en la alta cordillera esta última, describe condiciones climáticas extremas donde unas pocas especies pueden sobrevivir⁶.

La comuna de Freirina presenta 269 especies nativas, de las cuales se registran cinco (1,9%) en categoría de peligro de extinción y 20 (7,4%) en categoría de vulnerabilidad. Asimismo, la comuna presenta cinco sitios prioritarios de conservación, dentro de los cuales se encuentra la reserva nacional Pingüino de Humboldt en donde se registraron 22 especies de plantas nativas y también el sitio Carrizalillo el cual es hábitat de 52 especies de planta nativa. Dichos sectores se caracterizan por ser del tipo matorral desértico mediterráneo costero de *Oxalis gigantea* y *Heliotropium stenophyllum*⁷.

Tabla 2: Formaciones vegetacionales

Formación Vegetacional	Estado
<i>Bridgesia incisifolia</i> Bertero ex Cambess	Peligro
<i>Maihueiopsis domeykoensis</i> Ritter	Peligro
<i>Menonvillea minima</i> Rollins	Peligro
<i>Prosopis chilensis</i> (Molina) Stuntz	Peligro
<i>Vasconcellea chilensis</i> Planch. ex A.DC.	Peligro
<i>Adesmia glutinosa</i> Hook. et Arn.	Peligro
<i>Adesmia littoralis</i> Burkart	Vulnerable
<i>diantum chilense</i> Kaulf.	Vulnerable
<i>Alstroemeria leporina</i> Ehr.Bayer et Grau	Vulnerable
<i>Alstroemeria werdermannii</i> Ehr. Bayer	Vulnerable
<i>Anisomeria littoralis</i> (Poepp. et Endl.) Moq.	Vulnerable
<i>Balsamocarpon brevifolium</i> Clos	Vulnerable
<i>Calceolaria collina</i> Phil	Vulnerable
<i>Chenopodium papulosum</i> Moq	Vulnerable

⁶ Plan Regional de Ordenamiento Territorial Región de Atacama

⁷ Plan de Intervención Territorial Servicio País, 2021- 2022

Chorizanthe frankenioides J.Remy	Vulnerable
Cistanthe cephalophora (I.M.Johnst.) Carolin ex Hershk.	Vulnerable
Echinopsis coquimbana (Molina) Friedrich et G.D.Rowley	Vulnerable
Eriosyce crispa (F.Ritter) Don. et Rowl.	Vulnerable
Eriosyce eriosyzoides (F.Ritter) Ferryman	Vulnerable
Eriosyce villosa (Monv.) Katt	Vulnerable
Geoffroea decorticans (Gillies ex Hook. et Arn.) Burkart	Vulnerable
Heliotropium filifolium (Miers) I.M.Johnst.	Vulnerable
Junellia selaginoides (Kunth ex Walp.) Moldenke	Vulnerable
Leucheria cumingii Hook. et Arn.	Vulnerable
Salix humboldtiana Willd.	Vulnerable

Fuente: Squeo et al., 2008

Tabla 3: Especies nativas según categoría en estado de conservación de la comuna de Copiapó

En Peligro, EP	n	5
	%	1,9
Vulnerable, VU	n	20
	%	7,4
Fuera de Peligro, FP	n	191
	%	71,0
Subtotal	n	216
	%	80,3
Insuficientemente Conocida, IC	n	3
	%	1,1

Insuficientemente Conocida potencialmente Extinta, IC(EX?)	n	8
	%	3,0
Insuficientemente Conocida potencialmente En Peligro, IC(EP?)	n	1
	%	0,4
Insuficientemente Conocida potencialmente Vulnerable, IC(VU?)	n	10
	%	3,7
Insuficientemente Conocida potencialmente Fuera de Peligro, IC(FP?)	n	31
	%	11,5
Subtotal	n	53
	%	19,7
Total	n	269

Fuente: Squeo et al., 2008

1.3.6. Fauna

Se reconoce a la región de Atacama como el límite norte de distribución geográfica de un grupo importante de especies de animales. En reptiles, 16 de las 17 especies registradas están descritas como endémicas de Chile y 4 de ellas solo en Atacama; en cambio, las aves son el grupo que presenta el menor número de endemismos regionales, con 1,5% y solo a nivel de subespecies.

En cuanto al territorio comunal, este es el hábitat de fauna como el guanaco, zorro chillo, burros, pumas, aguilucho, tiuques, diferentes especies de gaviota, cernícalo, entre otras. Asimismo, el archipiélago de Humboldt alberga una gran cantidad de especies marinas como: tortugas marinas, ballena azul, ballenas fin, ballenas jorobadas, delfines, chungungos, pingüinos de Humboldt, entre otras⁸.

1.4. DISTRIBUCIÓN DE LOS ASENTAMIENTOS HUMANOS

⁸ Plan de Intervención Territorial Servicio País, 2021- 2022

La región de Atacama se caracteriza por presentar una dispersión de los centros poblados a nivel regional, encontrándose separados unos de otros a grandes distancias, razón por la cual cada comuna se desempeña como un sistema autónomo, dependiente en ciertos aspectos de otras comunas, como es el caso de aquellas comunas que presentan un sistema portuario, del cual dependen principalmente las comunas que se desempeñan en las cuales se desarrolla las actividades ligadas a la agricultura y/o minería.

El sistema urbano regional se compone de ocho áreas que operan desde el punto de vista administrativo, como capitales comunales, configurando una relación funcional longitudinal, con relaciones transversales de dependencia, las que se desarrollan a través de los valles de los distintos sistemas provinciales.

En cuanto al Censo 2017 a la distribución de la población en asentamientos urbano – rurales, la Región de Atacama cuenta con 96.446 viviendas urbanas, mientras que se registran 24.648 viviendas rurales. En relación a lo anterior, en la comuna de Freirina, se registró un total de 65,2% habitantes en asentamientos urbanos, siendo así la cabecera comunal, mientras que solo el 34,8% habitantes pertenecen a sectores rurales.

Por otra parte, en la comuna de Freirina se encuentra no sólo el centro urbano con el mismo nombre, sino también las localidades de Vicuña Mackenna y Maitencillo; los caseríos Carrizalillo, Las Tablas, Santa Teresa, las haciendas Atacama y Nicolasa, las caletas Chañaral, Los Burros y Guzmán; Tatara, Los Bronces, Las Bandurrias, Playa Mamani, La Chépica, Peñas Blancas, Agua La Zorra, Carrizal Alto y Capote⁹.

Comentado [LCL1]: sólo

1.5. ANÁLISIS SOCIOCULTURAL

1.5.1. Población comunal

De acuerdo con los datos del INE (2017)¹⁰ la comuna de Freirina tiene una población total de 7.041 habitantes, de los cuales 3.557 son hombres y 3.484 mujeres, con un total de 3.511 viviendas. A partir de esta información se analiza los siguientes datos:

Comentado [LCL2]: los

Tabla 4: Población por grupos de edad proyectados al 2021

Grupo Edad	Porcentaje
0 a 14	22,23%
15 a 29	18,39%
30 a 44	20,11%
45 a 64	25,15%

⁹ http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2021/07/PIT_Freirina.pdf

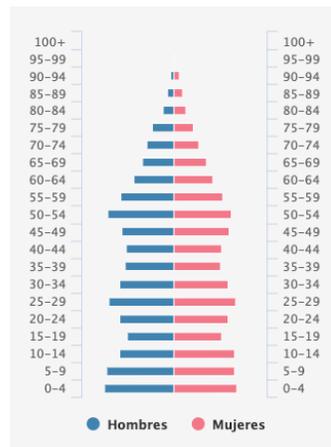
¹⁰ <http://resultados.censo2017.cl/Region?R=R03>

65 a más	14,14%
Total	100%

Fuente: BCN en base a la proyección del Censo, INE 2017

Como se puede observar en la tabla anterior en base a las proyecciones del INE para el presente año, el grupo de edad predominante es el de 45 a 64 años con un porcentaje de 25,15%. Por otro lado, el rango etario entre las edades de años corresponde al % de la población total, esto podrá observarse en mayor detalle en el siguiente gráfico poblacional.

Ilustración 3: Rango etario 2017



Fuente: Resultados del Censo 2017 INE.

A partir del Censo realizado en el año 2017, se vislumbra dos mermas en la población, estas vienen siendo en los grupos de 15 a 19 años y de 35 a 39 años, una causa posible de este fenómeno es la necesidad de emigrar de la comuna por otras oportunidades de estudios y trabajo. Por otra parte, se registra dos alzar tanto en las edades de 25 a 29 años como también en la de 50 a 54 años, que posteriormente descienden de manera progresiva. De igual importancia, se registra en la comuna de Freirina una predominancia del género masculino con un 50,52% mientras que el género femenino registra un porcentaje 49,48%.

Tabla 5: Tasa de natalidad, mortalidad general e infantil año 2016

Territorio	tasa de natalidad (c/1000 hab)	tasa de mortalidad (c/1000 hab)	tasa de mortalidad infantil (c/1000 nacidos vivos)
------------	--------------------------------	---------------------------------	--

Comuna de Freirina	13,4	6,9	10,6
Región de Atacama	13,4	4,8	9,7
País	12,8	5,7	7

Fuente: BCN en base a DEIS, Ministerio de Salud.

1.5.2. Salud

Con respecto a los servicios de Salud, la comuna de Freirina registra un total de 3 centros de servicios dentro del total regional, generando así la necesidad de traslado de pacientes a otras comunas dentro de ella Copiapó quien tiene 45 servicios disponibles de salud.

Tabla 6: Número de establecimientos de salud, según tipo (noviembre, 2020)¹¹

Tipo de establecimiento	Comuna (n°)	Región (n°)	País (n°)
Centro de Salud Familiar (CESFAM)	1	19	581
Posta de Salud Rural (PSR)	1	16	1.128
Servicio de Urgencia Rural (SUR)	1	4	122
Total	3	98	4.134

Fuente: BCN en base a DEIS, Minsal.

Tabla 7: Población inscrita validada en Servicios de Salud Municipal (2019)¹²

Comuna	Región	País
7.056	234.432	12.995.918

Fuente: BCN en base a Sinim de datos Fonasa.

1.5.3 Educación

A nivel educacional, la comuna de Freirina concentra solo 6 establecimientos educacionales de la región, únicamente en establecimientos públicos.

Tabla 8: Establecimientos educacionales según dependencia administrativa (2020)

Dependencia administrativa	Comuna	Región	País
Municipal	0	60	4.670
Particular subvencionado	0	47	5.575
Particular pagado	0	12	626
Corporación de Administración delegada	0	0	70

¹¹ <https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordf.html?anno=2021&idcom=16106>

¹² <https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordf.html?anno=2021&idcom=16106>

Servicio Local de Educación	6	54	401
Total	6	172	11.342

Fuente: BCN en base a Centro de Estudios, MINEDUC.

Siendo así, las matrículas de estudiantes se concentran únicamente en los Servicio local de educación.

Tabla 9: Matrícula escolar según dependencia administrativa (2020)

Dependencia administrativa	Comuna	Región	País
Matrícula Municipal	0	28.751	1.171.352
Matrícula Particular subvencionado	0	21.139	1.961.112
Matrícula Particular pagado	0	2.965	324.860
Matrícula Corporación de Administración Delegada	0	0	44.538
Matrícula Servicio Local de Educación	1.334	12.781	106.296
Total	1.334	65.636	3.608.158

Fuente: BCN en base a Centro de Estudios, MINEDUC.

A partir de ello, en las matrículas totales del establecimiento se aprecia que en enseñanza básica se concentra la mayoría de esta, siendo niños, y las matrículas de enseñanza media se concentra en establecimientos técnicos profesionales y artísticos para jóvenes.

Comentado [LCL3]: ...en las matrículas totales del establecimiento se aprecia...

Tabla 10: Matrícula escolar según nivel de enseñanza impartido, año 2020

Nivel de enseñanza	Comuna	Región	País
Educación Parvularia	144	7.264	385.662
Enseñanza Básica Niños	864	38.070	2.017.007
Educación Básica Adultos	0	166	16.128
Educación Especial	4	2.639	181.776
Enseñanza Media Humanístico-Científica Jóvenes	140	8.821	662.195
Educación Media Humanístico-Científica Adultos	32	791	96.650
Enseñanza Media Técnico Profesional y Artística, Jóvenes	150	7.410	240.717
Educación Media Técnico Profesional y Artística, Adultos	0	475	8.023
Total	1.334	65.636	3.608.158

Fuente: BCN en base a Centro de Estudios, MINEDUC.

1.5.4 Etnias

Con respecto a la población que se ha declarado de pueblos originarios, al 2017 solo el 16% de la población de la comuna de Freirina se considera de alguno de ellos, principalmente asociados a Diaguitas (68,4%), Mapuche con un 12,2% y Aymara con un 5,3% respectivamente.

Tabla 11: Cuadro Población según pueblo originario declarado en 2002 y 2017

Pueblo Originario	Total 2002	Total 2017
Kawésqar/Alacalufe	1	0
Atacameño/LikanAntai	70	5
Aimara	6	58
Colla	5	41
Mapuche	28	135
Quechua	3	4
Rapa Nui	0	2
Yámana/Yagán	0	1
Diaguita	0	757
Otro pueblo	0	103
Total, pueblos originarios	113	1.106
Total, no pueblos originarios	5.553	5.775
Total, población comuna	5.666	6.881

Fuente: BNC en base a Censos de Población y Vivienda 2002 y 2017, INE.

1.6. ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO

Tabla 12: Economía según tamaño de la empresa 2019

Tamaño de empresas	Cantidad	Nº Trabajadores
Micro	272	262
Pequeña	44	231
Mediana	1	1
Grande	0	0
Sin Ventas/Sin Información	62	5

Fuente: BNC, en base a estadísticas del SII 2019.

Tabla 13: Economía según rubro económico 2019

Rubro económico 2018	Nº	Trabajadores
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	38	35
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	126	41
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	32	21
Transporte y almacenamiento	41	8
Industria manufacturera	19	27
Construcción	29	135
Actividades inmobiliarias	7	2
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	12	59
Otras actividades de servicios	19	0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	5	12

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	6	0
Enseñanza	1	0
Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación	4	9
Actividades financieras y de seguros	1	0
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	1	0
Explotación de minas y canteras	33	26
Información y comunicaciones	3	3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1	0
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	1	121
Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares	0	0
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0	0

Fuente: BNC, en base a estadísticas del SII 2019.

Tabla 14: Oferta turística

Tipo de Turismo	Actividades Económicas
Turismo aventura	Navegación en caletas
Turismo de Naturaleza	Observación de flora y fauna, visita a reservas naturales, paisajismo.
Turismo Cultural e histórico	Visita a diversos monumentos nacionales
Turismo Minero	Visita a minas

Fuente: Ilustre Municipalidad de Freirina & Turismo Aventura

1.7. ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA Y SITUACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS

1.7.1. Agua potable y alcantarillado

De acuerdo con el Plan Freirina Sustentable (2021) las viviendas más aisladas de la comuna no poseen una red de agua potable ni alcantarillado, siendo así el uso de pozos negros y camiones aljibes para el consumo de agua. Por otro lado, el 81% de los hogares tienen acceso a una red pública de agua potable, de las cuales un 69,1% tiene acceso al agua dentro de la vivienda, 9,1% con llave afuera de la vivienda y el 21,9% restante no cuenta con un sistema facilitador por lo cual deben acarrear el recurso. Las aguas potables rurales identificadas se encuentran en las localidades de Carrizalillo-Caleta Chañaral de Aceituno, Quebrada de Tatara, Hacienda Atacama-Hacienda Nicolasa y Las Tablas. En cuanto al sistema de alcantarillado, en la comuna se registra que el 57% de la población tiene un sistema de alcantarillado, 26,7% fosa séptica, 10,1% pozo negro y 6,3% de la población se encuentra sin sistema¹³.

13

http://territoriosdeconvergencia.subdere.gov.cl/files/doc_zonas_rezagadas/Plan%20Zona%20Rezagada%20Freirina%20Sustentable.pdf

Comentado [LCL4]: ...no poseen..

1.7.2. Conectividad

La ruta C-46 se encuentra pavimentada y en buen estado, asimismo las rutas pueden ser transitadas durante todo el año con debida precaución en temporada de lluvia a causa del barro. Para llegar al destino existe la posibilidad de transporte público interurbano a diario entre Vallenar y Huasco. En cuanto a telecomunicación, el sector urbano cuenta con buena conectividad de telefonía 4G e internet, a diferencia de las áreas rurales, las cuales presentan barreras en el desarrollo de esto.

Comentado [LCL5]: asimismo las rutas pueden ser transitadas

1.8. ACCESIBILIDAD INTERNA Y EXTERNA

La principal ruta que conecta al sector urbano con las otras comunas de la provincia del Huasco es la Ruta C-46. Esta infraestructura vial también posibilita la conexión terrestre con algunas localidades rurales del territorio: Maitencillo, Quebrada de Tátara, Hacienda Atacama, Hacienda Nicolasa, Agua Salada y el sector de Las Tablas. Por ende, se destaca como el principal eje de conectividad que presenta la comuna.

Siendo el camino principal de conectividad de la comuna, esta vía tiene una longitud de 22 kilómetros dentro de la comuna. Esta sirve de conectividad del sector urbano, y es la vía por la cual pasa el transporte público, el cual conecta las comunas de Vallenar, Freirina y Huasco. La materialidad del camino corresponde a pavimento, el cual se encuentra en buenas condiciones.

Actualmente, se encuentra en desarrollo el proyecto de ampliación de la vía e instalación de una ciclo vía.

Por otra parte, la presencia del bypass ruta C-46 ha posibilitado la descongestión del tráfico de camiones y vehículos pesados por el centro de la ciudad. Sin embargo, esto también ha generado problemáticas en el desarrollo productivo de la zona, puesto que los visitantes al circular por esta vía no transitan por el casco histórico, no permitiendo la comercialización de los productos típicos. Dentro de las brechas existentes en la Comuna de Freirina, el aislamiento y déficit de conectividad con los sectores rurales de la Comuna, ha planteado la necesidad de mejorar las condiciones de la red vial presente, que posibilite la comunicación más expedita entre estos sectores y la red de servicios que, generalmente, se encuentran en las zonas urbanas, tanto de la Comuna como de la Provincia del Huasco. En efecto, una de las condiciones para la detección de zonas rezagadas y aisladas del territorio, está influenciada directamente por la falta de caminos y accesos de calidad, que permiten disminuir los tiempos de traslado y mejorar las condiciones de transporte entre las distintas localidades.¹⁴ De igual forma es posible acceder a la comuna por vía aérea, desde otras comunas a través del aeropuerto Desierto de Atacama en Caldera y por el sur desde el aeropuerto internacional La Florida en la Serena, región de Coquimbo.

1.9. PROBLEMAS AMBIENTALES Y RESTRICCIONES TERRITORIALES

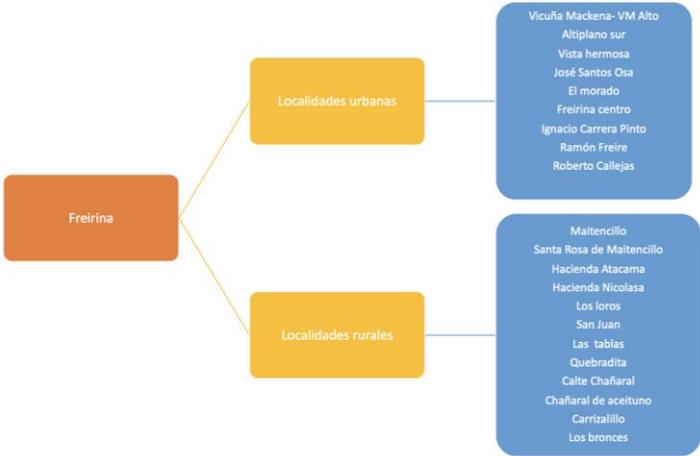
1.9.1. Sistema Urbano y rural

La población de la comuna de Freirina alcanza los 7.041 habitantes, quienes se distribuyen entre sus 58 localidades con las que cuenta la comuna. Freirina según los resultados del Censo 2017, presenta un

¹⁴ Fuente: Plan Freirina sustentable, 2021

35% de ruralidad. Sin embargo, tomando en cuenta los criterios de la política nacional de desarrollo rural, la comuna se categoriza como predominantemente rural (ODEPA2020), siendo una de las siete comunas de la región en estar en dicha condición. La superficie del territorio alcanza los 3.578 km² representando un 4,8% de la superficie total regional.

El territorio para efectos del censo se divide en trece localidades pobladas, de las cuales doce son sectores rurales y urbana la que a su vez se divide en 10 localidades.



Fuente: Plan zona rezagada Freirina sustentable 2021-2029

1.10. PROGRAMAS DE INVERSIÓN

1.10.1. Iniciativas municipales

En la comuna se han instaurado iniciativas municipales enfocadas en desarrollar programas de fomento y potenciamiento de la actividad turística, tales como la iniciativa de la construcción del parador rural Tamberia Emporio del Valle en la localidad de Tatara. Asimismo, se han creado iniciativas enfocadas en la construcción de infraestructura portuaria, y al mejoramiento de centros culturales. En esta misma línea, también se han generado iniciativas destinadas a la difusión turística del destino.

1.10.2. Iniciativas públicas y privadas

Se han planteado iniciativas por el MOP Atacama y Seremi de Transporte enfocadas en el mejoramiento de la conectividad en torno a la ruta 5 y a la ruta costera, y también iniciativas destinadas al mejoramiento de la conectividad con las localidades rurales.

1.10.3. Servicio de evaluación ambiental

El proyecto Planta Solar Fotovoltaica Libertad I y II, de Libertad SpA fueron sometidos a evaluación de impacto ambiental, así como también el Parque Solar Fotovoltaico La Victoria, cuenta con su declaración de impacto ambiental y se encuentra en estado aprobado en agosto del 2020. De igual modo se encuentra la Central Solar Fotovoltaica El Sauce que ingresó a evaluación en el año 2019.

1.10.4. Sernatur

Por parte de esta institución se han promovido iniciativas como la difusión estratégica de la imagen regional y fortalecimiento del destino Freirina, asimismo la difusión turística del destino Pingüino de Humboldt y su área de influencia.

2. TENDENCIAS DEL DESARROLLO TURÍSTICO

El turismo es un sector económico muy sensible a los cambios sociales, económicos y ambientales, por lo que para proyectar su desarrollo futuro en la comuna, es imperante considerar el contexto actual en que se encuentra la industria y las tendencias mundiales en turismo que influyen el escenario internacional y nacional, y que en algunos casos se presentan en distintos grados de desarrollo en el territorio del presente estudio.

Contexto General

El turismo en el mundo ha sido uno de los sectores económicos que históricamente ha crecido con mayor rapidez, situación que es posible evidenciar durante 10 años consecutivos de crecimiento sostenido, llegando a registrar en el año 2019, 1.500 millones de llegadas de turistas en el mundo. Las llegadas a la región de Las Américas representaron un 15 % del total mundial, quedando en tercer lugar después de Europa y Asia y el Pacífico, de este porcentaje, el 16 % (35.7 millones) corresponde a Sudamérica (UNWTO, 2020). Chile, por su parte, recibió durante el 2018 un total de 5.431.054 millones de visitas, de las cuales el 69,8% corresponde a llegadas intrarregionales, destacándose los procedentes de Argentina, llegadas que, si bien, han disminuido fuertemente desde el 2016, aún mantienen su liderazgo; el 9,9% son llegadas desde Europa, donde se destacan las llegadas de España (Subsecretaría de Turismo, 2020). Con este crecimiento sostenido que se venía generando, la OMT esperaba que para el 2020 se repitiera el incremento del 4% respecto al año anterior, lo que confirma la posición del turismo como un sector económico pujante y resistente (UNWTO, 2020).

No ajeno a dificultades, el turismo se mantenía como una actividad de expansión constante (UNWTO, 2020), demostrando su fortaleza y resiliencia. Entre algunas características y particularidades que eran intrínsecas a la actividad, podemos señalar que:

1. El turismo generaba millones de empleos directos e indirectos, con una alta proporción de mujeres y jóvenes.
2. Las mujeres representan el 54% de la fuerza laboral del turismo (en comparación con el 39% en la economía en general).
3. La mayoría de las empresas turísticas (alrededor del 80%) son microempresas, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que emplean a una alta proporción de mujeres y jóvenes.
4. El turismo se reconoce como un componente importante de la diversificación de las exportaciones tanto para las economías emergentes como para las avanzadas, con una gran capacidad de reducir el déficit comercial y de compensar el descenso de los ingresos de exportación de otros bienes y servicios.

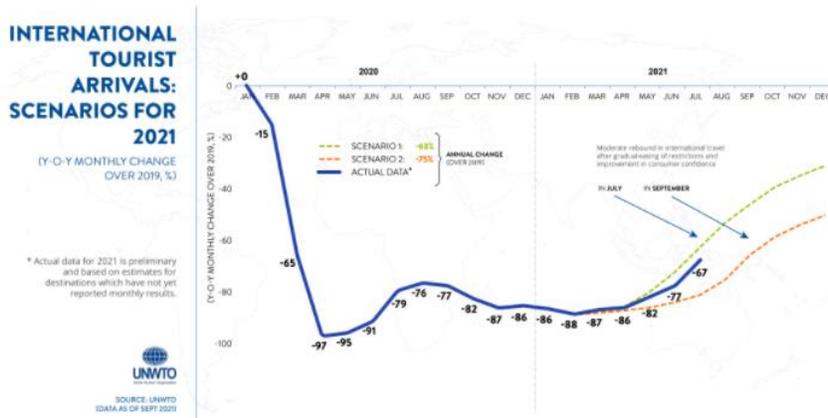
La actividad turística en general no tuvo mayor dificultad en posicionarse como un pilar fundamental en la mayoría de los destinos en su desarrollo económico social. Este impulso en el crecimiento generaba una serie de cambios sociales y tendencias en los viajes, entre ellas se pueden destacar:

1. Viajar para “cambiar” donde el turista busca cumplir su deseo de vivir como un habitante local y así la autenticidad y transformación.
2. Viajar para “enseñar” para vivir momentos, experiencias y destinos “instagrameables”.
3. La búsqueda de una vida sana prefiriendo un turismo a pie, de salud y deportivo.
4. Como resultado del envejecimiento de la población y de los hogares unipersonales, surgen con fuerza los viajes en solitario o multigeneracionales.
5. Una mayor conciencia ambiental producto del cambio climático y la necesidad de reducir el consumo del plástico se traduce en un viajero más consciente en la sostenibilidad.

Sin embargo, el impacto de la crisis social y la aparición de la pandemia y crisis sanitaria producto del virus COVID-19, ha cambiado las proyecciones durante los dos últimos años, pues la OMT pronosticó un retroceso de entre el 20 y 30% del turismo internacional, lo que generaría pérdidas equivalentes al crecimiento generado por el sector entre los últimos cinco y siete años (ACHET, 2020), y es que el turismo ha sido uno de los sectores económicos más resentidos.

En todo el mundo, la industria turística se encuentra haciendo frente a una crisis que no tiene precedentes. La demanda de servicios turísticos se ha contraído por completo, lo que impacta de modo severo en la industria. Los ingresos se redujeron en un 64% en términos reales (monedas locales, precios constantes), lo que equivale a una caída de más de US\$900 mil millones recortando el valor de las exportaciones mundiales en más de un 4% en 2020, una cifra que multiplica por más de once las pérdidas registradas durante la crisis económica global de 2009. La crisis ha puesto en riesgo entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos, muchos de ellos en pequeñas y medianas empresas. Entre enero y marzo de 2021, los destinos del mundo han recibido 180 millones menos (-83%) de llegadas de turistas internacionales en comparación con el primer trimestre del pasado año (UNWTO, 2021)

Ilustración 4: Escenarios de llegadas de turistas según la OMT para el 2021



Fuente: Marketing Intelligence UNWTO 2021

En Chile, la industria turística vive un momento particularmente complejo. El sector ya había sido duramente impactado por la crisis social de octubre y esta pandemia no ha dado espacio a la recuperación. Las proyecciones (Subsecretaría de Turismo Chile, 2021) indican que, a consecuencia de esta crisis sanitaria, la llegada de turistas extranjeros ha sido de 1.122.858 turistas internacionales cifra que marca una caída en un 75,1% respecto al año anterior. En cuanto a los ingresos de divisas, este tuvo una caída de 79,9%, totalizando US \$592 millones durante el 2020, monto que es US \$2.354 millones más bajo que el recaudado en 2019.

Según el último barómetro emitido por la Subsecretaría de Turismo¹⁵, el cierre de fronteras a nivel internacional ha mantenido las llegadas de turistas extranjeros en 0, con una contracción de -92,6% durante el periodo enero – septiembre 2021. A pesar de la ausencia importante de extranjeros, la población nacional ha dado un impulso importante al turismo interno, logrando reactivar a gran parte del territorio, impactando positivamente el tráfico aéreo local y los establecimientos de alojamiento turístico.

Junto con la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR ha mantenido un rol articulador y de trabajo coordinado con el Ministerio de Salud y la industria turística con el objetivo de informar debidamente a gremios turísticos, operadores y, en su oportunidad, a viajeros provenientes del extranjero respecto de las medidas de prevención y control que se están adoptando para limitar la transmisión del virus, generando con ello programas (Subsecretaría de Turismo Chile, 2021) de apoyo al turismo como el de protección al empleo, apoyo a las pymes, PAR impulsa turismo, FOGAPE Reactiva, programas especiales del Banco Estado, entre otros.

¹⁵ Barómetro de Turismo, agosto y septiembre 2021, Subsecretaría de Turismo de Chile

2.1. IMPACTOS AMBIENTALES DERIVADOS DEL USO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Si bien no se encuentra un registro apropiado de la actividad turística como generador de impactos en el medio ambiente, se puede considerar las instancias de operativos de limpieza en las costas de la comuna debido a la alta cantidad de basura existente, la cual es generada por el mal manejo de residuos de la comunidad y/o las personas que visitan la zona. Por otra parte, existe el tránsito de vehículos por lugares no habilitados en el área del desierto florido.

2.2. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

2.2.1 Oferta formal

De acuerdo con los registros de Sernatur¹⁶ la comuna de Freirina cuenta con un total de 86 servicios registrados y no existe servicios con sellos de calidad o sustentabilidad. Sin embargo, 4 servicios poseen certificación del protocolo sanitario ante Covid-19.

Tipología	Servicios sin sellos	Servicios con sello Q	Servicios con sello S
Agencia de viajes	-	-	-
Alojamiento turístico	6	-	-
Arriendo de vehículos	-	-	-
Guías de turismo	2	-	-
Restaurantes y similares	2	-	-
Servicios culturales	-	-	-
Servicio de esparcimiento	-	-	-
Servicios de producción artesanal	2	-	-
Servicios de souvenir	-	-	-
Servicios deportivos	1	-	-
Tour operador	2	-	-

¹⁶

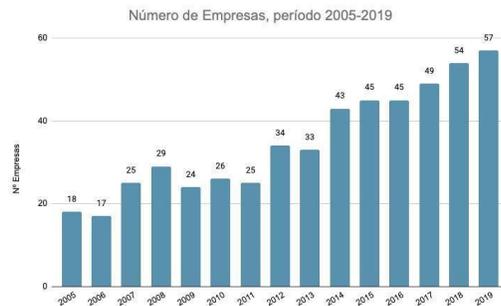
https://serviciosturisticos.sernatur.cl/nueva_busqueda.php?page=1&tipo_servicio=0&clase_servicio=0®ion=3&comuna=332&nombre=

Transporte de pasajeros por ferrocarril	-	-	-
Transporte de pasajeros por vía aérea	-	-	-
Transporte de pasajeros por vía marítima	21	-	-
Transporte de pasajeros vía terrestre	-	-	-
Turismo aventura	50	-	-

2.3. SITUACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

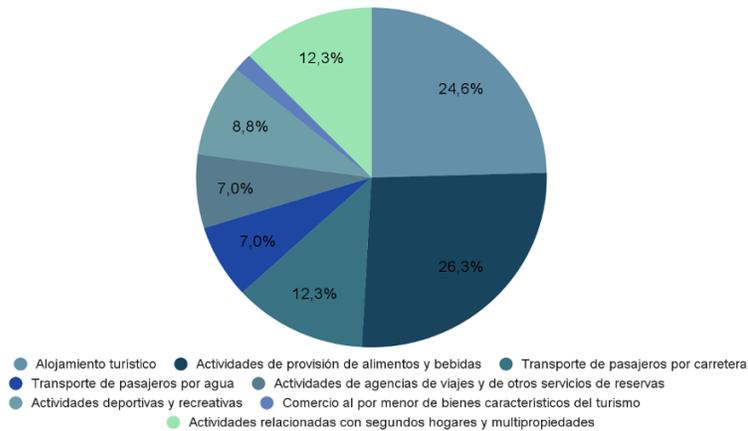
De acuerdo con la información obtenida del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos,¹⁷ para el periodo 2021, el 11,7% de los servicios registrados en SERNATUR, 86 de ellos se encuentran en la comuna de Freirina, cifra que se aglutina principalmente en Chañaral de Aceituno.

La información del siguiente gráfico muestra la evolución de las empresas que se vinculan a las actividades características de turismo de la comuna de Freirina.



¹⁷ <https://registro.sernatur.cl>

Composición de la oferta turística



Tipos de turismo

Turismo aventura: Navegación en caletas

Turismo de Naturaleza: Observación de flora y fauna, visita a reservas naturales y paisajismo.

Turismo Cultural e Histórico: Visita a diversos monumentos nacionales.

Turismo Minero: Visita a minas.

Respecto al estado de los servicios turísticos en la actualidad, la región de Atacama y en particular la comuna de Freirina no ha estado ajeno a las dificultades y turbulencias provocadas por el Covid-19. Sin embargo, al momento de transcribir este informe, presenta un mejor escenario de recuperación pese a las complejidades que aún se mantienen para intentar disminuir los riesgos de nuevos rebotes.

2.4. EFECTIVIDAD DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Tanto la PRTA sancionada a través de Rex CORE N°53 del 27 de diciembre de 2015, y la Estrategia Nacional de Turismo, tienen como uno de sus lineamientos principales la promoción. En esta línea, por medio de distintas instancias, la región de Atacama ha buscado aumentar la llegada de turistas, su estadía y su gasto, para así seguir robusteciendo su turismo, sector que, en definitiva, genera mayores aportes al PIB regional y genera mayor cantidad de empleos que la agricultura, la pesca y la industria manufacturera.

En la actualidad se encuentra en ejecución el programa FNDR “Difusión Estratégica, Imagen Región y Fortalecimiento de Destinos de la Región de Atacama” la cual busca posicionar a la región de Atacama en los mercados objetivos (nacional e internacional) e “impulsar un cambio sustancial en la imagen turística de la región de Atacama” a través del fortalecimiento de la promoción turística regional y de la hospitalidad, y la conciencia turística, entre otros¹⁸.

Con esta acción se busca la retroalimentación en términos de resultados de las acciones promocionales regionales y los efectos en las llegadas de turistas a la región, para así dar continuidad a los planes de promoción que desde 2020 han propendido a la conciencia, cuidado y recuperación del turismo y permitan a la región de Atacama estar siempre presente en la mente de los potenciales turistas en el momento de la toma de decisión respecto a su próximo viaje.

Según los antecedentes analizados, la región presentaba una baja visibilidad del destino en los mercados en los últimos años, siendo sobrepasados por aquellos destinos que han mantenido una constante difusión y visualización frente a los turistas posicionando sus productos. Esta realidad se puede ver reflejada en la posición que ocupa la región de Atacama en el componente “Promoción Turística” del Índice de Competitividad Turística¹⁹, siendo 13 del ranking en 2016, mientras que la región utilizaba el lugar N°8 de la misma dimensión en 2014, año en que se mantenían activos programas FNDR de Promoción Regional. A principios de 2020, se aprobó el FNDR “*Difusión estratégica, imagen región y fortalecimiento de destinos de la región de Atacama*” destinado a mejorar la imagen regional, potenciando cada atractivo turístico del territorio para posicionar a la región como un gran destino para turistas nacionales e internacionales.

2.5. NIVEL DE CAPACITACIÓN Y CALIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS DEL SECTOR TURISMO

En acuerdo con los desafíos estratégicos que exige el desarrollo del capital humano (Subsecretaría de Turismo, 2019) para la mejora de la calidad de los servicios turísticos, se señala que es necesario poner énfasis en fortalecer las competencias técnicas en los tres subsectores:

- En el sector Hotelería aparecen como desafíos las mejoras en limpieza y orden de lugares, atractivos y servicios.
- En Gastronomía aparecen desafíos para el desarrollo general de la calidad y variedad, así como para el desarrollo de la gastronomía típica.
- Para Turismo se releva la exigencia de aumentar la oferta y variedad de actividades culturales y de tours.

La amplitud de la brecha sobre manejo de idiomas y otras competencias que impactan sobre los estándares de calidad de los servicios prestados, aparece como desafío transversal a todo el sector.

¹⁸ Bases administrativas y técnicas para la contratación del servicio de “plan de promoción nacional e internacional para la recuperación del turismo de la región de Atacama” ID1331-9-LR21.

¹⁹ <https://ictchile.unab.cl/index.html>

También se instala el requerimiento transversal sobre conocimiento de:

- Normas técnicas de calidad.
- Sello de Calidad Turística.
- Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios.
- Protección al consumidor (para mejorar el cumplimiento del servicio).
- Valor del patrimonio natural y cultural de los destinos turísticos y de sus habitantes.
- Buenas prácticas para un desarrollo sustentable del turismo.

El documento “Propuesta Modelo de Capital Humano para el Sector Turismo”²⁰ revela además las competencias y habilidades más valoradas por el sector productivo. Estas son:

1. **Competencias Socioemocionales:** tales como trabajo en equipo, comunicación y resolución de problemas.
2. **Idiomas:** se considera un requisito excluyente para los procesos de selección de ciertas ocupaciones con atención al público es el manejo de al menos el inglés o portugués.
3. **Manejo de tecnologías de la información:** adaptación a nuevas tecnologías y desarrollo TI.

El desafío de acortar la brecha en servicio al turista exige formación y capacitación en competencias técnicas para generar un servicio excelente que lleve a los turistas a tener “una experiencia inolvidable” (Subsecretaría de Turismo, Gobierno de Chile, 2019). Con miras a afrontar estos desafíos, la Subsecretaría de Turismo ha elaborado un Plan Estratégico Capital Humano Turismo 2019-2022, en el que entrega los lineamientos para abordar el desarrollo del Capital Humano para la industria turística durante los próximos cuatro años. Esta iniciativa ha dado sus primeros frutos con la creación y poblamiento del Marco de Cualificaciones Técnico – Profesional para el sector turismo²¹, hotelería y gastronomía y una propuesta de modelo de capital humano que debiese a futuro entregar las directrices en materias de calidad, empleabilidad, necesidades y oportunidades de desarrollo para los trabajadores del sector.

A la visión de los estudios y entidades nacionales, se suman algunas competencias que en la actualidad son consideradas críticas para trabajadores que se desempeñan en turismo. La Organización Mundial de Turismo (UNWTO, 2019) señala que el turismo se ve profundamente afectado por las actuales transformaciones sociales y tecnológicas que están moldeando los nuevos modelos de negocios, patrones de consumo, cambios en la cadena de valor del turismo y en las dinámicas de oferta y demanda. En este contexto cambiante, la orientación al cliente, la creatividad y la innovación son consideradas competencias clave en el futuro del trabajo tanto por trabajadores, estudiantes, organismos públicos y organizaciones educativas. Las competencias más complejas y menos automatizables, tales como la resolución de problemas, las competencias analíticas, el pensamiento crítico, la gestión y coordinación de personas, la inteligencia emocional y flexibilidad cognitiva son consideradas críticas para el continuo desarrollo de las competencias de los profesionales.

²⁰ <https://capitalhumano.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2021/01/Propuesta-Modelo-Capital-Humano.pdf>

²¹ <https://capitalhumano.subturismo.gob.cl/recursos/estudios-y-publicaciones/>

En lo relativo a las competencias de quienes desarrollan funciones de guiado y de turismo en la naturaleza, la normativa nacional, que es de carácter obligatoria, regula la práctica de 24 actividades de turismo aventura y establece requisitos mínimos para su realización por parte de los guías, sin embargo, estas no se encuentran actualizadas lo que en la práctica significa que dejan fuera nuevos parámetros y tendencias que el sector ha ido incorporando y que el turista muchas veces exige durante la vivencia de la experiencia turística.

Para conocer e identificar estos nuevos requerimientos, la Asociación Mundial de Turismo Aventura (ATTA, 2015) ante la inexistencia de un estándar internacional desarrolló una calificación con estándares de desempeño que se alinean con la ISO 21101 (ISO, 2014), norma que establece todas las exigencias para avanzar en un Sistema de Gestión de la Seguridad para los proveedores de turismo de aventura, utilizándolo para revisar las actividades que ofrecen, comprender las necesidades que tienen los participantes, definir los procesos necesarios para la seguridad y mantenerla bajo control.

La propuesta desarrollada por la ATTA considera cinco competencias esenciales para el guiado de turismo aventura, independiente de la geografía o naturaleza de las actividades:

- Competencias técnicas
- Primeros Auxilios en la naturaleza
- Servicio al Cliente y habilidades para la gestión de grupos
- Interpretación de la naturaleza, cultura e historia.
- Sustentabilidad

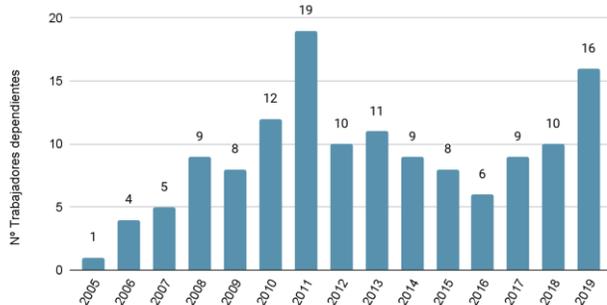
2.5.1 Situación del capital humano en la comuna

Para efectos de analizar la situación del capital humano en la comuna de Freirina, se han considerado datos oficiales provistos por SERNATUR, SII e INE con objeto de obtener una caracterización más próxima a la fuerza de trabajo del territorio.

El número de trabajadores dependientes informados de Actividades Características de Turismo (ACT) en la comuna de Freirina para el año 2019 corresponde a 16. Al analizar la Ilustración 12 se observa múltiples curvaturas en donde se registra con mayor impacto en el periodo 2010-2012 con un aumento de 58,3% y disminución de 47,4%, finalmente en el año 2019 se registra un alza de 60%.

Ilustración 5: Número de trabajadores dependientes informados ponderados por meses de trabajo, período 2005-2019

Número de trabajadores dependientes informados ponderados por meses de trabajo, período comercial 2005-2019



Fuente: SII

Tabla 15: Número de trabajadores dependientes desglosado por Actividades Características de Turismo

Actividad Característica de Turismo	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Alojamiento turístico	7	7	4	3	3	3	4	5
Act. de provisión de AABB	3	4	4	3	2	4	4	11
Transporte de pasajeros por ferrocarril	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte de pasajeros por carretera	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte de pasajeros por agua	-	-	-	-	-	-	0	-
Transporte aéreo de pasajeros	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquiler de equipos de transporte	-	-	-	-	-	-	-	-
Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas	-	-	-	-	-	0	-	-
Actividades culturales	-	-	-	-	-	-	-	-
Act. deportivas y recreativas	-	-	0	1	1	1	0	-
Comercio al por menor de bienes característicos del turismo	-	-	-	-	-	-	-	-
Act. relacionadas con segundos hogares y multipropiedades	-	-	-	1	1	1	1	1

Fuente: SII.

El número de trabajadores a honorarios informados de Actividades Características de Turismo (ACT) en la comuna de Freirina para el año 2019 corresponde a 28. Al analizar la Ilustración 9, se observa que en el periodo 2013-2015 la cantidad de trabajadores a honorarios se mantiene constante para posteriormente crecer paulatinamente, registrándose así en el 2019 un crecimiento de 75% con respecto al año 2016.

Ilustración 6: Trabajadores a honorarios informados ponderados por meses de trabajo periodo 2012-2019



Fuente: SII

Tabla 16: Número de trabajadores a honorarios desglosado por Actividades Características de Turismo (ACT)

Actividad Característica de Turismo	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Alojamiento turístico	3	2	3	2	3	5	6	7
Act. de provisión de AABB	3	4	2	1	5	7	10	9
Transporte de pasajeros por ferrocarril	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte de pasajeros por carretera	1	0	-	2	3	2	2	4
Transporte de pasajeros por agua	-	-	-	-	1	2	2	2
Transporte aéreo de pasajeros	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquiler de equipos de transporte	-	-	-	-	-	-	-	-
Act. de AAVV y de otros servicios de reservas	1	-	-	-	1	2	1	1
Actividades culturales	-	0	-	-	-	-	-	-
Act. deportivas y recreativas	-	0	1	1	1	2	1	1
Comercio al por menor de bienes característicos del turismo	-	0	0	0	-	0	-	-
Act. relacionadas con segundos hogares y multipropiedades	-	-	-	-	2	1	3	4

Fuente: SII

Al cuantificar por número total de trabajadores (dependientes y a honorarios) de la región de Atacama, la comuna de Freirina se ubica con sus 44 trabajadores en el último lugar (Tabla 22) con una participación de 0,8% sobre el total de trabajadores de ACT de la región durante el periodo 2019. Esta condición posiciona desfavorablemente la comuna frente a otras que poseen condiciones turísticas similares. Al analizar la composición de la cifra de trabajadores, el 45,5% corresponden a trabajadores del área de provisiones de alimentos y bebidas, seguido de los trabajadores pertenecientes al sector de alojamiento con un 26,9%.

En relación con lo anterior, se observa que un estancamiento en el desarrollo turístico en la comuna de Freirina, provocando que la comuna sea considerada como un lugar de paso, limitando así la pernoctación del turista.

Tabla 17: Distribución y participación de trabajadores de ACT en la región de Atacama, año 2019

Ubicación	Comuna	Nº total de trabajadores	% de participación
1	Copiapó	3.204	61,9
2	Vallenar	795	15,3
3	Diego de Almagro	318	6,1
4	Caldera	311	6,0
5	Chañaral	218	4,2
6	Huasco	119	2,3
7	Tierra Amarilla	110	2,1
8	Alto del Carmen	62	1,2
9	Freirina	44	0,8

Fuente: Elaboración propia. Información extraída desde SII

En la tabla anterior se observa que Copiapó es la comuna en que predomina la cantidad de trabajadores ligados a la actividad turística, abarcando un 61,9% del total de la región, mientras que Freirina presenta una participación de 0,8% de trabajadores ACT siendo así la comuna con mayor desventaja en su oferta turística a nivel regional. Lo anterior demuestra que Freirina necesita incrementar los esfuerzos en diversificar y aumentar su oferta y así promover un mejor desarrollo turístico en la región de Atacama.

2.6. OPORTUNIDADES DE DESARROLLO TURÍSTICO

El nuevo escenario que ha creado la pandemia a gatillado nuevos procesos de adaptación y de renovación estratégica sostenible²², forzando la ruptura de la inercia que impedía la modificación o reemplazo de las capacidades y competencias básicas de las empresas, posibilitando con ello su supervivencia a largo plazo. Lo anterior se hace posible gracias al fuerte vínculo que se produce con el entorno y el desarrollo de relaciones fuertes y duraderas con las partes que forman la cadena de valor del

²² <https://blogs.imf-formacion.com/blog/corporativo/turismo/turismo-grandes-oportunidades-despues-del-covid-19/>

sector, impulsando la implementación de innovaciones sostenibles en beneficio de todos, basada en criterios de calidad, accesibilidad, sostenibilidad en el territorio, productos y servicios turísticos (renovación de la oferta turística y planificación turística), sustentabilidad en su cuádruple acepción (social, laboral, económica y medioambiental) todo ello en torno a una estrategia turística, con traslación al ámbito regional y comunal.

2.6.1. Turismo post pandemia, una oportunidad para el turismo sustentable y circular

La pandemia de coronavirus se presenta como una oportunidad para implementar más estructuras sustentables y planes para promover una recuperación responsable de la actividad apenas lo permitan las condiciones sanitarias. Será necesario instrumentar medidas para aliviar la situación del sector, ya sea mediante la concertación de acuerdos de alto impacto entre el sector público y privado, o el incentivo de una mayor promoción de los destinos turísticos a las distintas regiones del país, o el fomento de un esquema de preservación y conservación del medio ambiente.

Lo que sí está claro, las acciones que se implementen de hoy en adelante cambiarán las reglas del juego, donde las personas como individuos conscientes crearán nuevas soluciones junto a empresas, marcas, y comunidades. El mundo pasará de la pasividad a la acción en colaboraciones “locales”. Las macro-ciudades serán centros de desarrollo de talento. Gracias a nuevas conexiones digitales se crearán comunidades que piensan y sienten de maneras similares. Los valores serán los grandes temas de la conversación global y, en definitiva, trabajar con base en un modelo de sostenibilidad, se constituirá en una necesidad de gran envergadura y una estrategia clave de recuperación posterior a la pandemia (Naciones Unidas, 2020) y con ello una oportunidad para impulsar al turismo como un agente clave en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Sumado a lo anterior, se reconoce la necesidad de que el turismo tome un papel proactivo en la actual crisis, convirtiéndose en un agente protagonista del cambio²³, donde:

1. Catalice el desarrollo económico, tomando en cuenta indicadores sociales, educativos y culturales.
2. Promueva la igualdad y condiciones laborales dignas que sirvan de ejemplo a otros sectores
3. Genere mejoras en la calidad de vida de las personas a partir del respeto y la conservación de los recursos ambientales y la biodiversidad, reduciendo su contribución al cambio climático.
4. Preserve y potencie la identidad cultural de cada territorio
5. Adopte la gobernanza como cimiento de la gestión con las comunidades locales en el centro de la planificación.

Por último, la pandemia del COVID-19 ha demostrado que el sector turístico en general debe ser más flexible y estar preparado para el cambio. Ahora existe una necesidad urgente de nuevas estrategias para apoyar al sector turístico, y la incorporación de acciones y prácticas encaminadas a la transición hacia un modelo circular puede ser la solución ideal. Para aumentar la competitividad de la industria del turismo, el turismo circular se presenta como una solución.

²³ Manifiesto #TurismoRESET por un nuevo turismo comprometido con la sostenibilidad – www.turismoreset.org

2.6.2. Tecnologías en el Turismo

Al igual que toda industria o actividad productiva, el turismo ha debido adaptarse a la irrupción tecnológica como un nuevo paradigma de desarrollo; la cultura digital, la omnipresencia y la inmediatez de la información y la facilidad con la que viajan los datos han permitido que los turistas tomen sus propias decisiones y preparen sus propios paquetes turísticos desde teléfono móvil y, tal como de un tiempo a esta parte el turismo tradicional ha tenido que adaptar sus formas y canales de venta, el turismo alternativo tendrá que hacer esfuerzos para la conversión digital.

Según datos de la Subsecretaría de Turismo, en 2016, es decir, antes de las primeras licitaciones públicas para la instalación de tecnología 5G, más del 50% de los turistas extranjeros y nacionales utilizan internet para planificar sus viajes en ambas temporadas y, utilizando TripAdvisor preferentemente para la búsqueda de destinos, productos y atractivos turísticos (Subsecretaría de Turismo, 2016).

El uso y familiarización con la tecnología ya son una necesidad, las preocupaciones ya no pasan por pensar que “el pago por TripAdvisor es muy alto”. Ante esa necesidad la preocupación debe ser si la empresa es o no competitiva en el mercado digital y, por lo tanto, si seguirá siendo competitiva en el mediano plazo “esta nueva década, veremos cómo la industria de viajes trata de dar respuesta a las necesidades de un tipo de viajero más preocupado por la sostenibilidad, y con más conocimientos tecnológicos e inquietudes, mediante el desarrollo de productos, servicios y funciones que hagan que descubrir el mundo sea más fácil para todos” (Booking.com, 2019); así, 59% de las personas que afirman querer que la tecnología les proponga opciones que les sorprendan con algo totalmente nuevo el año que viene. Además, el 46% de los viajeros globales aseguran que usarán una app que les permita buscar y reservar actividades de forma fácil y rápida en tiempo real, mientras viajan, y el 44% piensan usar una app para organizar de antemano las actividades y tener todas las respuestas en un único lugar (Booking.com, 2019).

Un importante impulso a partir del año 2000 están tomando los negocios basados en el modelo Peer-To-Peer, es decir, la conexión directa entre oferta y demanda, eliminando todo tipo de canal intermedio, como por ejemplo, Uber, Amazon u otros; este tipo de negocio está cambiando, también la relación y dinámica del turismo tradicional; ya no se trata del uso de internet y sistemas de reserva, se están cambiando la dinámica entre comunidades receptoras y sus visitantes, al conectar directamente la demanda con la oferta, se reducen los costos en alojamientos y los visitantes obtienen además más encuentros sociales con los locales (Tussyadiah & Pesonen, 2015).

Por su parte, y pensando en el corto y mediano plazo, la irrupción tecnológica es aún más fuerte en los grupos de personas nacidas después de 1980, los “Millennials” se han caracterizado por ser una generación diversa e inclusiva, con conocimientos tecnológicos, en busca de un equilibrio entre el trabajo y la vida, interesados en la responsabilidad social y ayudando a otros. Su impulso por experimentar el mundo significa que los Millennials son ávidos viajeros (UNWTO, 2019). Esto hace que este grupo sea muy deseable para los destinos interesados en aumentar sus ingresos turísticos, diversificar sus mercados y agregar vitalidad cultural, por lo que un destino de turismo de montaña debe considerar el comportamiento de este mercado y pensar en la incorporación de tecnología de su uso.

Nada indica que estas tecnologías vayan en retroceso, por más restricciones que se le pongan o protestas en contra de su irrupción, la historia ha demostrado que la irrupción tecnológica, en cualquier industria, hace que las reglas del juego cambien; independiente de ello y de que, dentro de los países de la OCDE Chile es de los que presentan una menor inversión en I+D. “Se toman medidas insulsas, como crear un nuevo ministerio con un presupuesto insuficiente, para avanzar hay que invertir el 1% del PIB en ciencia y tecnología, es un escalón inicial para comenzar un proceso de desarrollo en innovación y creación” (Martinez, 2018).

Sin embargo, independiente de la creación de tecnología propia, se están haciendo algunos esfuerzos para la introducción de la tecnología en la cadena de producción turística, comenzando con los talleres de Marketing 360 realizados durante el año 2019, la segunda edición del UNWTO Tourism Tech Adventure Forum para las Américas (EdTech) hasta la definición desde la subsecretaría de turismo de los Lineamientos Estratégicos de Innovación y Transformación Digital de Turismo las cuales se asientan sobre principios y releva el espectro completo de planos sobre los que influirá: el mercado, el sector, el capital humano y la sostenibilidad. Asimismo, plantea aceleradores para optimizar su ejecución y maximizar su impacto: la priorización de destinos, la replicabilidad y escalabilidad de los procesos y la visión integradora con las políticas existentes (Subsecretaría de Turismo, 2019).

2.6.3. Turismo de Intereses Especiales

El turismo de intereses especiales forma parte de uno de los sectores con mayor crecimiento dentro de la industria turística, en particular aquellas actividades de nicho que se desarrollan en espacios que se encuentran menos intervenidos y que presentan una naturaleza prístina, pueden representar una fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica de áreas que históricamente se encontraban alejadas de las redes estándares de comercialización.

En este sentido los recursos naturales presentes en la comuna, así como los recursos culturales: tradiciones, costumbres e historias, forman parte de una red de gran valor, que, a través de la promoción, la conservación y la gestión sustentable pueden aportar al desarrollo local de forma significativa.

El turismo es un sector económico muy sensible a los cambios sociales, económicos y ambientales, por lo que para proyectar su futuro es imperante considerar tendencias mundiales en turismo que influyen el escenario observable a nivel nacional y local, por ello a continuación se presentan algunas de carácter general y otras más ligadas al Turismo de Intereses Especiales, sumado a que Chile se ha destacado internacionalmente como destino turístico por estos productos.

Algunas tendencias generales dicen relación con el incremento de la clase media a nivel mundial, principalmente en países altamente poblados, dado por el incremento en los ingresos de los ciudadanos y por tanto en la disponibilidad de dinero para destinar a turismo. A ello se suma el aumento en el reconocimiento de los derechos de las mujeres y la expansión de oportunidades económicas para ellas, lo que también se suma a las categorías de potenciales viajeros (Leung, Spenceley, Hvenegaard, & Buckley, 2019).

Otro aspecto relevante en cuanto a tendencia es el cómo ha cambiado volumen, la distribución y la disponibilidad de tiempo de ocio, por ejemplo, en Norteamérica, las vacaciones tienden a ser más

frecuentes, pero más cortas y se viaja a lugares más cercanos al hogar, en lugar de tomarse dos o tres semanas de vacaciones familiares, tal panorama es similar a lo que ocurre en Chile, dado muchas veces por los feriados largo. En gran parte de Europa sucede lo contrario, pues el tiempo libre implica vacaciones remuneradas más largas y una semana de trabajo reducida, que da tiempo para realizar viajes de larga distancia (Eagles, McCool, & Haynes, 2002).

Es de conocimiento general que la urbanización (ligada al crecimiento de la población) en el mundo sigue creciendo y esto ha generado un distanciamiento de los habitantes de ciudades de la naturaleza, por lo que la necesidad de contacto con ella, que por cierto es una necesidad humana básica que influye directamente en la salud (Castell, 2019) y la necesidad de oportunidades de recreación y de actividad física cerca de las ciudades se irá incrementando. Ante este panorama, las áreas protegidas se plantean como la principal opción, ya que suelen ubicarse en la periferia urbana, próximos a ciudades donde vive la mayoría de la gente.

Otra tendencia es que cada vez son más las personas que dan muestras de preocupación por la injusticia social y los problemas medioambientales, por lo que son más conscientes de la necesidad de que el turismo tenga un impacto reducido y no dañe el medio ambiente. Bajo esta premisa las áreas protegidas gozan de una buena posición para aprovechar esa tendencia, ya que encarnan los valores de ese tipo de viajeros. Sumado a esto, los turistas piden cada vez más que las oportunidades de esparcimiento y los servicios afines sean de mayor calidad, sin embargo, quienes gestionan áreas protegidas no suelen tener la calidad de los servicios como un objetivo (Eagles, McCool, & Haynes, 2002).

Independiente si la tendencia indica que el número de personas con la posibilidad de viajar se incremente o que estas se inclinen por uno u otro tipo de producto turístico en particular, el turismo estará a merced del cambio climático, sus efectos globales afectarán la demanda de turismo y las atracciones turísticas (Leung, Spenceley, Hvenegaard, & Buckley, 2019), ejemplo de ello son ecosistemas alterados para el avistamiento de la fauna silvestre; pero también hay que considerar de los eventos climáticos, cada vez más frecuentes e intensos, generarán daños de recursos naturales y culturales en las áreas protegidas y en su infraestructura turística. En este contexto, hay que tener presente que la industria del turismo misma contribuye significativamente a las emisiones anuales de gases invernadero por lo que debe estar dentro de las estrategias de mitigación del cambio climático (Leung, Spenceley, Hvenegaard, & Buckley, 2019).

A pesar de lo anterior, hay pocas cifras o, las que hay, no permiten proyectar escenarios con detalle, por lo que se espera, a continuación, mostrar algunas tendencias nacionales e internacionales asociadas al turismo y haciendo énfasis en los tipos de turismo que tienen oportunidad de desarrollo en la comuna de Freirina. Dando a conocer al sector el amplio potencial que tiene para la atracción de turistas a través de la diversificación de la oferta, el fortalecimiento del capital humano y la promoción adecuada.

2.7. ESCENARIOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

2.7.1. Turismo deportivo y de aventura

Anualmente, crece el interés por desarrollar el turismo deportivo y de aventura en Chile. Cerca de 30% de los extranjeros que visitan nuestro país y un número importante de turistas nacionales declaran realizar alguna actividad de este tipo. Esta demanda se refleja en un interés por desarrollar actividades dentro de los Parques y Reservas Nacionales, así como también el interés por el desarrollo de eventos de turismo deportivo, trail running, carreras de bicicleta, festivales de kayak, mundiales de surf. Chile ha sido reconocido internacionalmente como un destino de turismo de aventura de clase mundial, obteniendo numerosos premios y reconocimientos, así como también como un país de alto potencial para la realización de eventos, tanto por su geografía como por la calidad de su infraestructura y servicios.

El uso de los espacios, el aprovechamiento adecuado de nuestra geografía, así como la capacidad de articular oferta turística y deportiva con la amplia gama de experiencias que ofrece el país, son oportunidades que se presentan como desafíos tanto para el sector público, como para las federaciones deportivas y para el mundo privado, dándole una oportunidad al desarrollo económico local y nacional, al posicionamiento internacional de Chile como un destino de turismo de clase mundial y beneficiando a la población a través de la vida sana y la recreación. En ese marco, la Fundación Imagen de Chile junto al Ministerio del Deporte, la Subsecretaría de Turismo y Sernatur lanzaron durante el 2020 la campaña internacional “Bienvenidos al Turismo Aventura”, que busca promover al país y así reactivar la industria del turismo en Chile.

Los datos estadísticos demuestran que el 26,4% de quienes prefieren un turismo saludable y activo practican actividades en tierra, entre ellas cicloturismo, escalada libre, espeleología, hiking, observación de flora y fauna, y trekking. La mayoría de estas actividades pueden ser practicadas en la comuna, lo que se transforma en una oportunidad de integrar en la estrategia y oferta de la comuna, este tipo de turismo y con ello aumentar su valor atractivo para el visitante y su valoración social por parte del residente.

Chile es el 2º país con mayor superficie de montaña, siendo esta superficie equivalente al 63,8% del territorio. Por otro lado, Chile ha sido considerado por 5º año consecutivo como el mejor destino de Turismo Aventura de Sudamérica y, por 4º año consecutivo como el mejor destino de turismo aventura del mundo. Todas estas son condiciones que se deben mantener, impulsar y desarrollar, para seguir posicionando a Chile, como un referente a nivel mundial ligado al Turismo aventura.

Han existido múltiples iniciativas y proyectos desde la esfera de lo público y privado que han puesto en valor nuestra Cordillera de los Andes e impulsado el desarrollo turístico en ella. La última de estas se materializó en un “Plan Nacional de Impulso del Turismo de Aventura y Naturaleza en montaña”, donde Corfo, a través de su programa nacional Transforma Turismo, en coordinación con la Subsecretaría Turismo, Ministerio Bienes Nacionales, Sernatur y Subsecretaría de Deportes, tomaron el acuerdo de impulsar a nivel nacional el desarrollo de experiencias turísticas de aventura y naturaleza en montaña. Esto último sin duda brindará nuevas oportunidades de potenciar y poner en valor los recursos naturales y escénicos presentes en la comuna.

La OMS define una ciudad activa como *“aquella ciudad que continuamente crea y mejora oportunidades en los entornos construidos y sociales y amplía los recursos de la comunidad para que toda la ciudadanía pueda ser físicamente activa en su día a día”*.

2.7.2. Turismo Gastronómico

En los últimos años, el turismo gastronómico ha experimentado un desarrollo significativo y se ha convertido en uno de los segmentos más dinámicos y creativos del turismo. Según las últimas cifras que entrega el Food Travel Monitor de la World Food Travel Association (WFTA), un 53% de quienes viajan son turistas gastronómicos mientras que un 80% de los viajeros, investigan sobre la gastronomía y el vino mientras se encuentran en el destino. El año 2012, la OECD abordó esta temática afirmando que ya en ese entonces la gastronomía y el turismo jugaban un papel importante en la economía de la experiencia (OECD, 2012). Afirmaba que la comida corresponde a una parte clave de todas las culturas, un elemento importante del patrimonio intangible a nivel global y una atracción cada vez más importante para los turistas. Los vínculos entre la comida y el turismo también proporcionan una plataforma para el desarrollo económico local, y las experiencias gastronómicas ayudan a los destinos de marca y mercado, además de apoyar la cultura local que es gran atractivo para los turistas.

Ese mismo año, la Organización Mundial del Turismo entregaba los resultados de su primer estudio en tendencias de turismo gastronómico, afirmando que un tercio del gasto de un turista se destina a alimentos (UNWTO, 2012). La razón asociada a este hecho era que el turismo gastronómico comenzaba a desarrollarse como un producto turístico independiente, transformándose en uno de los elementos más importantes en la calidad de la experiencia de un turista. Así también, la OMT pone énfasis en que los destinos turísticos, así como la industria del turismo, son conscientes de la importancia de la gastronomía para las necesidades de la diversificación del turismo y la promoción del desarrollo económico local, regional y nacional. Los turistas actuales tienen más experiencia, tienen más capital disponible y tienen más tiempo libre para viajar.

A comienzos del 2020, SKIFT anunciaba que los intereses de los viajeros comenzaban a cambiar y que cada vez más los turistas buscan experiencias auténticas, obligando a focalizar la oferta en experiencias más personalizadas, lo que traía consigo un cambio necesario en la estrategia de quienes comercializan ese tipo de experiencias. Los turistas ya no solo buscan comer en restaurantes de categoría, en comedores de alto diseño con estrellas y reconocimiento internacional, más bien, el nuevo turista prefiere experimentar y conocer de donde provienen los productos y cómo estos se preparan en el territorio de donde se originan (Lenhart, 2020).

En la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 bajo el pilar de “inversión y competitividad” se especifica que la oferta turística nacional es relativamente homogénea, teniendo una escasa diversificación. Ante esta brecha, la Subsecretaría de Turismo ha focalizado sus esfuerzos en siete líneas de experiencias que permiten fortalecer la competitividad de la oferta turística nacional, donde la línea de turismo gastronómico es una de las prioritarias. Ahora bien, para impulsar el turismo gastronómico en Chile, es necesario trabajar con los establecimientos de alimentación y los tours operadores para fortalecer y difundir la oferta existente, ya que actualmente el mercado gastronómico de Chile es un sector dinámico y diverso que los turistas no reconocen, por lo que la gastronomía chilena aún no puede

ser considerada como un motivador de viaje (Subsecretaría de Turismo, 2020). En esta línea se ha avanzado en la definición de los lineamientos estratégicos del turismo gastronómico en Chile para posicionar a Chile en el mapa gastronómico de Sudamérica al 2030, atrayendo a visitantes (nacionales e internacionales) motivados por la diversidad de experiencias culinarias innovadoras y transformacionales impulsadas por la creatividad empresarial²⁴.

2.7.3. Innovación Social en el Turismo

El turismo desde lo local se convierte en una estrategia que permite resaltar el patrimonio, la gente, sus tradiciones, su cultura, sus procesos locales y que la misma comunidad le dé valor a su territorio en búsqueda de su desarrollo humano, sin alterar la identidad de las comunidades que lo habitan. Asimismo, el turismo contribuye al desarrollo de una comunidad, no solo a la dimensión económica, sino también como motivación para impulsar su avance a través del desarrollo de capacidades que le permitan generar más oportunidades (Arboleda, Arias, Pérez Sánchez, & Correa, 2020). Una de las condiciones claves para el desarrollo del turismo es satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores, mejorando la calidad del servicio y promoviendo la lealtad de estos (Trijonyte & Ramanauskiené, 2008), además de realizar un sistema de autoevaluación sobre los diferentes productos turísticos. Aplicar principios de gestión de calidad universal en el negocio del turismo, garantizando que el servicio cumpla con establecer normas y crear comunidades de turismo que fomenten la cooperación para realizar funciones comunes.

Para lograr un desarrollo humano sostenible en la planeación de un territorio, considerando no sólo impactos económicos, sino también los impactos ambientales y socioculturales, es necesario contar con la participación activa de las comunidades en todas las etapas necesarias para la creación e implementación de emprendimientos turísticos. Un modelo de desarrollo sostenible para los territorios debe a su vez contemplar el diseño de estrategias, no solo de sustento, sino incluso de sobrevivencia; no un modelo de comercialización de la cultura, sino el rescate de ella; no un modelo de uso de los paisajes, sino de preservación de vida (Arboleda, Arias, Pérez Sánchez, & Correa, 2020).

La Innovación social se basa en el trabajo en redes, esta forma de trabajar brinda progreso si es bien desarrollada, la unión de voluntades puede acelerar procesos que normalmente tardarían mucho más sin la ayuda de varios agentes participantes, además permite vislumbrar los problemas desde diferentes perspectivas donde cada parte de la red aporta desde su área de experticia, enriqueciendo el resultado final (Castillo, 2012).

El desarrollo del turismo, se utiliza activamente para la diversificación económica y la apertura de nuevas formas de generación de ingresos y empleo; sin embargo, muchos modelos de desarrollo, como el Turismo Rural Comunitario (TRC), con énfasis en la planificación conjunta, el aprendizaje y la participación, aunado al empleo de estrategias de innovación social, se plantean desafíos clave, especialmente relacionados con la integración de la industria turística con la comunidad; además, describen la aplicabilidad y las condiciones para generar redes o alianzas que permitan un desarrollo local como un enfoque potencial para su desarrollo. Para el caso de la innovación social como herramienta para

Comentado [LCL6]: sólo

²⁴ Corresponde a la Visión de la estrategia de desarrollo competitivo del turismo gastronómico en Chile según la Subsecretaría de Turismo.

el desarrollo de un territorio, es importante retomar uno de los enfoques de (Moulaert, Martinelli, Swyngedouw, & González, 2005) quienes la plantean como un concepto importante, en tanto va en contra de la mirada más tecnológica, cosificada y netamente racional que se le da a la innovación para dejar de verla como el único motor de la sociedad.

A principios del siglo XXI se empieza a hablar de innovación social en Chile, desde una mirada internacional liderada por la CEPAL, pero en los últimos años han surgido nuevas, novedosas e interesantes prácticas sociales que satisfacen bien las condiciones para ser clasificadas como “innovaciones sociales”, en muy distintos ámbitos. Entre ellas, un sin número de iniciativas en los campos del cuidado o protección del medio ambiente natural; del rescate, protección y proyección de saberes locales, de la defensa y protección de sectores, localidades, cuencas, reservas terrestres y marinas, así como áreas verdes urbanas. Se expresan acciones colectivas o colaborativas para el mejoramiento y aprovechamiento sostenible de bienes comunes como áreas verdes, recreacionales, deportivas y de esparcimiento ciudadano, así como el desarrollo cultural de patrimonios comunes o de interés común, como la puesta en valor de espacios ante baldíos o deteriorados, centros y actividades culturales abiertas y al aire libre y diversos otros (Azócar Calderón, 2018)

En Chile, la piedra de tope del emprendimiento social está en los modelos de negocios. De acuerdo con el estudio “Estructura y dinámica del emprendimiento social en Chile”, de la Universidad del Desarrollo, en 2015 solo el 57% de los emprendimientos sociales generó dinero, promediando ingresos mensuales de \$1,5 millones, entre ventas, donaciones y fondos públicos. Con este escenario, las instituciones que apoyan emprendimientos sociales están conscientes que se debe trabajar de manera conjunta con los propios emprendedores y otras entidades para superar las dificultades, y así no perder el impulso que han tenido este tipo de proyectos (Rojas, 2017).

Para el desarrollo turístico de la comuna de Freirina existe una gran oportunidad de aprovechar el impulso e interés de instituciones públicas y privadas en avanzar en materias de turismo y cómo lograr integrar modelos de negocios rentables en los emprendimientos de tinte social. La posibilidad de integrar a la comunidad local en el desarrollo de emprendimientos que contribuyen a la comuna y a la experiencia del visitante es algo que permite crear una solución novedosa para un problema real de un sector y que a su paso crea valor para la sociedad en su conjunto.

2.7.4. Turismo Rural

La OMT entiende el turismo rural²⁵ como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Las actividades²⁶ de turismo rural se desarrollan principalmente, por definición, en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: i) baja densidad demográfica, ii) paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y iii) estructuras sociales y formas de vida tradicionales.

²⁵ <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

²⁶ <https://www.ceupe.com/blog/definiciones-del-turismo-rural.html>

El término turismo rural²⁷, considera primordialmente la cultura local como un componente clave del producto ofrecido. Un rasgo distintivo de los productos de este tipo de turismo es el deseo, de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado al turista, donde se les brinde la oportunidad de disfrutar el entorno físico y humano de las zonas rurales, así como la participación en actividades, tradiciones y estilos de vida de la población, es decir, donde la cultura esté implícita (Román et al, 2009). En el turismo rural, el turista no es únicamente un observador²⁸, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanías para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas.

El 2020 fue el año del Turismo y el Desarrollo Rural, el mismo tema que promovió la OMT para el Día Mundial del Turismo el pasado año, donde se concluyó que la sostenibilidad del turismo en las zonas rurales solo será posible si se adopta y ejecuta una estrategia de planificación global e inclusiva, basada en un enfoque participativo que cuente con múltiples acciones y con todos los agentes interesados. Otro de los hitos obtenidos el año pasado fueron las Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural²⁹, las cuales aspiran a ayudar a los Gobiernos en sus diversos niveles, así como al sector privado y a la comunidad internacional, a fomentar el turismo en los territorios rurales de una manera que contribuya a un desarrollo inclusivo, sostenible y resiliente. Estas recomendaciones se dividen en 5 ámbitos:

1. El turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural
2. Un turismo que favorezca el bienestar de las comunidades rurales: construir un sector justo, inclusivo, resiliente y sostenible
3. Nuevas oportunidades para el turismo y el desarrollo rural: innovación, tecnología y digitalización
4. Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor para una experiencia de viaje sostenible y mejorada
5. Fomentar políticas y prácticas sostenibles en destinos rurales.

En el contexto de la pandemia de COVID-19, el papel del turismo en el desarrollo rural ha tomado más importancia que nunca. El turismo en las zonas rurales ofrece oportunidades notables para la recuperación, ya que los turistas buscan destinos menos poblados y experiencias y actividades al aire libre. Además, la conexión creciente, intrínseca e inevitable entre el desarrollo urbano y el rural se ha visto acelerada por la actual crisis. El desplazamiento de la población mundial hacia zonas urbanas crea nuevas dinámicas que ofrecen oportunidades para una mirada fresca y para repensar cómo potenciar mejor estos vínculos entre la ciudad y el campo.

²⁷ <https://www.ceupe.com/blog/turismo-desarrollo-rural-y-sostenibilidad.html>

²⁸ <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-rural-y-actividades-que-se-practican/>

²⁹ Recomendaciones de la OMT sobre turismo y desarrollo rural, Sept 2020

En Chile, el turismo rural, al igual que el turismo de montaña, tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo (lucha contra la estacionalidad) y a lo largo del territorio. La oferta de turismo rural se ha posicionado como un elemento significativo para la diversificación productiva en los territorios rurales del país, logrando hoy tener una capacidad instalada de servicios y facilidades que permiten un mejor acceso a diversos destinos rurales³⁰.

2.7.5. Astroturismo

El astroturismo comprende las actividades recreativas y/o educativas que se desarrollan en torno al cosmos, los fenómenos astronómicos y las maneras de comprenderlos, tanto pasadas como presentes, lo que incluye los últimos hallazgos científicos, así como los instrumentos y tecnologías que los astrónomos emplean en la actualidad. El astroturismo invita a las personas a conocer y apreciar la belleza del cielo nocturno; creando conciencia en la población acerca de la importancia de resguardar la oscuridad de los cielos como un recurso ambiental, patrimonial, científico y económico. (Astroturismo Chile, 2016).

El astroturismo incluye actividades como: toma de astrofotografías, visitas a grandes observatorios e instalaciones científicas, visitas a museos relacionados con la astronomía, excursiones al aire libre para observar el cielo nocturno, visitas a observatorios turísticos, asistencia a charlas, cursos y/o workshops sobre astronomía o astrofotografía, visitas a planetarios, experiencias en alojamientos y/o restaurantes tematizados en astronomía, entre otras posibilidades. Estas actividades pueden considerar mayor o menor participación por parte del turista, cuyo rol puede variar desde “espectador” a “participante activo”, dependiendo de la experiencia turística (Astroturismo Chile, 2016).

La principal condición ambiental que sustenta el desarrollo del astroturismo en el norte de Chile es la calidad de sus cielos nocturnos gracias a las condiciones atmosféricas excepcionales para la observación astronómica (sequedad y abundancia de noches despejadas). Fueron estas mismas condiciones las que motivaron la instalación de grandes observatorios científicos a cargo de consorcios internacionales a partir de la década de 1960.

Considerando estas excepcionales condiciones, diversas organizaciones a nivel nacional, tanto públicas como privadas, académicas y científicas, se han unido en el proyecto Astroturismo Chile, instancia que se ha puesto como meta de aquí al 2025 triplicar la demanda (de 262.000 a 750.000 astro-turistas) y multiplicar por cuatro los ingresos (de US\$5,0 millones a US\$20,0 millones) (Merino, 2019).

La oferta de astroturismo en Chile abarca las regiones de Antofagasta hasta el Biobío, destacándose Coquimbo, donde se encuentran el 51% de las empresas privadas que ofrecen productos siendo el Valle de Elqui y San Pedro de Atacama los destinos que poseen las condiciones más aptas para desarrollar el turismo astronómico.

La Región de Atacama no ha tenido el mismo desarrollo en materias de astronomía como sí han tenido otras regiones del país, de hecho, muchos de los observatorios más importantes del mundo se encuentran en la región.

³⁰ 33º Bitácora de turismo rural 2017/2018, INDAP

2.8. SITUACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

De acuerdo con la información que dispone SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo, la región de Atacama posee 4 de los 89 destinos turísticos que se encuentran en todo el territorio nacional³¹.

Tabla 18: Destinos turísticos de la región categorizados

Nombre destino	Comuna	Categoría	Tipología
Bahía Inglesa – PN Pan de Azúcar	Chañaral - Caldera	Consolidado	Litoral, rural y de naturaleza
Valle de Copiapó	Copiapó y Tierra Amarilla	Consolidado	Urbano
Valle de Huasco y zona costera	Vallenar, Huasco, Alto del Carmen	Emergente	Litoral, rural y de naturaleza
Chañaral de Aceituno	Freirina	Emergente	Rural y de Naturaleza

Lo anterior da cuenta de la importancia de los espacios naturales en la región y así como también para la comuna de Freirina debido a que posee uno de los destinos en estado emergente dentro de Atacama, lo cual da cuenta de la importancia de este como un complemento de otras actividades productivas que generan un ingreso a las comunidades y prestadores de servicios locales, sumando con ello un potencial importante, para la provincia y la región en general.

2.8.1 Atractivos turísticos

En la comuna de Freirina, existen atractivos turísticos naturales de gran importancia:

Tabla 19: Atractivos turísticos de la comuna de Freirina

Nombre Atractivo	Categoría	Tipo	Jerarquía
------------------	-----------	------	-----------

³¹ Tanto SERNATUR como la Subsecretaría de Turismo define destino turístico como “un espacio geográfico, delimitado física y administrativamente, conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales y/o culturales, servicios turísticos; equipamiento e infraestructura complementarios; condiciones de accesibilidad; imagen; recursos humanos e identidad local, que motivan el desplazamiento de turistas y el desarrollo de actividades turísticas”

Carrizalillo	Folklore	Arquitectura Popular Espontánea	Nacional
Rodeo De Burros De Carrizalillo	Acontecimientos Programados	Eventos Misceláneos	Regional
Caleta Chañaral De Aceituno	Sitios Naturales	Costa	Internacional
Dos Chimeneas De Fundición De Cobre De Labrar.	Realizaciones Técnicas Y Científicas Contemporáneas Y Culturales Históricas	Obras De Arte Y Técnica	Nacional
Edificio Los Portales	Realizaciones Técnicas Y Científicas Contemporáneas Y Culturales Históricas	Obras De Arte Y Técnica	Nacional
Freirina	Realizaciones Técnicas Y Científicas Contemporáneas Y Culturales Históricas	Desarrollo Urbano	Nacional
Iglesia Parroquia De Freirina (Mh)	Realizaciones Técnicas Y Científicas Contemporáneas Y Culturales Históricas	Obras De Arte Y Técnica	Nacional
Reserva Nacional Pingüinos De Humboldt	Sitios Naturales	Área Protegida Y Lugares De Observación De Flora Y Fauna	Internacional
Reserva Marina Isla Chañaral	Sitios Naturales	Área Protegida Y Lugares De Observación De Flora Y Fauna	Internacional

Fuente: Catastro de atractivos turísticos Sernatur, 2020.

2.8.2 Áreas silvestres protegidas

En la comuna de Freirina se encuentra la Reserva Nacional Pingüinos de Humboldt, la cual ha impulsado el surgimiento de diversos servicios turísticos destinados a la gastronomía y traslado de pasajeros hacia la reserva, puesto a que es un área natural caracterizada por poseer un amplio ecosistema marino ideal para el avistamiento de especies de avifauna, ballenas y otras especies marinas³².

2.9. AGENTES DEL DESARROLLO TURÍSTICO

³² Plan Freirina Sustentable, 2021

Como agentes del desarrollo turístico se encuentra la Cámara de Comercio-Turismo e Industria de Freirina y la Asociación Turística Chañaral de Aceituno quienes velan por el desarrollo turístico de la comuna, asimismo a nivel provincial se encuentra la Asociación Gremial Atacama Sur, quienes tienen como objetivo fomentar el trabajo colaborativo entre las diferentes comunas de la provincia para un desarrollo turístico con un enfoque hacia el respeto por la identidad local y la realización de una actividad turística acorde a las ramas de la sustentabilidad.

3. ANTECEDENTES GENERALES DE LA DEMANDA

En un estudio de la demanda turística, el primer instrumento que se tiene para trabajar es la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico, más conocida como EMAT. Esta encuesta, realizada electrónicamente por el Instituto nacional de estadísticas (INE), comprende el estudio y caracterización de la actividad económica del alojamiento turístico bajo dos enfoques: por el lado de la demanda, mediante indicadores como la llegada, pernoctaciones y estancia media de pasajeros; y por el lado de la oferta, mediante indicadores como tasa de ocupación en habitaciones, tasa de ocupación en plazas, ingreso por habitación disponible (RevPAR) y tarifa promedio (ADR) (INE, 2015).

La encuesta EMAT se rige por el marco regulatorio de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que es el organismo encargado de la promoción de un turismo responsable sostenible y accesible a nivel internacional y que depende de las Naciones Unidas. Las principales variables e indicadores del turismo fueron desarrolladas en conjunto por las Naciones Unidas y la OMT en el año 2008 donde el volumen del turismo por el lado de la demanda puede caracterizarse por los siguientes indicadores:

- Número de llegadas de pasajeros o huéspedes
- Número de pernoctaciones

Además, se debe tener consideración sobre la importancia de los siguientes factores:

- La estadística publicada se debe caracterizar por su sencillez y claridad.
- Publicación de la estadística en forma oportuna.
- Limitarse a fines estadísticos.
- Difundir en diarios, metadatos y realizar actualizaciones metodológicas.
- Establecer convenios de cooperación interinstitucional para el intercambio de estadísticas.

Previo a entrar al análisis de datos estadísticos es importante considerar ciertos conceptos, definiciones y criterios estadísticos utilizados que ayudarán al entendimiento de los datos aquí presentados.

Empecemos por el concepto de destino turístico. Este concepto se desprende de una definición realizada por la OMT en la cual se llega a la siguiente definición “Un destino turístico local es un espacio

físico en el cual un turista está al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos en un recorrido de ida y vuelta el mismo día. Tiene fronteras físicas y administrativas que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su posicionamiento en el mercado. Los destinos locales incorporan varios agentes entre los cuales se incluye la sociedad local y pueden establecer redes que formen destinos mayores”³³.

En Chile, los criterios estadísticos en la definición de los destinos turísticos recaen en la entidad responsable de este sector, en términos de promoción y reglamentación, por lo que le corresponde a SERNATUR. Bajo esta premisa, la definición de destino turístico se basó en la propuesta enviada por SERNATUR central al INE, a partir de requerimientos de las direcciones regionales de SERNATUR.

3.1. LLEGADAS, PERNOCTACIONES, ESTANCIA MEDIA Y OCUPACIÓN

Para efecto de las llegadas se considerarán los años 2017, 2018, 2019, y los meses de enero y febrero del 2020. Desde marzo del 2020, fecha en el cual llegó el coronavirus a Chile, las estadísticas han sido erráticas y no son representativas de una realidad normal. Adicionalmente, hay que recordar que la región de Atacama involucra 9 comunas, entre ellas la comuna de Vallenar.

Tabla 20: N° de llegadas de pasajeros provincia del Huasco, año 2019

Provincia Huasco	
Número de llegada de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico	27.119
Número de llegada de pasajeros residentes en Chile	26.158
Número de llegada de pasajeros residentes en el extranjero	960
Número de llegada de pasajeros a establecimientos clase hotel	16.762
Número de llegadas de pasajeros a establecimientos clase otros	10.357

Fuente: Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) (Series Mensuales).

Tabla 21: N° de Pernoctaciones de pasajeros provincia del Huasco, año 2019

Provincia Huasco	
Número de pernoctaciones de pasajeros en establecimientos de alojamiento turístico	58.225
Número de pernoctaciones de pasajeros residentes en Chile	55.000
Número de pernoctaciones de pasajeros residentes en el extranjero	3.224

³³ WTO-Themis Publication (2003) “Destination Management”, Ted Qual nº 5, 1.

Número de pernoctaciones de pasajeros en establecimientos clase hotel ³⁴	34.738
Número de pernoctaciones de pasajeros en establecimientos clase otros ³⁵	23.487

Fuente: Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) (Series Mensuales).

Cabe mencionar que un factor importante en el promedio de las pernoctaciones es la variedad de oferta turística de un destino, a mayor oferta habrá un tiempo más prolongado de permanencia. Esto sucede por la necesidad de maximizar las actividades y experiencias en un viaje, minimizando el tiempo de traslado entre el punto de origen y el de destino.

Tabla 22: N° de estancia media de pasajeros en provincia del Huasco, año 2019

Provincia Huasco	
Estancia media de pasajeros en establecimientos de alojamiento turístico	25,83
Estancia media de pasajeros residentes en Chile	25,28
Estancia media de pasajeros residentes en el extranjero	44,10
Estancia media de pasajeros en establecimientos clase hotel	25,24
Estancia media de pasajeros en establecimientos clase otros	27,24

Fuente: Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) (Series Mensuales).

Tabla 23: N° de tasa de ocupación en provincia del Huasco, año 2019

Provincia Huasco	
Tasa de ocupación en habitaciones	225,7
Tasa de ocupación en habitaciones en establecimientos clase hotel	248,8
Tasa de ocupación en habitaciones en establecimientos clase otros	195,4
Tasa de ocupación en plazas	138,7
Tasa de ocupación en plazas en establecimientos clase hotel	156,7
Tasa de ocupación en plazas en establecimientos clase otros	118,5

Fuente: Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) (Series Mensuales).

³⁴ Corresponde a establecimientos clasificados como hotel y apart-hotel, según la Norma Chilena Oficial de clasificación, calificación y terminología de los establecimientos de alojamiento turístico (NCh 2760. Of 2007)

³⁵ Corresponde a establecimientos clasificados como hostales, hosterías, residenciales, cabañas y similares, según la Norma Chilena Oficial de clasificación, calificación y terminología de los establecimientos de alojamiento turístico (NCh 2760. Of 2007)

Cabe mencionar que un factor importante en el promedio de las pernoctaciones es la variedad de oferta turística de un destino, a mayor oferta habrá un tiempo más prolongado de permanencia. Esto sucede por la necesidad de maximizar las actividades y experiencias en un viaje, minimizando el tiempo de traslado entre el punto de origen y el de destino.

3.2. ESTACIONALIDAD

La estacionalidad turística se refiere a una concentración de flujo de turistas en determinada época o meses del año. En Chile generalmente esto sucede en verano, específicamente en los meses de enero y febrero, en el cual, por temas de clima, es más cálido, se aprovecha el turismo de sol y playa, adicionalmente, coincide con las vacaciones de verano de los escolares.

4. PERFIL DE LOS VISITANTES

Para definir el perfil del visitante, se han considerado dos componentes que permiten identificar y caracterizar con mayor detalle los atributos, comportamiento y principales características de quienes visitan la comuna.

Por una parte, los perfiles de viajero definidos por el Plan de Marketing 2019 – 2021 tanto para público nacional como internacional, y por otro, los resultados de la encuesta aplicada a turistas y visitantes de la comuna de Freirina.

Respecto a los perfiles definidos desde el plan de marketing, en la siguiente tabla se señalan los distintos segmentos correspondientes al mercado nacional identificados como potenciales visitantes a la región, sin una definición precisa de experiencia, destino o atractivo a visitar.

Figura: Perfil del visitante a la comuna de Freirina



Fuente: Datos obtenidos de encuesta aplicada a turistas en la comuna de Freirina en el mes de octubre 2021

En cuanto al mercado internacional, se entrega mayor detalle en cuanto a los productos, experiencias y el tipo de segmento a quienes se debe orientar el tipo de experiencia.

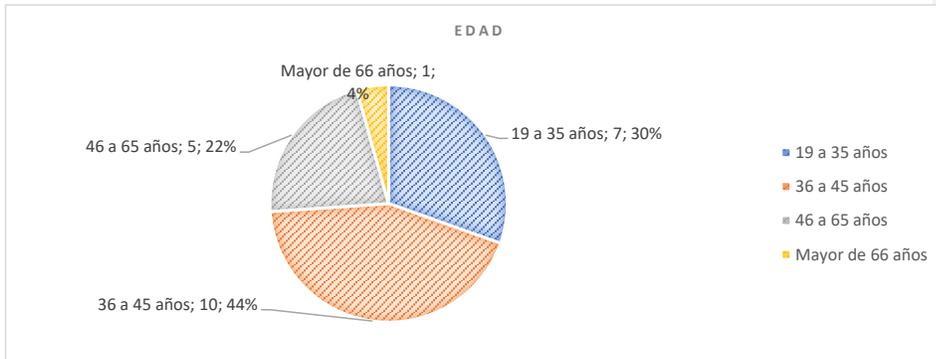
MERCADOS		PRODUCTOS	EXPERIENCIAS	SEGMENTOS
Portafolio	Estrategia	Categoría		
Brasil (Sao Paulo, Río de Janeiro, Brasilia) Alemania (Berlin, Munich, zona sur del país) Francia (Paris, regiones cercana a los Alpes y Pirineos)	Purista	Productos de consolidación	Naturaleza y ecoturismo	Turista de Naturaleza Hombres y mujeres 18-55 años
	Hedonista		Deporte y Aventura	
Argentina (Buenos Aires,	Posicionamiento y desarrollo	Producto de desarrollo	Sol y Playa	Turista Cultural Hombres y mujeres 18-65 años

provincias, ATACALAR)				Astroturismo	Turistas de Sol y Playa Hombres y mujeres 18 a 65 años
				Enoturismo	Viajeros solitarios, parejas, grupos de hasta 4 personas.

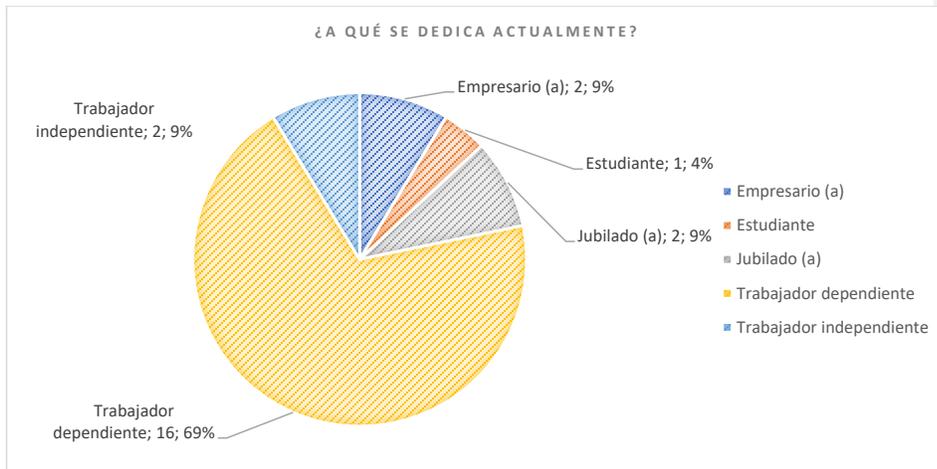
Respecto a la encuesta se recibieron 75 respuestas, de las cuales se consideraron todas como efectivas, ya que por sus características se consideraron duplicadas o incompletas. Con esto se logra un 95% de confianza con un margen de error del 10%

Los resultados, en conjunto con información de otras fuentes, se utilizaron para definir y determinar el perfil del visitante.

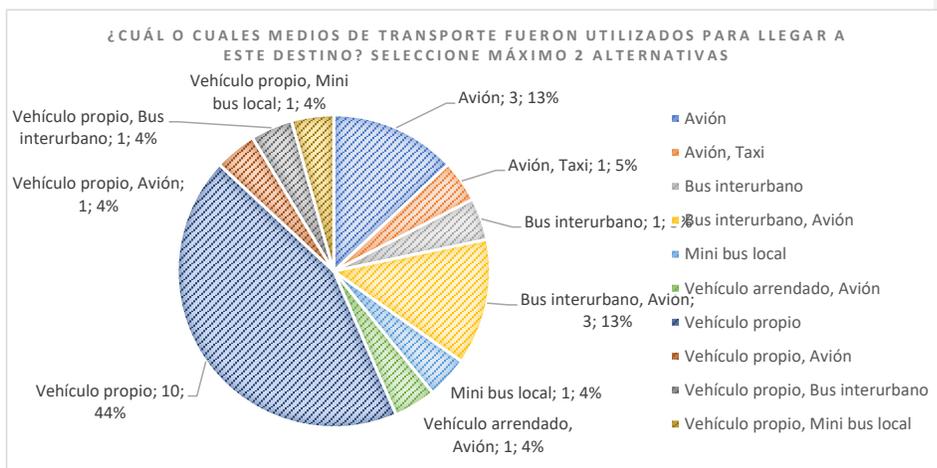
4.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A VISITANTES



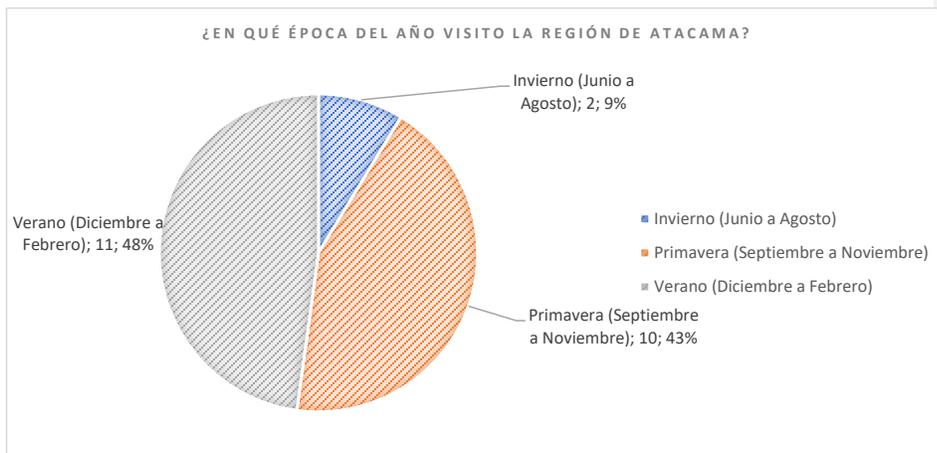
Comentario: Los rangos etarios que participaron en la consulta se dividieron en cuatro, en donde se destaca la participación del adulto joven



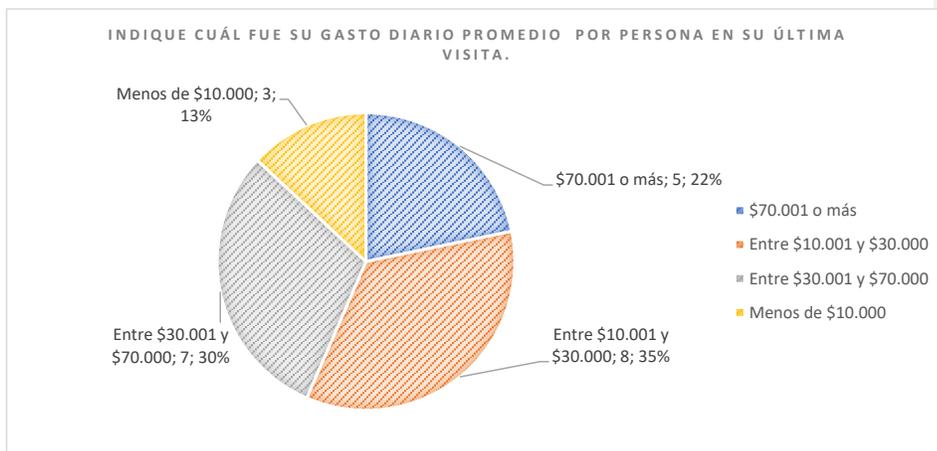
Comentario: De la muestra consultada, el 69% de las personas consultadas son trabajadores dependientes, lo cual nos permite determinar los grupos focales de mayor demanda de este tipo de servicios.



Comentario: El principal medio de transporte utilizado es vehículo propio, lo cual nos indica que la conectividad vial de la comuna se encuentra en condiciones para el arribo de turistas.



Comentario: La zona estival es verano en esta comuna. Por lo anterior, se deben generar planes para incentivar las visitas en temporada de invierno.



Comentario: De esta respuesta se desprende que el gasto es exiguo, que, en virtud de las respuestas entregadas de los ingresos familiares, las ofertas de servicios en la comuna son bajas. Por otro lado, se podría desprender que los servicios tienen bajo costo.

5. DIAGNÓSTICO ANALÍTICO CONSOLIDADO

Para analizar la situación actual y realizar un diagnóstico integral de la comuna de Freirina, y en su efecto, dar a conocer sus condiciones internas y externas, se ha procedido a relacionar las variables inherentes al propio espacio turístico y las correspondientes a su entorno, tomando como base la herramienta de gestión FODA. Para la elaboración de la matriz se consideraron los elementos: Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades, que surgieron a partir de los talleres, actividades participativas online, encuesta, aplicación de las técnicas de investigación cualitativas (entrevista y grupos focales) realizado a actores del turismo y de la comunidad local.

5.1. ANÁLISIS FODA - PESTA

Con el objetivo de lograr un análisis más específico para la siguiente etapa, conocer las tendencias futuras y definir con antelación de definición de los lineamientos estratégicos, se ha realizado un cruce de la matriz FODA, incorporando para el análisis la metodología PESTA (Liam & Narayanan, 1986), donde los elementos han sido agrupados conforme su incidencia global, en base a los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales presentes en la comuna.

La metodología PESTA permite prever tendencias en el futuro a corto y mediano plazo, facilitando identificar criterios objetivos para definir su situación estratégica y aportar información para aprovechar las oportunidades que se presentan en el contexto turístico de la comuna. Por lo anterior, el cruce de ambas herramientas han sido claves para poder detectar nudos críticos y potenciales oportunidades que abrirán paso para las definiciones estratégicas de la comuna en el ámbito turístico.

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

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

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

T: Avances tecnológicos y su relación con la innovación.

A: Factores ambientales.

La matriz FODA - PESTA genera una integración de los resultados, lo que permite establecer las brechas más determinantes con el fin de cerrarlas utilizando una estrategia acorde a la realidad territorial. Lo que se abordará a partir del capítulo de plan de acción del PLADETUR. En las siguientes páginas se entrega este análisis para la comuna de Freirina.

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
POLÍTICO		Cambios en la visión sobre el turismo que favorecen el desarrollo de las diversas manifestaciones del turismo	El 90% de los Terrenos privados	la privatización de sectores turísticos en Freirina
		Autoridades y dirigentes con ganas de trabajar por promover la comuna turísticamente	Faltan servicios conectividad	
		Crear carrera de Técnico Profesional en Liceo para fortalecer el turismo	Ausencia de puntos informativos que promocionen lo que se puede encontrar en Freirina.	
		Lugares limpios, municipalidad muy comprometida con su comunidad, aire puro, playas vírgenes y comunidades hermosas.	Baja inversión de espacios públicos y culturales. con propuestas poco acordes a la identidad del territorio, patrimonial, cultural e inmaterial	
		Excelente gestión y compromiso de la autoridad municipal	Servicios básicos precarios y mínimos en sectores rurales	
		Autoridades comprometidas para apoyar el turismo	Falta de conectividad	
			Débil seguridad	

		Ausencia de voluntad política para abordar el turismo	
		Faltan letreros de información	
		Falta de servicios públicos	
		Los atractivos no cuentan con planes de manejo ni profundización. Tampoco existen guías preparados para recibir a los turistas.	
		No hay información turística	
		Falta conectividad. Precaria seguridad	
		Malos Accesos a las comunidades rurales	
		La falta de capacitación para los servicios del turismo	

		No hay información en la plaza o centro	
--	--	---	--

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
ECONÓMICO	Se pueden generar diversas rutas relacionadas con la historia y la economía de nuestra comuna	Emprendedores en búsqueda de nuevas matrices económicas	Faltan servicios	Falta inversión
	Hay artesanas de la totora y greda	Económico, social y cultural reconocido a nivel nacional e internacional cómo lugar turístico	No hay lugares para pernoctar	
	Hay artesanas de la totora y greda	Hay rutas fuertes ya como el de aceite de oliva	Sin gastronomía local	
	La comuna de Freirina mantiene una identidad territorial a través de sus diversos oficios, tales como los crianceros, agricultura campesina, textilería, gastronomía, productos a base de materias primas y sobre todo la resiliencia en su mayoría desde las mujeres	Capacidad de innovar en sustentabilidad	Freirina no cuenta con conectividad infraestructura gastronómica o una oficina que de las rutas turísticas	
		Capacidad de innovar en sustentabilidad	Falta fortalecer la rica gastronomía local	

		Capacidad de innovar en sustentabilidad	Escasa capacidad hotelera y de locales gastronómicos establecidos.	
			Freirina no cuenta con una infraestructura hotelera para la atención de turistas	
			Falta de Servicios Turísticos	

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
SOCIAL	Territorio con cielos limpios, hermosos y mágicos	Comunidad dispersa	No existe conciencia turística ni especialización en atención a los visitantes	Falta de señalizaciones
	Muchas mujeres y hombres hacen mermelada. Puede haber una ruta del dulce de membrillo y mermeladas	Gente comprometida con el desarrollo sustentable y sostenible de nuestro territorio	Faltan cursos de guía turístico	Terrenos privados
	Identidad de las comunidades	Vecinos con empoderamiento Capaz que defender Ante amenazas y promover la comuna	Falta que nuestros vecinos se pueda crear el cuento, podemos ser una gran comuna turística	Inconsciencia turística tanto de los Freirinenses como de los visitantes

La diversidad del turismo costero, patrimonio cultural, valle y río	Soberanía alimentaria y autonomía comunitaria	Falta de cultura en el cuidado y limpieza de nuestros entornos y espacios públicos	La privatización de sectores turísticos en Freirina
Riqueza natural y patrimonial			Falta educación turística
Circuitos Nocturnos astronomía y fotografiará por sus cielos limpios			
Monumentos comunales			
Tiene historia minera y minas que pueden visitar			
Atractivos botánicos y zoológicos en el río			
Patrimonio cultural e histórico			
Comunidad empoderada y comprometida con medio ambiente			

	Hay monumentos nacionales			
	Patrimonio			

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
TECNOLÓGICO			La conexión es mala	
			Faltan servicios conectividad	

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
MEDIO AMBIENTE	Respeto de la GeoBiodiversidad	Tenemos todo para potenciar el turismo en nuestra comuna, río, campo, mar	Extractivismo a través de la explotación de los bienes comunales y la privatización de estos (agua, tierra, minerales, litoral costero) contaminación de los campos a través de los agroquímicos y la destrucción de la flora y fauna. Cambio de uso en el suelo. No se prioriza la sanitización de pequeñ@s emprendedores.	Aluviones, Cambio climático

Territorio con cielos limpios, hermosos y mágicos	La ruta a las Torres de Labrar ya está	Por la zona geográfica donde hay floración poca empatía por los deportes 4x4 no se respeta	La planta eólica que mueve los vientos y puede afectar directamente el desierto florido
La diversidad del turismo costero, patrimonio cultural, valle y río	El gran eje de costa a cordillera aprovecharlo mediante un catastro, (mapa informativo y dinámico) que permita a las personas hacer un recorrido mediante la gastronomía, la artesanía, cultura, artes, patrimonio natural y material, hospedaje de la zona"		La industria extractivista
Riqueza natural y patrimonial.	Puede alcanzar acciones que propicien el cuidado del Valle		Escasez hídrica
Circuitos Nocturnos astronomía y fotografiará por sus cielos limpios	Freirina cuenta con cielos limpios y noches estrelladas mágicas para el turismo.		Aprovechamiento y acaparado nuestras aguas
Respeto de la GeoBiodiversidad	Zona rica en belleza turística		Falta de hábitos de higiénicos y conductuales en torno a la generación de microbasurales en los espacios habilitados para el ocio
Atractivos botánicos y zoológicos en el río	Un hermoso río que cruza la comuna		Apropiación de la cosmovisión del territorio. El extractivismo y los negocios entre privados y política local. Abandono del Estado. Contaminación y destrucción.

Reserva nacional Pingüino de Humboldt	El gran potencial de los espacios naturales para transformarlos en espacios públicos, como circuitos turísticos y culturales con informativos.		La gran sequía y la contaminación y extracción de recursos naturales
			Negativo para el turismo es la tremenda contaminación de la planta pellets.
			No hay cultura en recoger los residuos orgánicos de los monumentos
			Viviremos siempre inquietos por las amenazas de proyectos contaminantes que atentan y puedan poner en riesgo nuestro patrimonio
			Megaproyectos en carpeta que pueden alterar el ecosistema de la comuna (Cerro Blanco y Dominga)
			Proyectos destructivos que amenazan los Ecosistemas y a las comunidades, como Dominga y el Relave de Playa Brava (Huasco)

La comuna de Freirina cuenta con dos destinos, uno que es Chañaral de Aceituno, destino ya consolidado con flujos de turistas autónomos, con prestadores de servicios capacitados con fortalezas y debilidades propias de un destino maduro dentro del ciclo de vida de destinos turísticos, en cambio, Freirina urbano y sus alrededores, si bien presentan atractivos patrimoniales, culturales, históricos

relevantes se encuentra en una etapa de crecimiento de ciclo de vida mucho menor, lo que conlleva a presentar debilidades propias de un destino en crecimiento como, déficit de información turística, consolidación de esta, baja conciencia turística, débil oferta de prestación de servicio de turismo, déficit de infraestructura habitante y muy poca planificación en el desarrollo turístico de la región.

6. IMAGEN OBJETIVO, VISIÓN Y MISIÓN

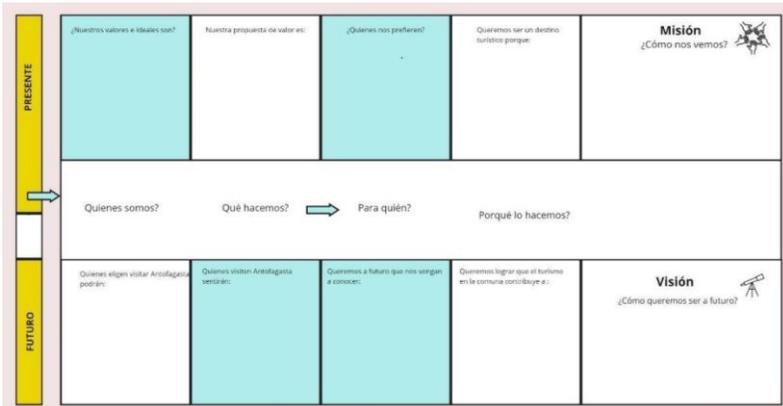
6.1. METODOLOGÍA IMAGEN OBJETIVO

La definición preliminar de la imagen objetivo de la comuna deberá consensuar elementos conceptuales de apoyo a la definición de esta. De esta manera, se logra que la definición se enmarque en un proceso metodológico que toma como base el diagnóstico realizado y las fortalezas y oportunidades que se desprenden del análisis FODA, la identificación de los atractivos más destacables y representativos del territorio, actividades turísticas que se realizan actualmente, productos turísticos a desarrollar, entre otros. Todo lo anterior, sumado a la opinión y visión de los residentes, permitirá identificar las características distintivas de la comuna, las cuales servirán de base para la formulación de la imagen objetivo.

El proceso de definición de la imagen objetivo se llevó a cabo en 5 etapas (Ilustración: Etapas para el desarrollo de la imagen objetivo). En cada etapa se trabajó, principalmente con actores locales, pero también de manera interna con el equipo de consultores, para que los resultados reflejaran el pensamiento, la visión, prioridades, entre otros aspectos, que los actores ya sea público, privados, comunidades, academia, han observado en el territorio y quisieran potenciar a fin de orientar un desarrollo local hacia la actividad turística, poniendo especial énfasis en el respeto a las comunidades locales, al medio ambiente y a la obtención de beneficios económicos para los habitantes del territorio. Se puso especial énfasis en que una vez validada y consensuada por los actores locales, éste se constituirá en la base para la posterior determinación de líneas de acción que sustentarán la planificación estratégica de la comuna

Tal como se muestra en la ilustración previa, el proceso de construcción de la imagen objetivo se ha planteado considerando la opinión de los diferentes actores de la comuna a través de talleres participativos presenciales y online, donde los convocados tienen el espacio para reflexionar, opinar y contestar las preguntas requeridas para la construcción de los elementos requeridos.

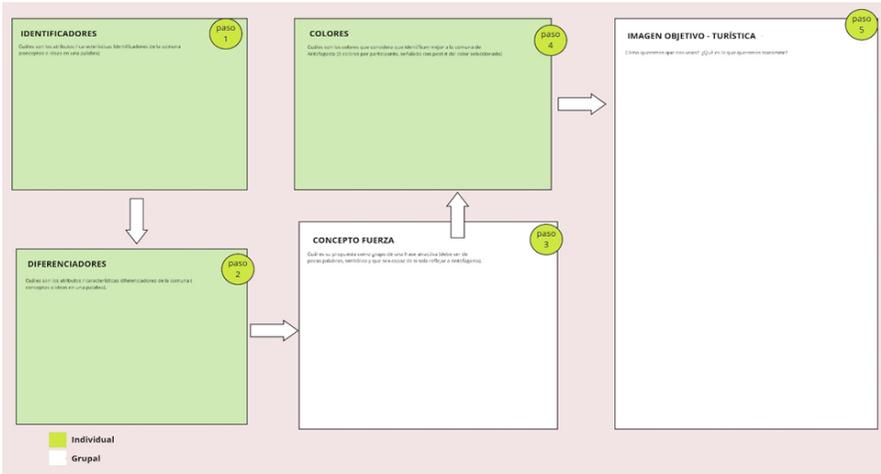
Ilustración 7: Canvas Misión y Visión



Fuente: Chile Consultor

Para dar cumplimiento a esta metodología se utilizó la herramienta de comunicaciones ZOOM y la herramienta colaborativa virtual AHASLIDES para el trabajo participativo y para el taller presencial de Chañaral de aceto en Freirina.

Ilustración 8: Desarrollo de Imagen Objetiva



Fuente: Chile Consultor

Esta imagen objetivo, una vez validada y consensuada por los actores locales del destino, se convertirá en la base para la posterior determinación de líneas de acción que sustentarán la planificación estratégica del territorio. La fase de desarrollo estratégico requerirá de un análisis táctico, donde se tendrá como objetivo identificar planes, proyectos, programas y procedimientos aplicables, así como factores claves de implementación y medios de verificación, los cuales serán analizados posteriormente en la segunda etapa de consultoría.

Con la identificación de las potencialidades del territorio, anteriormente analizados en el FODA – PESTA, y con la visión local de los actores de “¿cómo quieren que se proyecte el territorio en el mercado turístico?”, se cuenta con los antecedentes suficientes para elaborar la imagen objetivo para la comuna de Freirina. La cual deberá destacar las características y particularidades que distinguen al territorio de otros destinos, los conceptos deseados a asociar a la comuna y las posibles normas internas a aplicar a las acciones en turismo.

En el marco de este ejercicio, se dispuso en primera instancia identificar atributos asociados con las siguientes preguntas: ¿quiénes somos? ¿qué hacemos? ¿Para quién lo hacemos? ¿Por qué lo hacemos? con el objetivo de identificar los elementos necesarios para la construcción de la Misión y Visión.

6.2. METODOLOGÍA OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

La definición preliminar de los objetivos de desarrollo turístico de la comuna considera consensuar elementos conceptuales de apoyo a la definición de estos. De esta manera, se logra que la definición se enmarque en un proceso metodológico que toma como base el diagnóstico realizado y la imagen objetivo definida para la comuna, que sumado a la opinión y visión de actores locales claves, permitirá identificar las características de la comuna que servirán de base para la formulación de la de los ejes estratégicos y cuyo propósito es alinear el comportamiento de todos los actores del turismo comunal hacia un horizonte y visión compartida, entendiendo que “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.”³⁶

Los lineamientos y ejes estratégicos que han sido priorizados surgen de la necesidad de unificar diversos requerimientos de la comunidad por lograr el tan ansiado desarrollo turístico de la comuna, que siempre son diversos y transversales, pero que, para lograr un trabajo eficiente y eficaz, han sido ordenados y unificados siguiendo los parámetros ya definidos por el ente rector del turismo a nivel nacional, como es la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR, que son actualizados constantemente.

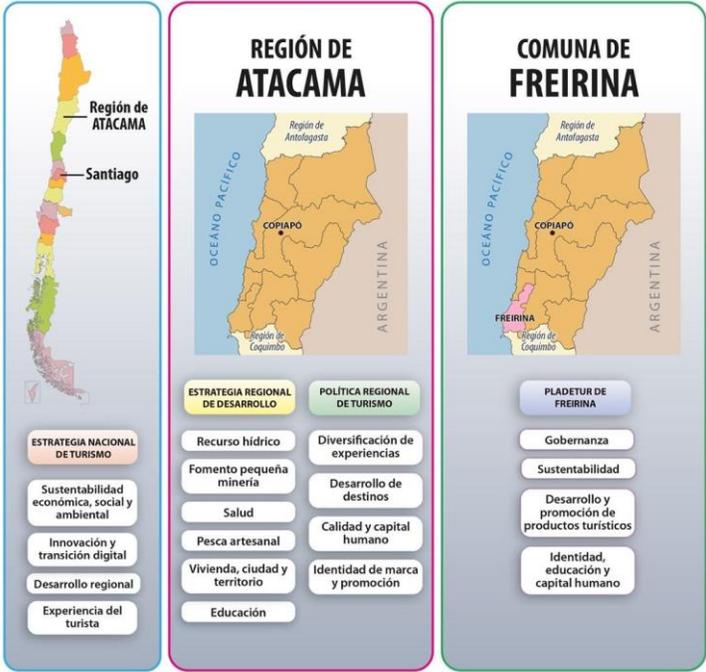
Los cimientos de la Estrategia Nacional de Turismo vienen desde el 2012 y se sustentan en 5 pilares, siendo cada uno de ellos fundamental, pero a la vez interdependiente: Promoción, Sustentabilidad, Inversión y Competitividad, Calidad y Capital Humano e Inteligencia de Mercado, siendo los principales ejes estratégicos definidos para propiciar el desarrollo del turismo en el país. En la última actualización de

³⁶ Fuente: Mideplan, 1994:24.

la estrategia se incluyeron los ejes de fomento e inversión turística, el cual se suma a los esfuerzos en promoción, diversificación de productos y servicios, desarrollo de destinos turísticos, iniciativas de fomento del capital humano e impulso del turismo interno. Sumado a estos ejes y considerando la evolución del sector y las últimas tendencias que hoy condicionan en parte los niveles de competitividad y promoción de los destinos, es necesario incluir un eje en transformación digital para abordar los desafíos en materias de innovación y digitalización del turismo.

En ese mismo contexto, se consideraron los ejes definidos en la PRTA así como el Pladeco comunal, que permiten considerar la visión y esfuerzos públicos que ya se están realizando, en las acciones propuestas a desarrollar para avanzar en el desarrollo turístico de la comuna de Freirina.

Posteriormente, para validar los lineamientos a presentar y su sincronía con respecto a todo el proceso ya realizado a lo largo del estudio, se hicieron propuestas de lineamientos estratégicos a actores públicos y privados (en al menos X jornadas online a través de Zoom y X jornadas presenciales con actores públicos y privados), en las que se invitaba a reconocer e identificar los lineamientos que más se ajustaban a las necesidades que tiene la comuna de Freirina para avanzar en el Desarrollo Turístico en un horizonte a 5 años, para finalmente definir en conjunto las prioridades de ejecución de los ejes estratégicos, los que son adaptados a la realidad y necesidades locales, fortaleciendo algunos elementos ya reconocidos como fortalezas del turismo comunal o incorporando nuevos.



7. IMAGEN OBJETIVO

El presente capítulo corresponde a un análisis y construcción de la imagen objetivo-turística del territorio asociada a la comuna de Freirina. Esta imagen se alcanza mediante la interpretación de los distintos resultados obtenidos hasta la presente etapa, pasando por un análisis de índole turístico con componentes de otras disciplinas, que destacan su esencia e identidad con el objetivo de un aprovechamiento comercial pero sostenible de los recursos.

La imagen es conocida como una suma de las creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de un objeto o lugar. Las imágenes que mantiene esa persona representan la simplificación de información que ha sido procesada, considerando elementos externos e internos que se conectan con un lugar. Cuando esa imagen logra ser identificada y comprendida, entonces se puede deliberar sobre cuál debería ser la imagen apropiada.

Los antecedentes y lineamientos utilizados para este análisis provienen de dos fuentes principales:

1. Desde la información obtenida del diagnóstico turístico desarrollado en la primera etapa de la consultoría
2. Los resultados y conclusiones obtenidas de la serie de actividades participativas ejecutadas como parte de la metodología aplicada.

La etapa anterior permitió tomar conocimiento de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se visualizan dentro del territorio. Con estos antecedentes conocidos y validados, es posible avanzar en la elaboración de una propuesta de misión, visión e imagen objetivo, la cual debe ser entendida como “un modelo de la realidad que se quiere alcanzar en un lapso determinado de tiempo”, en otras palabras, es el “como quiere el territorio y sus habitantes ser percibida por otros”.

La definición de una imagen objetivo para el territorio turístico de la comuna de Freirina será la base para la planificación estratégica del territorio, la carta de navegación que necesita el territorio y más específicamente para la formulación de los productos turísticos e iniciativas que se debieran generar a futuro para fortalecer la presencia y contribución de la actividad turística al desarrollo económico social en la comuna.

7.1. CONSIDERACIONES PREVIAS PARA LA DEFINICIÓN DE UNA IMAGEN OBJETIVO

El mundo ha sufrido y sigue sufriendo pérdidas y un retroceso considerable debido al COVID-19. No menos importante entre los reveses es el impacto en el sector de viajes y turismo. Prácticamente, toda la población mundial se ha visto forzada a adaptarse a una vida con restricciones de viaje, lo que significó paralizar al sector casi por completo durante el 2020 y el primer trimestre del 2021. Las comunidades, grandes y pequeñas, que dependen del turismo han tenido que soportar una disminución prácticamente

total de ingresos, y millones de trabajadores han sido despedidos o están en un riesgo inminente a que eso ocurra dentro de los siguientes meses.

Sin embargo, los líderes del sector turístico han sido resilientes frente a la adversidad. En los últimos meses, el sector ha trabajado intensamente en buscar fórmulas que permitan mejorar la seguridad de los viajeros, resguardar en lo posible la fuerza de trabajo y apoyar a las comunidades locales. Para algunos, la crisis se ha ido transformando en una oportunidad para impulsar un crecimiento más inclusivo y sostenible del sector, incluso en algunos casos se habla de ir un poco más allá mediante la instauración de un turismo regenerativo donde profesionales de turismo, comunidad local, turistas o visitantes actúan como agentes de cambio para innovar en el desarrollo turístico.

Mientras gobiernos han brindado algo de apoyo, esto sigue siendo insuficiente, tanto en términos de coordinación como en la implementación de políticas para apoyar la recuperación del sector. Será esencial tener un enfoque coordinado global, mejorar la experiencia de viaje, adoptar la integración de nuevas tecnologías y adaptarse a protocolos globales de salud e higiene para, en última instancia, reconstruir la confianza de los viajeros.

Lo anterior permite concluir que, la imagen turística de los destinos, están experimentando modificaciones importantes, en algunos casos cambios de paradigma en cuanto a su vocación y configuración, tanto por los cambios en su ordenamiento, como en sus características y experiencia final. Todo lo que hasta ahora constituía la imagen que hacen de los destinos ser únicos, deberán pasar por un proceso de revisión y en algunos casos, si no todos, transformados para ajustarse a la nueva realidad sanitaria. Esto tiene incidencia no solo en asegurar un acceso seguro a los principales atractivos y servicios de un destino, sino que además introduce políticas e iniciativas que fortalezcan la imagen de seguridad y confianza de estos para captar nuevamente el interés de los visitantes.

En la actualidad y hasta antes de la crisis social y sanitaria, el turismo en Chile había pasado de ser una actividad emergente a una actividad cada vez más posicionada como industria, comparable en cierta medida a la de países desarrollados, en lo que se refiere a ciertos tipos de turismo, como por ejemplo el turismo de intereses especiales. El turismo de a poco comenzaba a ser considerada como una actividad económica de gran trascendencia, diversificadora del sistema productivo y servicios, sustentadora de mano de obra y fuente importante de ingreso de recursos económicos.

Bajo el nuevo contexto en que se encuentra el turismo, el desafío de configurar y desarrollar una imagen turística nacional, regional y local que trasciende fronteras y se proyecta interna y externamente como una actividad estructurada, ordenada, bien equipada y que goza de una excelente reputación es un desafío que debe ser asumido con un compromiso importante no solo de las autoridades sino también del sector privado. Lo que anteriormente se avanzó en destinos chilenos consolidados, como por ejemplo Torres del Paine, Isla de Pascua y San Pedro de Atacama, así como otros destinos en desarrollo tales como Pucón, Valle del Elqui, Valdivia y Puerto Varas, entre otros, puede ser tomado como ejemplo, pero hoy el panorama a cambiado y con ello se presentan nuevas oportunidades para posicionar destinos que hasta menos de un año atrás, podría no haber figurado entre las preferencias de los visitantes. Los destinos que hacen mejor lectura de la actual situación y convergen como sector para cooperar y trabajar

colaborativamente, tienen una oportunidad importante de situarse mejor en el mapa de los destinos turísticos relevantes.

Por otra parte, y considerando la pronta recuperación de la actividad turística, su base productiva local ha sido reconocida desde hace largo tiempo como una potencial palanca de desarrollo para comunas y localidades que logran aprovechar las ventajas que su entorno natural ofrece, así como para aquellos con una carga cultural capaces de poner en valor estos elementos altamente demandados por un público interesado en vivenciar experiencias turística que fomenten su espíritu de aventura y conocimiento. Frente a esta realidad es imprescindible considerar todo esfuerzo de desarrollo que se proyecte en una dimensión de largo plazo exige de una intervención deliberada y sistemática basada en elementos técnicos y objetivos.

Es dentro de este objetivo que la identificación de las potencialidades que tiene un territorio en materias turísticas, así como también las brechas que actualmente posee y que impiden el desarrollo óptimo de un territorio para transformarse en un “destino turístico” son un primer paso frente a la definición de imagen objetivo realista de Freirina que, en conjunto con una planificación estratégica, permitirá potenciar el desarrollo de la comuna considerando la opinión de sus residentes.

7.2. CONSTRUCCIÓN Y DEFINICIÓN DE LA MISIÓN

Mediante el “Canvas de Misión y Visión”, se plantean en total tres preguntas con las cuales es posible identificar los elementos necesarios para la definición de misión. A continuación, se exponen los resultados obtenidos en el taller:

La primera pregunta plantea identificar cuáles son los valores e ideales que caracterizan a los Freirinenses. Las respuestas obtenidas son las siguientes:

Tabla 24: Identificación de valores e ideales de los Freirinenses

Somos naturaleza, monumentos nacionales, un hermoso río y una poco explorada costa	Somos el último y primer río de Chile lleno de riqueza patrimonial y humano
Somos una comuna que ofrece múltiples atractivos tales como mar, céreos y desierto	Somos una comuna con un gran potencial turístico, el cual no ha sido trabajado en su totalidad para potenciar este eje como motor económico local.
Punto de esperanza para preservar la biodiversidad marina	Somos la comuna donde nace el desierto, con cerros y playa, lugar de monumentos
Ciudad de los monumentos	

Fuente: Chile Consultor

La segunda pregunta que los participantes deben contestar tiene relación con ¿cuál es la propuesta de valor de la comuna? Los resultados se detallan a continuación:

Tabla 25: Propuesta de valor de la comuna

Patrimonio alimentario	Avistamiento de cetáceos
Desierto florido	Tenemos muchos monumentos históricos y patrimoniales, pero sin rutas guiadas que entreguen un orden en la cadena de valor y su ordenamiento
Nuestra propia historia y el paisaje cultural	Mar y desierto
Tranquilidad y desconexión	Riqueza agroalimentaria
Patrimonio, tradición minera	Somos la ciudad de los monumentos

Fuente: Chile Consultor

Es interesante destacar cómo los participantes conectan los valores e ideales identificados en el ejercicio anterior con atributos del destino, conceptualizando la importancia de Freirina que existe en torno al desarrollo turístico de la comuna.

La tercera pregunta que se plantea es: ¿Quiénes nos prefieren?

Tabla 26: ¿Quiénes nos prefieren?

Sol y playa	familia, turistas nacionales
Turismo aventura (buceo, trekking, etc.)	Nuestro Target es amplio y ahí nuestro potencial
Somos el lugar de paso entre los turistas que circulan entre el Valle del Elqui y San Pedro de Atacama	Científicos
Personas que buscan realizar turismo de intereses especiales, científicos, turismo astronómico	Grupos familiares

Fuente: Chile Consultor

La percepción que existe en general de los participantes es bastante amplia y variada sobre quienes prefieren visitar la comuna Freirina.

La cuarta y última pregunta tiene relación con conocer las motivaciones y razones internas que tienen las personas sobre el ¿por qué quieren ser un destino turístico?:

Tabla 27: Razones por qué ser un destino turístico

La principal motivación es crear una economía sustentable ambientalmente positiva y de generación de empleo	Porque necesitamos diversificar la matriz económica, considerando que no existen fuentes laborales sustentables dentro del territorio
Mostrar al resto de Chile y el mundo nuestras playas, cerros y valle	Cómo una alternativa de desarrollo económico y social

Fuente: Chile Consultor

Según las respuestas señaladas en esta pregunta, los participantes indican que es necesario para la comunidad apostar por una alternativa distinta de desarrollo económico, que sea sostenible y que no afecte la calidad de vida de las personas y del medio ambiente.

7.3. DEFINICIÓN DE LA MISIÓN

La misión será el motivo o el propósito por el cual el destino regirá sus esfuerzos de desarrollo. Indica “como estamos” por lo que debe indicar claramente lo que pretende hacer y para quien lo va a hacer. Bajo este concepto, y a modo de conclusión del ejercicio anterior, se elaboraron 2 propuestas de misión las cuales se sometieron posteriormente a votación por quienes asistieron a los talleres virtuales participativos.

La propuesta de Misión que fue más votada por los participantes es:

Nuestra misión es desarrollar un turismo sustentable, respetuoso con las comunidades y el medio ambiente, preservando nuestras tradiciones y cultura.

La evidencia y resultados de los talleres de construcción de la Misión se encuentran en el anexo Proceso de Misión y Visión.

7.4. CONSTRUCCIÓN PARTICIPATIVA DE LA VISIÓN

Al igual que para el proceso de definición de misión, los participantes de los talleres tuvieron que contestar preguntas que facilitan el proceso de definición de visión.

La primera pregunta planteada tiene relación con identificar ¿qué cosas podrían disfrutar quienes eligen visitar Freirina a futuro?:

Tabla 28: ¿Qué se podría disfrutar a futuro en Freirina?

Avistar cetáceos	comer aceitunas únicas en el mundo	Disfrutar de sus limpios cielos
Tranquilidad y relajo	Avistamiento de flora y fauna	Deleitarse con la gastronomía local
Sentarse en la plaza más hermosa del planeta	Aceite de oliva con denominación de origen	Bañarse en un río limpio y hermoso

Historia y tradición minera	Hermosas rutas y experiencias únicas en el país	Disfrutar del desierto y el mar en un solo lugar
-----------------------------	---	--

Fuente: Chile Consultor

La segunda pregunta buscaba identificar las sensaciones y emociones que sentirían aquellas personas que deciden a futuro visitar Freirina. Ante esta consulta, los participantes expresaron lo siguiente:

Tabla 29: ¿Qué sensaciones y emociones se podrían asociar a Freirina?

Vivir grandes experiencias	¡Una experiencia única!	Frío en la mañana calor en la tarde
Seguridad	Amor	Satisfacción
Tenemos un clima privilegiado	Desconexión	Conexión con la tierra
Empaparse del gran acervo de patrimonio cultural, material, inmaterial y gastronómico, además del maravilloso paisaje que nos cobija	Relajo	Tranquilidad

Fuente: Chile Consultor

Como tercera pregunta, se intentó identificar el perfil del turista que se busca traer a futuro a la comuna de Freirina. Ante la consulta, los participantes respondieron:

Tabla 30: ¿Qué perfil de turista queremos atraer

Fuente: Chile Consultor

El desarrollo socio económico de la comuna	Turistas nacionales y extranjeros en búsqueda de experiencias y con capacidad de gasto \$	jeques árabes
Ser lugar obligado para quienes realizan la ruta entre el Valle del Elqui y San Pedro de Atacama.	Respetuosos con las comunidades y el medio ambiente	Nacionales e internacionales
Y otros tales como científicos y astrónomos	De todas las edades, en grupo y/o individual	

La cuarta y última pregunta busca identificar los posibles impactos deseados a partir del turismo. Es decir, cuál sería la contribución del turismo en la comuna:

Tabla 31: En qué esperamos que contribuya el turista

Generar dinamismo económico y nuevas fuentes laborales en la comuna
Mejorar la calidad de vida de sus habitantes a través del desarrollo social y económico
A la estrategia de desarrollo regional

Generar fuentes laborales y de especialización
Aporte al desarrollo económico

Fuente: Chile Consultor

Los resultados de los talleres de construcción de la visión también se encuentran en el anexo Proceso de Misión y Visión.

7.5. DEFINICIÓN DE LA VISIÓN

La visión corresponde al camino por el cual nos dirigimos hacia dónde queremos llegar, lo que sirve para orientar las decisiones estratégicas de desarrollo y competitividad. En otras palabras, la visión es el “escenario deseado” para el territorio. Como resultado de los talleres ejecutados, se definieron 2 propuestas de visión, las cuales fueron sometidas a votación para seleccionar aquella que fuese más representativa.

Al igual que la definición de la misión, en este caso para la visión, la votación dio como resultado favorable a la siguiente propuesta:

Ser un destino turístico sustentable que resguarde su patrimonio natural y cultural, que ponga en valor sus atributos, genere bienestar en sus habitantes y sea posicionada como destino turístico de intereses especiales a nivel nacional e internacional

7.6. DEFINICIÓN PARTICIPATIVA DE IMAGEN OBJETIVO

A continuación, se detallan los resultados del trabajo participativo que concluyó en la co-construcción y validación de la imagen objetivo – turística de la comuna. Como se ha mencionado anteriormente, la imagen objetivo hace referencia a “¿cómo queremos que nos vean?”, siendo un modelo de la realidad que se quiere alcanzar en un lapso determinado de tiempo; es decir ¿cómo quiere la comuna y sus habitantes ser percibido?

La metodología utilizada para la construcción de la imagen objetiva fue mediante una secuencia de preguntas que los participantes del taller debían contestar y que tenían como finalidad recoger información relevante para identificar algunos elementos claves que hasta ese momento no se habían trabajado en los talleres anteriores. Al igual que los talleres anteriores se utilizó para los talleres online la herramienta AhaSlides para el trabajo participativo y para el taller presencial herramientas como materiales de trabajo práctico como lienzo de papel y papeles de mensajes. Los resultados de éste quedaron reflejados en las imágenes que se encuentran en el anexo *Construcción participativa de Imagen Objetivo*.

Identificadores: La primera pregunta que debían contestar los participantes tiene relación con aquellas palabras claves, ideas o conceptos que, en su opinión, identifican a la comuna de Freirina. Los resultados se pueden observar a continuación:

Tabla 32: Palabras claves, ideas o conceptos que identifican a la comuna

Patrimonio minero	Aceitunas	Experiencia única
Historia	Playa y sol	Minería
Río vivo	Monumentos	Tradición
Monumentos nacionales	Cielos	Amor
Arte y cultura	Desierto florido	Avistamiento de cetáceos
Olivos centenarios	Patrimonio	Naturaleza
Valle	Pueblos originarios	

Fuente: Chile Consultor

Diferenciadores: A continuación, los participantes en un ejercicio similar tuvieron que señalar ideas o conceptos de elementos que, en su opinión, son diferenciadores de la comuna de Freirina.

Tabla 33: Elementos diferenciadores de la comuna

Monumentos nacionales	Patrimonio	Pequeña minería
Cultura	Desierto y mar	Seguridad
Playas vírgenes	Diversos escenarios	Patrimonio histórico
Tranquilidad	Gastronomía	Sus habitantes
Mar y tierra		

Fuente: Chile Consultor

Conceptos fuerza: Teniendo presente los identificadores y diferenciadores de la comuna, el siguiente paso correspondía a desarrollar una propuesta de frase atractiva, que fuese simbólica y representativa de la imagen turística de la comuna. Los resultados de este ejercicio se pueden ver a continuación:

Tabla 34: Conceptos de fuerza de la comuna

Freirina, comuna que lucha por trascender	Experiencias únicas	Freirina, una historia
Ciudad patrimonial	Punto de esperanza	El lugar soñado
Riqueza natural e histórica	Ciudad de los monumentos	Ciudad de los monumentos

Fuente: Chile Consultor

Colores: El penúltimo ejercicio del taller, como se muestra a continuación, correspondió a la gama cromática con que las personas identifican su territorio. Quedan señalados en letras mayúsculas aquellos colores que más se repitieron entre los participantes.

Tabla 35: Colores que identifican al territorio

Azul	Calipso	Verde olivo
Café	Arrebol	Morado
Verdes	Café claro	Naranja

Fuente: Chile Consultor

El último paso del taller correspondía a la elaboración de una propuesta grupal de imagen objetivo-turística de la comuna. Esta fue posteriormente revisada y ajustada por el equipo de la consultora. Como resultado de este proceso se obtuvieron 2 propuestas.

Finalizado los talleres de construcción de imagen objetivo, se procedió a realizar un proceso de validación de manera virtual, arrojando como imagen objetivo turístico de la comuna:

Freirina será en 2027 un destino turístico sustentable, reconocida por su riqueza natural y cultural, un punto de esperanza en la conservación de la biodiversidad marina y terrestre, que valora su identidad cultural y que potencia acciones de desarrollo económico y social a través de la actividad turística.

8. PROPUESTA DE MODELO DE GOBERNANZA PARA LA GESTIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNA DE FREIRINA- REGIÓN DE ATACAMA

CONSIDERACIONES GENERALES Y CONCEPTUALIZACIÓN ASOCIADA

En el margen de la presente Consultoría, corresponde indicar que el diseño y propuesta de un Modelo de Gobernanza, va más allá de una mera expresión de gobernabilidad sectorial/territorial, la cual posibilite territorial, funcional y operativamente la aplicación de las recomendaciones de puesta en valor y gestión turística –en este caso comunal-, que emana del presente Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) Comunal, actualmente en fase de elaboración o actualización, según corresponda.

Comentado [LCL7]: MARGEN

Es en dicho contexto que, para efectos del presente documento y propuesta técnica, se define a la Gobernanza, como un *“modelo de entendimiento y toma de decisiones, estrategias y políticas, que vincula a actores formales e informales, en una nueva forma de hacer las cosas, sostenible y sustentable, que coordina y comunica entre los actores involucrados y permite mejorar el control y la transparencia de la gestión pública”* (Jorquera, 2011).

Por otra parte, y también conforme a lo planteado por el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural en su Documento de Trabajo N° 6 (pág. 13, 2011) puede agregarse que, en el marco de un modelo de gobernanza local en turismo, concurren a éste otras variables relevantes, tales como la equidad, eficiencia, innovación (administrativa/ gerencial/sectorial), creación de redes, rendición de cuentas y desarrollo del capital humano, entre otras. Ello, con sus correspondientes beneficios para la comunidad y sus respectivos territorios locales quienes, desde esta mirada, pasan de ser objetos de un proceso de cambio, a protagonistas autónomos del mismo.

DISEÑO DE APLICACIÓN GENERAL Y COMUNAL DEL MODELO

1. Metodología de Trabajo

En el marco del proceso de levantamiento de información correspondiente a este producto, se trabajó con base a fuentes primarias y secundarias pertinentes. Ello, según se indica a continuación.

1.1 Fuentes Primarias

- a) **Check List Municipios:** Aplicado por equipo profesional de Chile Consultor a la contraparte municipal correspondiente, definida en el marco de esta consultoría, desde donde se recopiló y sistematizó diversos antecedentes municipales/comunales y que, para efectos de esta propuesta de Modelo de Gobernanza, implicó contar con información específica de este municipio, relativa a:

- Estructura y organización interna del turismo
- Unidades municipales que apoyan al desarrollo turístico comunal
- Unidades municipales críticas para el desarrollo del turismo
- Existencia de planes de trabajo (sectoriales)
- Participación en instancias externas (...) que favorezcan a la comuna y el turismo
- Vínculo/relación con comunidades locales
- Instancias de Trabajo con SERNATUR Regional
- Existencia de instancias de reunión (mesas o comités sectoriales)
- Frecuencia de reuniones /actividades
- Existencia de Liderazgos y actores claves comunales
- Existencia de gremios, cámaras de turismo o cámaras de comercio (u otras)
- Etc.

b) **Ficha de Registro de Información Faltante:** Levantada específicamente con la contraparte municipal definida para este PLADETUR, para el levantamiento de información complementaria (faltante o para mayor precisión), particularmente en materia de:

- Dependencia y estructura interna de la Unidad municipal responsable del turismo comunal
- Registro de entidades públicas sectoriales (o relacionadas) con algún nivel de presencia en la comuna
- Registro de entidades privadas, mixtas o comunitarias vinculadas directa o indirectamente a la actividad turística comunal
- Otras

1.2 Fuentes Secundarias

- a) **Fichas Comunales del Sistema Nacional de Información Municipal de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo:** Con información levantada al mes de noviembre de 2021, principalmente para confirmación de información oficial y complementación con datos de contexto socioterritorial.
- b) **Páginas web del municipio y/u otras relacionadas:** Con información levantada al mes de noviembre de 2021, para revisión/complementación de datos institucionales, estructura organización formal, revisión de documentos de planificación comunal, otros.
- c) **Documentos institucionales sectoriales, Estrategia de Desarrollo Regional, otros de similar naturaleza.**

2. Descripción de la Propuesta

De esta manera, el esfuerzo descentralizador, articulador, participativo y de democracia local, que implica el Modelo de Gobernanza aquí propuesto, a aplicar en el territorio de esta comuna, no sólo asegura una adecuada interacción entre la institucionalidad municipal, pública y privada, representada esta última por los empresarios y emprendedores, ciudadanos/as y comunidades del territorio comunal, sino que también, una adecuada y productiva promoción del diálogo entre los actores involucrados; la eventual incorporación de nuevos actores comunales; el hecho de tornar factible la implementación territorial participativa (ejecución, actualización periódica y evaluación) del PLADETUR, con una clara determinación de roles y con mecanismos consensuados de control y de transparencia de la gestión sectorial involucrada.

Para el caso específico de este PLADETUR Comunal, el nuevo Modelo de Gobernanza propuesto, implica la factibilidad de trabajar hasta en dos niveles sectoriales de gestión, dentro del mismo territorio comunal, asegurándose tanto la articulación para su ejecución, como la participación efectiva de actuales y nuevos actores públicos y privados vinculados a éste y, la muy necesaria comunicación y coordinación entre ellos. Es decir, se trata de una vía que otorga coordinación, sustentabilidad y legitimidad procedimental a la ejecución de este PLADETUR y a las iniciativas que éste contempla implementar a nivel de la comuna (sectores urbanos y rurales), de cada proyecto allí propuesto y de cada producto y tipo de turismo priorizado por este instrumento, en el territorio objeto de este estudio y estas propuestas.

De esta manera, cada nivel o piso, en la práctica también dan cuenta de ámbitos de aplicación directa e indirecta, del presente Modelo de Gobernanza. Así, en el marco del presente PLADETUR habrá conducción y liderazgo territorial municipal, habrá también cooperación e interacción entre todos aquellos actores públicos, de la sociedad civil y actores económicos privados locales que intervienen o deben ser llamados a intervenir en el territorio comunal, según lo establezca y/o requiera la respectiva Secretaría Técnica de la Mesa Comunal de Turismo. Misma instancia (secretaría técnica) que representará a esta comuna en la Mesa Provincial de Turismo – Provincia de Huasco.

En el marco de lo recién expuesto, esta propuesta de Modelo de Gobernanza integral de este PLADETUR comunal, implica la incorporación del citado enfoque de descentralización y desconcentración de la gestión turística pertinente, que posibilitan su verdadera implementación en los citados niveles de trabajo, sea desde una mirada estrictamente sectorial, geográfica y/o político-administrativa, según corresponda a cada caso aquí individualizado.

Asimismo, se plantea la importancia de materializar al interior de estos niveles, la necesaria transversalidad y horizontalidad que involucran los procesos cooperativos de ejecución de este PLADETUR, la cual, si bien tiene un origen vinculado a la gestión sectorial municipal, a su ejecución están invitados todos los actores relevantes pertinentes.

En concordancia con lo enunciado en el párrafo precedente, el Modelo de Gobernanza Comunal considera conformar ciertas instancias colegiadas específicas. Una de ellas a establecerse al interior del municipio, es decir de carácter intrainstitucional, denominado Comité Municipal Técnico, constituido por funcionarios(as) representantes de distintas Unidades municipales vinculadas directa o indirectamente a la gestión edilicia en materia de turismo. Esto, bajo el liderazgo interno del área de Turismo de la Municipalidad.

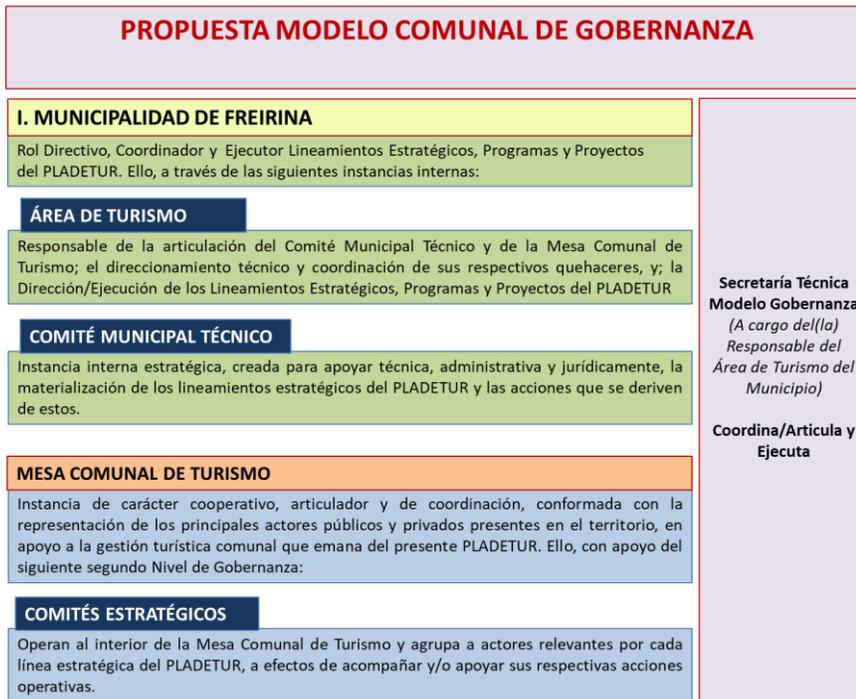
Un segundo tipo de instancias colegiadas, propuestas por este modelo, son de carácter interinstitucional, correspondiente la primera a una Mesa Comunal de Turismo y, la segunda a un Comité Estratégico, dando cuenta de dos Niveles o Pisos, en el marco de ésta.

El primer caso corresponde al primer Nivel de este Modelo de Gobernanza e involucra a representantes de las entidades públicas y/o privadas –según corresponda- que integren cada Mesa Comunal de Turismo, aquí propuesta; sean estos representantes institucionales/sectoriales/territoriales/temáticas –según corresponda-, y; siempre acorde al tipo y número de niveles/estructuras sugeridas. Ello garantizaría la aplicación de cada Nivel de Gobernanza asociado a la interinstitucionalidad público-privada presente o con influencia directa en cada territorio comunal, con un rol ejecutor, de direccionamiento, de actualización y control del respectivo PLADETUR y de la respectiva gestión turística comunal. Luego, un Segundo Nivel de Gobernanza, denominado Comité Estratégico también público/privado, de carácter consultivo y asociado estrictamente a cada lineamiento estratégico definido para el presente PLADETUR, en el marco de lo que se espera sea una coordinación temática y la correspondiente puesta en valor de productos y/o tipos de turismo priorizados para cada Lineamiento y sus respectivos Programas y Proyectos.

Finalmente, hay que señalar que la gestión de estos dos ámbitos de trabajo (intra e interinstitucional), será liderada por la correspondiente Secretaría Técnica del Modelo de Gobernanza que éste involucra, a ejercer por el encargado o encargada del área de Turismo del municipio, en sus roles de coordinación, articulación y ejecución, según corresponda.

Se presenta a continuación un primer detalle de lo aquí expuesto. A saber:

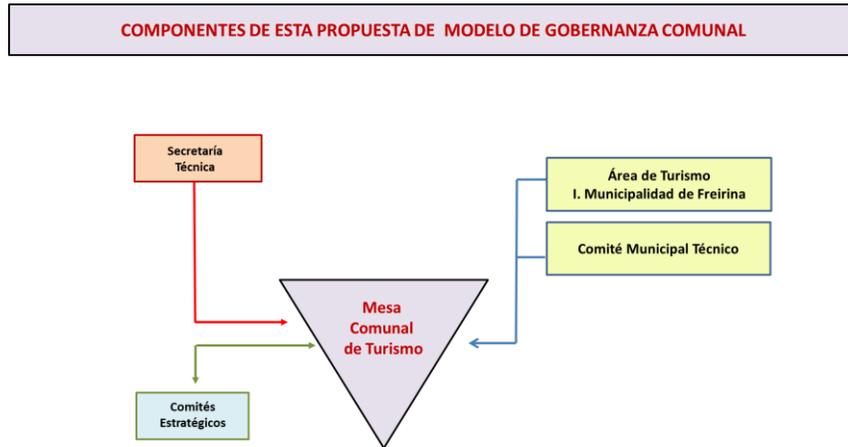
Ilustración 1: Propuesta modelo comunal de gobernanza



Fuente: ChileConsultor, elaboración propia, octubre de 2021.

Por otra parte, y en lo que respecta a una organización visual de este Modelo, donde se ilustra además acerca de las interrelaciones entre los distintos componentes y niveles que éste involucra, así como los respectivos Roles/Funciones Generales, se presenta a continuación la siguiente infografía:

Ilustración 2: componentes de esta propuesta de modelo de gobernanza comunal



Fuente: ChileConsultor, elaboración propia, octubre de 2021.

Conforme a lo aquí planteado y, con el objeto de avanzar en la determinación de actores relevantes, para su posterior integración al presente Modelo de Gobernanza, se avanzó en la elaboración de un Mapa de Actores del Territorio Comunal, el cual individualiza a agentes vinculados directa e indirectamente al desarrollo turístico de la comuna. Esto en el marco de las siguientes tres clasificaciones:

- Actores internos I. Municipalidad con pertinencia sectorial
- Actores del ámbito comunal con pertinencia sectorial y/o comunitaria
- Actores ámbito regional con pertinencia sectorial y comunal

Con base a dicha información, la cual se individualiza en la Infografía siguiente, se elabora posteriormente la propuesta preliminar de integrantes, tanto para la Mesa Comunal de Turismo, como para el Comité Municipal Técnico.

Ilustración 3: Consolidación mapa de actores relevantes del territorio

Consolidación Mapa de Actores Relevantes del Territorio

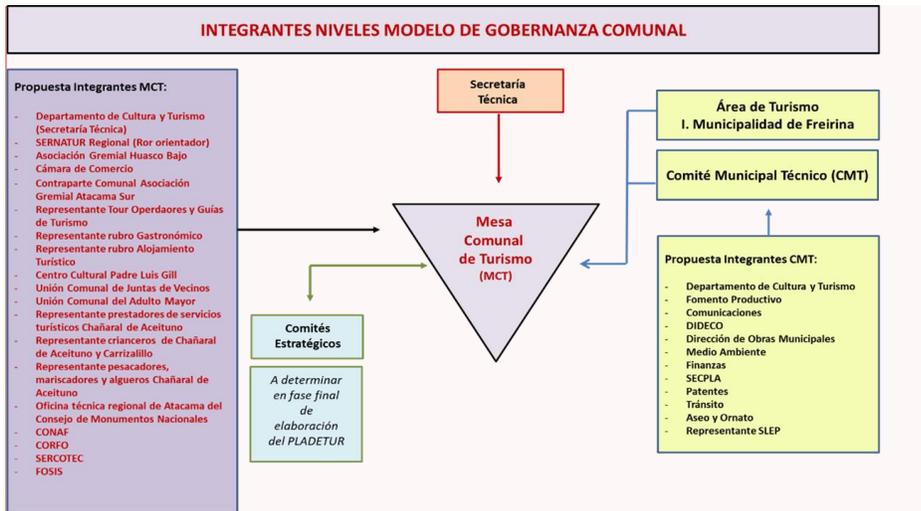


Comentado [LCL8]: Actores: Barrio Craig es de Huasco, sacar. A no ser que se haya incluido a propósito para mantener redes con esos prestadores. FAVOR CONSULTAR ESTO A YORDANA.

Fuente: ChileConsultor, elaboración propia, octubre de 2021.

Conforme a lo ya señalado y con base a lo determinado en el Mapa de Actores Relevantes del Territorio (Infografía precedente) y con base a la retroalimentación emanada de las contrapartes municipal y de Sernatur Regional, se detalla a continuación una propuesta preliminar de conformación de los respectivos Comité Municipal Técnico y Mesa Comunal de Turismo. Ello, conforme a la información de diagnóstico pertinente, otros aportes de la contraparte técnica municipal (vía Ficha y/o Entrevista) y a las propuestas técnicas que emanan de la presente consultoría. A saber:

Ilustración 4: Integrantes niveles modelo de gobernanza comunal



Fuente: ChileConsultor, elaboración propia, octubre de 2021.

3. Directrices Procedimentales para la Operación del Modelo

Finalmente, y esencialmente en materia procedimental, corresponde establecer una serie de directrices de este Modelo, asociados a los siguientes tres ámbitos de propuestas. A saber:

- Manual de Procedimientos para la Aplicación del Modelo de Gobernanza
- Registros de la Gestión de la Gobernanza
- Propuesta de Metodología Participativa

Tales directrices procedimentales, buscan apoyar operacionalmente el quehacer futuro de las distintas instancias colegiadas que contempla el Modelo, en lo que se espera sean sus respectivos roles ejecutores, coordinadores y otros, según corresponda.

A continuación, se presenta el detalle correspondiente a cada uno de ellos.

Comentado [LCL9]: IDEM CON LA OBS DE ARRIBA DEL BARRIO CRAIG.

3.1 Manual de Procedimientos para la Aplicación del Modelo de Gobernanza

Como ya se ha indicado, el Manual aquí aludido –todavía en elaboración– y que se presenta a continuación, busca orientar respecto de la aplicación operativa del Modelo. Ello, a partir de la definición y propuestas de:

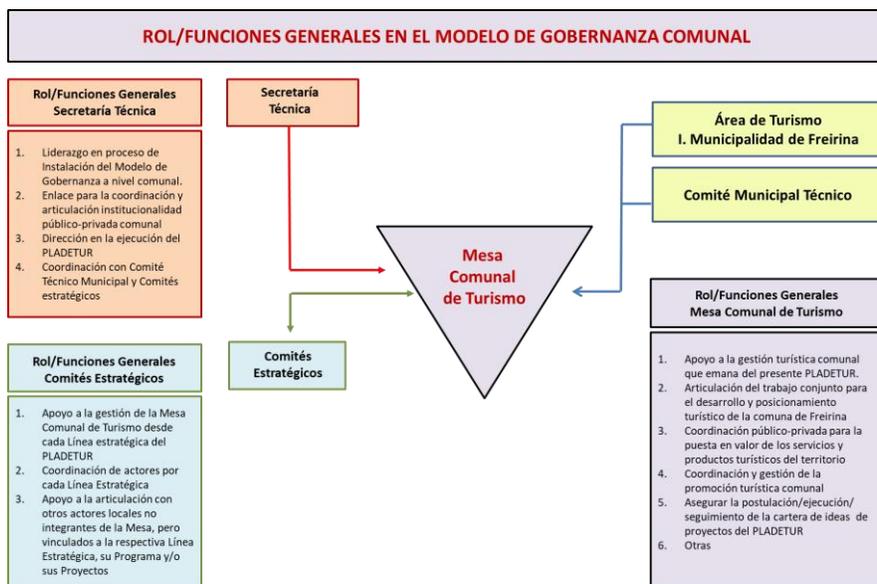
- Rol/Funciones Generales del Modelo de Gobernanza
- Descripción Operacional según Nivel o Piso del Modelo
- Protocolos para el Trabajo Asociativo, Compromisos y Acuerdos
- Indicadores de Gestión de Gobernanza

Tales puntos, conforme se presenta a continuación:

3.1.1 Rol/Funciones Generales del Modelo de Gobernanza

En el mismo contexto procedimental, se presenta a continuación una propuesta de definición de Roles/Funciones Generales de la Mesa Comunal de Turismo, de la Secretaría Técnica de dicha Mesa y de los Comités Estratégicos de este Modelo. A saber:

Ilustración 5: Rol/funciones generales en el modelo de gobernanza comunal



Fuente: ChileConsultor, elaboración propia, octubre de 2021.

3.1.2 Descripción Operacional según Nivel o Piso del Modelo

Conforme a lo ya planteado, se establece que el ámbito de gestión interinstitucional implica un primer Nivel del Modelo, correspondiente a la Mesa Comunal de Turismo, donde el/la encargado(a) del Área de Turismo del municipio, constituirá la Secretaría Técnica de dicha Mesa, siendo responsable de la convocatoria, seguimientos de acuerdos y compromisos, propuesta de Tabla para cada sesión y otras funciones administrativas que las Mesas determinen. Ello, además del Rol/Funciones Técnicas ya explicitadas. Asimismo, se propone una periodicidad de su funcionamiento -en cuanto reuniones periódicas de trabajo-, de carácter mensual, sin perjuicio de eventuales reuniones extraordinarias que pudiere acordar la respectiva Mesa.

Desde la citada Mesa Comunal de Turismo y ahora en un marco temático de su trabajo técnico, se propone que, al interior de ella, se aborden los distintos Ejes o Lineamientos Estratégicos, establecidos por sus respectivos PLADETUR. Tales instancias se denominan Comités Estratégicos, conformándose estos por los(as) integrantes de la Mesa más pertinentes a sus respectivas materias de gestión y cuyo trabajo se realizará vía reuniones quincenales, tributando a su respectiva Mesa Comunal de Turismo. Aquí cabe señalar que dependiendo del grado de desarrollo de la actividad turístico comunal, la propia Mesa de Turismo determinará si incorpora inmediatamente este segundo nivel del Modelo o lo aplica una vez la comuna alcance un mayor nivel de desarrollo.

Asimismo, y sin perjuicio de todo lo enunciado en párrafos anteriores, queda establecido que las distintas funciones, roles, ámbitos temáticos, etc., señalados para este nivel de gobernanza, son totalmente factibles de ser complementados (incrementados) o modificados por acuerdo de la Mesa Comunal de Turismo. Esto incluye la posibilidad o necesidad –según corresponda- de centralizar en la gestión de esta Mesas, temáticas de trabajo y/o responsabilidad de gestión distintas a las ya individualizados, resultantes del trabajo periódico de la Mesa u otras consideraciones que puedan surgir durante el horizonte de ejecución del presente PLADETUR.

3.1.3 Protocolos para el Trabajo Asociativo, Compromisos y Acuerdos

En el marco de esta propuesta y, sobre la base de los principales Roles/Funciones definidos para cada instancia o nivel que involucra este modelo de Gobernanza, se proponen los siguientes protocolos mínimos para el Trabajo Asociativo y los Compromisos y Acuerdos que de este se deriven. A saber:

3.1.3.1 Protocolos Mínimos de Trabajo Asociativo, Acuerdos y Compromisos

Dadas la conceptualización y bases teóricas del presente Modelo de Gobernanza, su estructura de funcionamiento, roles y funciones, entre otras consideraciones pertinentes, se establece las siguientes indicaciones mínimas observables, para el aseguramiento de un adecuado trabajo asociativo, de carácter participativo y democrático, pero siempre sujeto a los siguientes protocolos transversales de trabajo:

Toda instancia o nivel del Modelo será direccionada (liderada) y representada por un solo actor, según se establece en el propio modelo, lo busca evitar la duplicidad de liderazgos y eventuales divisiones internas al interior de cada instancia o nivel. Se establece asimismo que en la primera Sesión de Trabajo se deberá elegir democráticamente a la persona que reemplace o subrogue temporalmente a dicho liderazgo, frente a una eventual ausencia justificada de aquel.

Las propuestas y decisiones colegiadas que sean adoptadas por cada instancia o nivel serán determinadas democráticamente, por votación a mana alzada, fundada o no fundada, debiendo siempre decidirse por mínimo el 50% más 1 de los asistentes a la respectiva sesión de trabajo. En caso de empate deberá dirimir la respectiva Secretaría Técnica, Representante o quien le(s) reemplace temporalmente, según corresponda.

En la primera sesión de trabajo cada instancia o nivel deberá pronunciarse respecto a lo menos las siguientes situaciones operacionales. Ello sea a manera de acuerdos simples para cada una de ellas o bien, materializado en un Reglamento de Trabajo Interno. A saber:

- Frecuencia de reuniones ordinarias, factibilidad de reuniones extraordinarias y formas de citación
- Horarios y tiempos de trabajo por sesión
- Financiamiento interno para su operación en cada nivel
- Asistencia o quórum mínimo para sesionar
- Incorporación de otros actores relevantes
- Eliminación y/o reemplazo de actores por inasistencias recurrentes.
- Nombramiento de responsables por tema, lineamiento, proyectos, subterritoio local u otro que la instancia o nivel central del Modelo determine, así como el modo/oportunidad de presentación de sus respectivos informes de trabajo
- Registro y seguimiento de compromisos y acuerdos
- Apoyos municipales o sectoriales necesarios para el registro y posterior difusión de la actividad generada y/o propiciada por cada instancia o nivel del modelo.

- Otros que se determinen asociativamente en cada nivel.

Será menester del trabajo inicial de cada instancia o nivel que implica el presente Modelo de Gobernanza, asegurar que en máximo las dos primeras sesiones de trabajo, se produzca el mayor conocimiento posible de y entre los integrantes de estos. Ello, a lo menos en los siguientes aspectos:

- Rubro, actividad, comunidad, servicio u organización que representa cada integrante.
- Expectativas con que ingresa a dicha instancia o nivel
- Compromiso que adquiere frente a los demás integrantes
- Disponibilidad de tiempo para abocarse a su rol, funciones y tareas que se le asignen.
- Experiencia y/o conocimientos en materia de trabajo asociativo y/o sectorial.
- Eventuales requerimientos de capacitación en materia de trabajo asociativo general y/o sectorial

Conforme al nivel de desarrollo, realidad local y/o madurez de la planificación y gestión turística en el respectivo territorio, la instancia o nivel central del Modelo de Gobernanza, determinará:

- Si esta nueva instancia de gobernanza territorial reemplazará o llamará a que la integren otra(s) mesa(s) de trabajo eventualmente existentes o por existir en el futuro en el mismo territorio. Ello, procurando siempre la existencia de un solo liderazgo territorial y la no duplicidad de esfuerzos y recursos.
- La conformación inmediata o posterior de los segundos niveles de gobernanza, sea con base a cada lineamiento estratégico establecido por el PLADETUR y/o por subterritorios o polos locales de desarrollo turístico.

- Propiciar la reestructuración organizacional inmediata o posterior (corto plazo) de las respectivas instancias municipales responsables de la actividad turística local. Esto, a efectos de que ellas puedan asumir el liderazgo del Modelo, de la ejecución del PLADETUR y de los desafíos técnicos, profesionales, financieros, organizacionales y funcionales, que este PLADETUR representa.

Otros que determine de común acuerdo y/o por votación directa (en los términos ya indicados) la instancia o nivel central del Modelo.

3.1.3.2 Adscripción a Protocolos Existentes

Finalmente, cada Mesa Comunal de Turismo, aún en el marco de su participación en la Mesa Provincial de Turismo -si correspondiera-, deberá adherir en su gestión y velar por el cumplimiento de los protocolos siguientes:

Protocolos sanitarios establecidos por el Servicio Nacional de Turismo, la Subsecretaría de Turismo y/o la autoridad sanitaria pertinentes.

Protocolos de gestión, registro de actividades e informes pertinentes que respondan a los compromisos suscritos con el Servicio Nacional de Turismo, en el marco del otorgamiento o postulación a la Distinción Municipalidad Turística.

Protocolos que propicien la formalización e inscripción de prestadores de servicios turísticos de su respectivo territorio, en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR, particularmente de aquellos servicios para los cuales dicha inscripción se entiende como obligatoria.

Protocolos de Emergencia y Seguridad Pública, establecidos por la autoridad y/o comisión territorial pertinente.

3.1.4 Indicadores de Gestión de Gobernanza

En el marco de este punto asociado a las directrices operacionales del Modelo de Gobernanza y, para el seguimiento y control de este, corresponde proponer una serie de indicadores de medición de procesos y resultados.

Se trata de una propuesta de indicadores mínimos, totalmente factibles de ser complementados con otros que determine la Mesa, durante el ejercicio de su rol y el horizonte de ejecución del PLADETUR.

3.1.4.1 Indicadores de proceso

a) Indicadores de Eficacia

Número de reuniones efectivamente realizadas en cada instancia o nivel del Modelo, respecto del total (trimestral, semestral, anual) de reuniones programadas.

Número de integrantes de las distintas instancias del Modelo que efectivamente concurren a las reuniones realizadas, respecto del total de integrantes convocados(as) a cada una de ellas.

b) Indicadores de Eficiencia

Tasa de cumplimiento o desviación de la ejecución técnica y presupuestaria (semestral, anual) de los proyectos definidos para cada programa del PLADETUR.

Costo promedio (anual), por beneficiario de cada proyecto ejecutado en el marco del PLADETUR y de la gestión de este Modelo de Gobernanza.

c) Indicadores de Economía

Porcentaje (anual) de asignación presupuestaria municipal, para cada proyecto que considera financiamiento parcial o total de carácter edilicio.

Porcentaje (anual) de apalancamiento de recursos externos contemplados por cada proyecto que considera gestión de financiamiento proveniente de fuentes no municipales.

d) Indicadores de Calidad

Número de acuerdos y compromisos asumidos en las distintas instancias del Modelo efectivamente cumplidos, respecto del total (trimestral, semestral, anual) de acuerdos y compromisos suscritos en tales instancias.

Grado de satisfacción (anual) de los(as) integrantes de las distintas instancias del Modelo, respecto de su rol, participación y logros parciales, observables en las mismas, dentro de dicho período.

3.1.4.2 Indicadores de Resultado

a) Indicadores de Eficacia

Número total de actividades efectivamente ejecutadas en el marco de la gestión que involucra este Modelo, respecto al total de actividades programadas.

Tasa de asistencia final de los(as) integrantes de las distintas instancias del Modelo, a las respectivas reuniones de trabajo programadas en cada una de ellas.

b) Indicadores de Eficiencia

Grado de cumplimiento o desviación de la ejecución técnica y presupuestaria final de los proyectos definidos, para cada programa del PLADETUR.

Costo promedio final, por beneficiario de cada proyecto ejecutado en el marco del PLADETUR y de la gestión que involucra este Modelo de Gobernanza.

c) Indicadores de Economía

Porcentaje final de asignación presupuestaria de origen municipal lograda para el PLADETUR, respecto del financiamiento parcial o total de carácter edilicio, esperado para la ejecución de sus programas y proyectos.

Porcentaje final de apalancamiento de recursos externos contemplados y gestionados para el PLADETUR, respecto del financiamiento parcial o total de parte de fuentes no municipales, esperado para el mismo.

d) Indicadores de Calidad

Grado de satisfacción final de los(as) integrantes de las distintas instancias del Modelo, respecto de su rol, participación y logros finales observables para todo el horizonte de ejecución del PLADETUR.

Grado de satisfacción final de la comunidad local, emprendedores(as) y empresarios(as) turísticos(as) del territorio, respecto de la gestión de las distintas instancias Modelo lograda en el marco de la ejecución del presente PLADETUR.

3.2 Registros de la Gestión de la Gobernanza

Este punto constituye una propuesta base, en soporte impreso y digital, para la elaboración de Informes, Actas de Acuerdos y Compromisos, Visitas Técnicas a Terreno, Registros Audiovisuales y otros relacionados.

Se presenta a continuación una serie de modelos correspondientes al instrumental de registro necesario, para apoyar el trabajo de las distintas instancias colegiadas del Modelo de Gobernanza propuesto para el presente PLADETUR. A saber:

3.3.1 Base Documental Tipo

3.3.1.1 Registro y Aceptación Integrantes de la Respectiva Instancia o Nivel del Modelo

Integrantes de la Mesa Comunal/Provincial – Comité Municipal Técnico/Estratégico/Subterritorial (según corresponda)				
Nombre Integrante	Institución, Rubro, Organización u Otro al que Representa	Dirección Correo Electrónico	Teléfono Contacto	Firma
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
n.....				

3.3.1.2 Acta de Reuniones con Registro de Acuerdos y Compromisos

[Mesa Comunal/Provincial – Comité Municipal Técnico/Estratégico/Subterritorial] (según corresponda)			
ACTA DE REUNIÓN N°			
Fecha		Temario Reunión	1. 2. 3. n....
Formato Reunión	Presencial	On Line	Otra
Asistentes			
Nombre	Institución y/o Cargo	Observaciones/Firmas/Otros	
1.			
2.			
3.			
4.			

5.		
6.		
7.		
n.....		
Principales Acuerdos y/o Compromisos de la Reunión		
Acuerdos		
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
n.....		
Compromisos		Responsable
1.		
2.		
3.		

4.	
.....	
Responsable Seguimiento Acuerdos y Compromisos	<i>(Nombre y entidad a la que representa)</i>

3.3.1.2 Base para la Elaboración de Informes de Gestión

INSTANCIA O NIVEL DE GESTIÓN	<i>[Mesa Comunal/Provincial – Comité Municipal Técnico/Estratégico/Subterritorial (según corresponda)]</i>	
MATERIA(S) A INFORMAR		
FECHA O PERÍODO A INFORMAR		
RESPONSABLE DEL INFORME	Nombre	Firma
COLABORADORES O TERCEROS(AS) INVOLUCRADOS(AS)		
OBJETIVOS DE GESTIÓN		

DESCRIPCIÓN NARRATIVA (CUALITATIVA) DE LO REALIZADO
DESCRIPCIÓN CUANTITATIVA DE LO REALIZADO (SI CORRESPONDE)
PRINCIPALES HALLAZGOS, RESULTADOS O LOGROS OBTENIDOS EN EL PERÍODO
PRINCIPALES OBSTACULIZADORES O LIMITANTES DE LA GESTIÓN REALIZADA

OTRAS CONSIDERACIONES RELEVANTES DE INFORMAR	
FECHA PRESENTACIÓN DEL INFORME	

3.3.1.3 Base para la Elaboración de Informes de Visitas Técnicas a Terreno

INSTANCIA O NIVEL DE GESTIÓN	<i>[Mesa Comunal/Provincial – Comité Municipal Técnico/Estratégico/Subterritorial (según corresponda)]</i>	
LUGAR O DESTINO DE LA VISITA		
FECHA O PERÍODO EN QUE SE REALIZÓ LA VISITA		
RESPONSABLE DEL INFORME	Nombre	Firma

OTROS PARTICIPANTES DE LA VISITA TÉCNICA			
OBJETIVOS DE LA VISITA			
ADJUNTA ACTA DE REUNIONES O DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA	SÍ	NO	TIPO DE DOCUMENTO(S) ADJUNTO(S)
DESCRIPCIÓN NARRATIVA (CUALITATIVA) DE LO REALIZADO/OBSERVADO/RECOPIADO/U OTRO DURANTE LA VISITA			
DESCRIPCIÓN CUANTITATIVA DE LO REALIZADO/OBSERVADO/RECOPIADO/U OTRO DURANTE LA VISITA (SI CORRESPONDE)			

PRINCIPALES HALLAZGOS, RESULTADOS O LOGROS OBTENIDOS DURANTE LA VISITA	
PRINCIPALES OBSTACULIZADORES O LIMITANTES QUE PUDIEREN AFECTAR LA REALIZACIÓN DE LA VISITA	
OTRAS CONSIDERACIONES RELEVANTES DE INFORMAR ACONTECIDAS DURANTE O CON OCASIÓN DE LA VISITA	
FECHA PRESENTACIÓN DEL INFORME	

3.3.1.4 Base para la Elaboración de Informe de Registros Audiovisuales

INSTANCIA O NIVEL DE GESTIÓN	<i>[Mesa Comunal/Provincial – Comité Municipal Técnico/Estratégico/Subterritorial (según corresponda)]</i>			
TIPO DE REGISTRO	Fotográfico	Video	Audiovisual	Otro
OBJETIVO O MOTIVO DEL REGISTRO				
FECHA O PERÍODO EN QUE SE REALIZÓ LA VISITA				
RESPONSABLE DEL INFORME	Nombre		Firma	
OTROS PARTICIPANTES DEL REGISTRO				
ADJUNTA ARCHIVOS DIGITALES IMPRESOS U OTROS	SÍ	NO	TIPO DE ARCHIVO(S) ADJUNTO(S)	
DESCRIPCIÓN NARRATIVA (CUALITATIVA) DE LO REGISTRADO				

DESCRIPCIÓN CUANTITATIVA DE LO REGISTRADO (SI CORRESPONDE)
INDIVIDUALIZACIÓN DE LOS PRINCIPALES REGISTROS OBTENIDOS
PRINCIPALES OBSTACULIZADORES O LIMITANTES AL PROCESO DE REGISTRO
OTRAS CONSIDERACIONES RELEVANTES DE INFORMAR ACONTECIDAS DURANTE O CON OCASIÓN EL REGISTRO

FECHA PRESENTACIÓN DEL INFORME	
---------------------------------------	--

3.3.1.5 Justificación Fundada de Inasistencia a Reunión de Trabajo Gobernanza

INSTANCIA O NIVEL DE GESTIÓN	<i>[Mesa Comunal/Provincial – Comité Municipal Técnico/Estratégico/Subterritorial (según corresponda)]</i>
-------------------------------------	--

JUSTIFICACIÓN FUNDADA DE INASISTENCIA A REUNIÓN		
Nombre	Institución y/o Cargo	Firma

FECHA DE LA INASISTENCIA	
---------------------------------	--

MOTIVO DE LA INASISTENCIA	
----------------------------------	--

3.3.2 Informes Asociados al Otorgamiento o Postulación a la Distinción Municipalidad Turística

Se establece –para este caso específico- la plena adhesión a los informes y formatos que para tales efectos exija el Servicio Nacional de Turismo.

3.3.4 Informes Asociados a Requerimientos de la Autoridad Sanitaria, de Emergencia, Seguridad u otras que corresponda.

Se establece también para estos casos la plena adhesión a los informes y formatos que para tales efectos, por las respectivas autoridades sectoriales regionales, provinciales y/o comunales, según corresponda.

3.3 Propuesta de Metodología Participativa

Aquí se busca generar una metodología participativa, de carácter consultivo, que permita convocar a actores y/o representante comunitarios del territorio, no vinculados directamente a la actividad turística, pero que sin duda tienen y expresan opinión frente a ciertas temáticas sectoriales o relacionadas, la cual pueda ser considerada en el marco del trabajo y gestión de la Mesa Comunal de Turismo (MCT).

Tal propuesta, considera a lo menos las siguientes instancias de trabajo, a definir y/o convocar por la MCT, frente a las respectivas temáticas de análisis que vayan surgiendo durante su gestión sectorial, como, por ejemplo: en materia de inversiones y programas sectoriales, campañas comunicacionales, Seguridad Pública y otras.

Entre las instancias de trabajo inicialmente establecidas, se propone:

- **Conformación de Grupos y/o Mesas Temáticas de Trabajo:** a conformar con los actores o representantes comunitarios que correspondan a cada temática convocante
- **Realización de Reuniones Informativas:** a materializar en el marco de las distintas temáticas que vayan surgiendo.
- **Ejecución de Talleres:** de carácter informativo y/o consultivo
- **Aplicación de instrumentos consultivos:** tales como Encuestas, Entrevistas, Grupos Focales, etc.

- **Otros que la MCT determine**

Ello implica entender a la **Participación Social** como “proceso mediante el cual se dota de poder a las personas para que puedan movilizar sus capacidades, convertirse en actores sociales antes que en sujetos pasivos, manejar sus recursos, tomar decisiones y controlar las actividades que afectan a sus vidas”. Asimismo, como “Contribución de individuos o de grupos de la población activa, a la aceleración del desarrollo económico y social” (OIT, 1979).

Por otra parte, y para efectos de esta propuesta, se entenderá por **Metodología Participativa** a aquel “Enfoque sistemático que busca fomentar en las personas las diferentes formas de adquirir conocimientos y capacidades que les permitan tener una visión amplia de la realidad y controlar o decidir sobre actividades que les afectan” (PRODETUR, 2021).

Para los fines señalados, se establece la siguiente relación de entidades comunitarias locales, entendida ésta como referencial y en ningún caso exhaustiva, a las cuales acudir para materializar Grupos y Mesas de Trabajo, Reuniones, Talleres, aplicación de Instrumentos y otras. A saber:

- COSOC
- Juntas de Vecinos (sectores urbanos y rurales de la comuna)
- Clubes de Adultos Mayores
- Clubes Deportivos
- Organizaciones Juveniles
- Organizaciones de Mujeres
- Sindicatos u otras entidades gremiales locales
- Comités de Adelanto y otras organizaciones funcionales de la comuna
- Comités de Emergencia
- Otros

De esta manera, conforme a la temática que corresponda, se convocará a las organizaciones entendidas como pertinentes a la misma. Se trata en definitiva de instancias participativas de convocatoria temporal, mientras se informa, trabaja y/o consulta acerca de la materia específica que las convoca. Ello, a partir y en el orden, de las siguientes actividades principales:

- a) Discusión temática inicial al interior de la Mesa Comunal de Turismo

- b) Definición por parte de la MCT, de necesidad de convocatoria/consulta participativa
- c) Definición de la forma de convocatoria o consulta (Grupo o Mesa de Trabajo, Reunión, Taller, Encuesta, etc.)
- d) Definición de actores locales a convocar frente a dicha temática
- e) Convocatoria a actores locales definidos
- f) Ejecución de la instancia participativa o de consulta establecida
- g) Registro escrito y audiovisual de la instancia realizada (a manera de evidencia y/o de levantamiento de información)
- h) Elaboración y suscripción de Acta de Temas Tratados, Acuerdos y Compromisos
- i) Seguimiento y evaluación de la ejecución y resultados de la instancia participativa/consultiva
- j) Retroalimentación a la MCT de cada actividad y principales conclusiones y resultados logrados

Se establece finalmente la determinación y uso de técnicas participativas mínimas a utilizar, según corresponda a cada tipo de instancia de trabajo definida. Todo ello, en el marco de un **Proceso de Consulta** (que en sí mismo es una técnica), el cual se entiende como aquel que *“garantiza que en un plan o estrategia a largo plazo se incorporen los intereses de todos los actores claves a lo largo del ciclo del proyecto. A través del Proceso de Consulta se crea un ambiente de intercambio entre todos los actores identificándose elementos de consenso que más tarde se usan para establecer una ‘agenda de acción’ donde se incluyan todos los actores claves” (PRODETUR.2021).*

En dicho contexto, el denominado Proceso de Consulta implica tres momentos esenciales de trabajo: Información, Análisis y Conclusiones. Asimismo, los siguientes elementos clave, imprescindibles de considerar:

- Gran variedad de representantes
- Preparación de la consulta
- Rol del facilitador
- Identificación de las propuestas
- Reconocimiento de conflictos

Por otra parte, cabe consignar una base preliminar de técnicas participativas que se propone utilizar, en las instancias de trabajo anteriormente enunciadas. Entre ellas destacan las siguientes:

- Sociogramas
- Entrevista semiestructurada
- Encuestas/Cuestionarios (de respuesta colectiva o individual)
- Grupos focales y/o grupos especializados
- Estudios de casos y relatos
- Modelos y mapas participativos
- Presentaciones y análisis compartidos
- Otras

Finalmente, señalar que será la Mesa Comunal de Turismo, conforme a la respectiva temática en análisis -en cuanto justificación de la convocatoria e instancia de trabajo-, la que determinará los Términos de la Convocatoria (tema, lugar, fecha y hora); Responsable de la misma; Organizaciones y/o representantes convocados; Requerimientos materiales, humanos y económicos; Metodologías y técnicas participativas a utilizar; otros.