Salamanca
TU COMUNA

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PLADETUR

OFICINA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL
ÁREA TURISMO

MUNICIPALIDAD
SALAMANCA

I.MUNINICIPALIDAD DE SALAMANCA
ALCALDIA

(Aprueba Plan de Desarrollo Turístico, comuna de Salamanca)

Salamanca, 19 de Marzo de 2021.-

DECRETO N° 427 /

VISTOS :

Las necesidades del Servicio;
El acuerdo del Concejo Municipal de Salamanca tomado en la 8ª. Sesión Ordinaria de fecha 4 de marzo de 2021;
Y, en uso de las facultades que me confieren los artículos 5°, 12, 15, 56 y 63, de la Ley n° 18.695, Orgánica Constitucional de Municipalidades.

D E C R E T O

1.- **APRUEBASE** el Plan de Desarrollo Turístico - PLADETUR - de la comuna de Salamanca.

Anótese, comuníquese y publíquese en los medios oficiales municipales.

I. MUNICIPALIDAD DE SALAMANCA ★ ALCALDE ★

VICTOR ARAYA ARAYA
ALCALDE DE SALAMANCA
SUBROGANTE

I. MUNICIPALIDAD DE SALAMANCA ★ SECRETARIO ★

JOSE M. CRUZ BARRAZA
SECRETARIO MUNICIPAL

VAA/JMCB/jmcb.

ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE SALAMANCA

OFICINA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

ÁREA TURISMO

TOMO III

PLADETUR COMUNA DE SALAMANCA

SALAMANCA – CHILE

2021

© Municipalidad de Salamanca, 2021

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial del documento.

RESUMEN

El Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) de la comuna de Salamanca se elaboró por parte del equipo profesional de la I. Municipalidad de Salamanca, en tres etapas; el primer tomo es el estudio para la elaboración de una metodología el que consideró perspectiva teórica, revisión de literatura y análisis de planes turísticos nacionales. El segundo tomo es la estructura metodológica del PLADETUR el que proporciona un diseño que va acorde con las necesidades de la comuna y se fundamenta en el resultado de una investigación previa. Y el tercer tomo es el que se presenta en este documento, PLADETUR Comuna de Salamanca, tomando como referencia el documento "Orientaciones para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico en Destinos Turísticos" elaborado por SERNATUR.

La existencia de una correcta planificación del turismo, surge como una necesidad evidente si el objetivo primordial es diversificar la economía local, en donde considera al turismo como una actividad económica, social, cultural y medioambiental, de carácter transversal a la producción general de un territorio, que ofrece importantes oportunidades de crear emprendimientos, fomentar el desarrollo sustentable, de fortalecer la identidad local, generar demanda de mano de obra y contribuir a promover la igualdad entre hombres y mujeres.

El PLADETUR de Salamanca se encuentra estructurado en siete capítulos y destaca principalmente por ser una investigación participativa en donde se busca poder identificar la realidad local de la comuna y en función de esta información desarrollar planes y programas estratégicos orientados específicamente a los potenciales del territorio.

Como se dijo anteriormente el PLADETUR incorpora un análisis permanente de antecedentes e información que direccionan el desarrollo del sector turístico a nivel local. Acción que incorpora herramientas de levantamiento de información como encuestas, estudios, catastros, entre otros, elementos que le permiten evaluar la oferta turística e ir adecuándola a las expectativas del turista y enfocándose a las condiciones turísticas de la comuna.

Después de realizados los estudios y detectados los principales problemas se establece un plan estratégico el cual se divide en ocho lineamientos teniendo en cuenta que cada uno de estos tiene sus respectivos responsables, acciones y presupuestos, estos lineamientos se desprenden de cinco áreas estratégicas, siendo la inversión y fomento productivo, promoción y marketing, desarrollo sostenible, capital humano y fortalecimiento institucional, los pilares fundamentales de este instrumento de planificación.

Para la Municipalidad de Salamanca y los actores que participan activamente en el rubro, el turismo se ha convertido en uno de los sectores con mayores condiciones de desarrollo, capaz de promover el dinamismo de la actividad económica y social, en coherencia con la diversidad y abundancia de sus atractivos. Así mismo se reconoce a nivel nacional que el turismo puede ser una actividad preponderante para el crecimiento de algunas comunas, considerando que los distintos actores ya sean directos e indirectos del turismo deben tener una visión y gestión integral actuando desde lo estratégico y operativo para la obtención de efectos concretos y sostenibles en el tiempo

En relación a estos argumentos se genera una estratégica que logre de manera eficiente fomentar el desarrollo turístico considerando la competitividad sectorial, la sustentabilidad, la participación ciudadana y la gestión turística municipal.

Palabras claves: PLADETUR, metodología, investigación, estudio, atractivos, procedimiento, selección, encuesta, cualitativo, cuantitativo, catastro, análisis, FODA, inversión.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL. 1
1.1 Marco Teórico. 1
1.1.1 El Turismo en Chile. 1
1.1.2 El Turismo en la Región de Coquimbo. 3
1.1.3 Salamanca como Destino Turístico. 9
1.1.4 La Generación de un PLADETUR para las Comunas. 9
1.1.5 Planificación Estratégica 11
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DEL ESTUDIO. 13
2.1 Caracterización de la Investigación. 13
2.1.1 Descripción del Objeto en Estudio. 13
2.2 Definición y Procedimiento de Muestreo. 14
2.2.1 Selección de la Muestra 14
2.2.2 Caracterización de la Muestra en Estudio. 19
2.3 Criterios y Procedimientos Utilizados para la Selección. 20
2.3.1 Métodos y Técnicas de Investigación. 20
2.3.2 Caracterización del Instrumento 21
2.4 Análisis de Datos. 28
2.4.1 Análisis de Datos Cuantitativos. 28
2.4.2 Análisis de Datos Cualitativos. 28
2.5 Etapas de la Investigación. 28
2.5.1 Etapas del Estudio. 29
2.5.2 Carta Gantt. 29
CAPÍTULO 3: ORGANIZACIÓN DE ASOCIACIÓN DE LOS GRUPOS LOCALES. 30
3.1 Determinar Alcance del Plan. 30
3.2 Identificación de Actores. 30
3.3 Estructura de Gestión para la Ejecución del Plan. 37
3.3.1 Estructura Participativa del Plan de Trabajo. 37
3.4 Grupos de Trabajo. 38
3.4.1 Configuración de la Mesa de Trabajo. 38
3.4.2 Objetivo de Trabajo Participativo. 39
3.5 Perspectiva del Trabajo Comunitario. 39
3.5.1 Comunidad Local. 39

3.6 Análisis de Temas Claves con la Comunidad. 40
3.6.1 Identificación de Temas Claves con la Comunidad. 41
3.7 Determinar los Niveles de Participación. 42
CAPÍTULO 4: DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO. 44
4.1 Diagnostico Socio - Territorial y Características de la Comuna. 44
4.1.1 Antecedentes Generales de la Comuna de Salamanca. 44
4.1.2 Análisis Territorial del Destino. 46
4.1.3 Análisis de la Población Residentes. 54
4.1.4 Análisis Socioeconómico. 59
4.1.5 Estilos de Vida. 64
4.2 Diagnóstico Turístico de la Comuna. 65
4.2.1 Encuestas. 66
4.2.2 Cuestionario. 70
4.2.3 Identificación y Evaluación de los Recursos Turísticos. 74
4.2.4 Identificación de Actividades Turísticas, Según Tipos de Turismo. 81
4.2.5 Identificación del Equipamiento e Instalaciones Turísticas. 87
4.2.6 Análisis de Instalaciones de Recurso Turístico. 95
4.2.7 Situación del Medio Ambiente Turístico. 102
4.2.8 Institucionalidad de Apoyo para la Actividad Turística. 117
4.2.9 Infraestructura Complementaria. 125
4.3 Análisis de la Demanda Turística. 130
4.3.1 Análisis Módulo de Información Turística. 130
4.3.2 Análisis Programas Viajes Tercera Edad SERNATUR. 133
CAPÍTULO 5: ANÁLISIS Y EVALUACIÓN TÉCNICA. 134
5.1 Análisis FODA. 135
5.1.1 Análisis de los Resultados. 145
5.1.2 Conclusión. 148
5.2 Árbol de Problema y Árbol de Objetivo. 149
5.2.1 Árbol de Problema. 149
5.2.2 Árbol de Objetivos. 151
5.3 Definición de Imagen Objetivo-Misión y Visión. 156
5.3.1 Imagen Objetivo. 156
5.3.2 Definición de la Misión. 156
5.3.3 Misión. 156
5.3.4 Definición de la Visión. 156

5.3.5 Visión. 157
5.3.6 Definición de la Imagen Objetivo. 157
5.3.7 Imagen Objetivo. 157
5.3.8 Objetivo General. 158
CAPITULO 6. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMUNA DE SALAMANCA. 159
6.1 Planificación Estratégica. 159
6.2 Formulación de una Estrategia de Desarrollo. 159
6.2.1 Análisis de Brechas para la Formulación de los Lineamientos Estratégicos. 161
6.3 Definición de Lineamientos Estratégicos para el Desarrollo del Turismo. 166
6.3.1 Matriz de Planificación para el Cumplimiento de Lineamientos Estratégicos. 170
6.4 Presupuesto para el Cumplimiento de los Lineamientos Estratégicos. 217
6.4.1 Presupuesto Total. 217
6.4.2 Presupuesto según gestión Municipal. 217
6.4.3 Presupuesto según Gestión de Proyectos. 217
6.4.4 Presupuesto Según Aportes Privados. 217
6.5 Sistema de Seguimiento. 218
6.5.1 Estructura de Control de Gestión. 218
6.5.2 Indicadores. 220
6.6 Integración del Plan a los Mecanismos y Procesos Operativos de los Municipios que Integran el Destino. 221
6.6.1 Ordenanzas Comunales Directamente Relacionadas con el Turismo. 222
6.6.2 Ordenanzas y Documentos de Planificación Identificados en la Comuna de Salamanca. 223
CAPÍTULO 7: EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN. 231
7.1 Revisión de los Avances del Plan: Control de Gestión. 231
7.2 Desarrollar un Sistema Efectivo de Información del Plan. 234
7.2.1 La información Turística. 234
7.2.2 Sistema de Información Turística 234
7.2.3 Etapas de Implementación: 235
7.2.4 La Gestión de la Información. 236
7.3 Retroalimentación con la Comunidad. 236
8 Bibliografia 237

Índice de Tablas

Tabla N° 1: Cartera de Proyectos del Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo.. 8
Tabla N° 2: Equipo Responsable. 15
Tabla N° 3: Encuestas Nivel Urbano. 15
Tabla N° 4: Encuestas Nivel Rural. 16
Tabla N° 5: Equipo Responsable. 16
Tabla N° 6: Detalle del Instrumento: Entrevista..... 16
Tabla N° 7: Detalle Personas Entrevistadas. 16
Tabla N° 8: Detalle del Instrumento: Focus Group..... 17
Tabla N° 9: Detalle de Participantes. 18
Tabla N° 10: Detalle de Instrumento: Cuestionario escala de Likert. 19
Tabla N° 11: Detalles del Instrumento: Catastro..... 19
Tabla N° 12: Focus Group. 25
Tabla N° 13: Etapas de la Investigación. 29
Tabla N° 14: Carta Gantt. 29
Tabla N° 15: Alcances del Plan..... 30
Tabla N° 16: Actores Internos de la Municipalidad. 31
Tabla N° 17: Actores Externos..... 32
Tabla N° 18: Otros Actores Externos. 33
Tabla N° 19: Niveles de Participación. 43
Tabla N° 20: Distancias desde Salamanca a Localidades. 49
Tabla N° 21 Rutas Principales. 49
Tabla N° 22: Temas Abordados en las Encuestas y Cuestionarios Aplicados a los Actores Locales. 66
Tabla N° 23: Resumen de Recursos Turísticos. 75
Tabla N° 24: Criterios de Calidad y Significancia de los Recursos Turísticos. 78
Tabla N° 25 : Evaluación del Recurso Turístico Según Tipo de Jerarquía. 78
Tabla N° 26: Actividades Turísticas. 83
Tabla N° 27: Universo de Alojamientos en Salamanca y Alrededores. 88
Tabla N° 28: Servicios de Alojamiento Inscritos en SERNATUR. 90
Tabla N° 29: Universo de Restaurantes en Salamanca. 92
Tabla N° 30: Servicios de Restaurantes Sector Urbano y Rural 92
Tabla N° 31: Registros Servicios de Alimentación en SERNATUR. 93
Tabla N° 32: Agencias y Operadores Patentes Municipales e Inscritas en SERNATUR. 95
Tabla N° 33: Instalaciones Turísticas..... 96
Tabla N° 34: Destinos turísticos Región de Coquimbo. 119
Tabla N° 35: Mecanismos de Financiamiento y Asistencia Técnica. 123
Tabla N° 36: Infraestructura Pública Existente en las Localidades de Salamanca. 125
Tabla N° 37: Diagnóstico de Transporte en Salamanca, 2019. 128
Tabla N° 38: FODA Entrevistas..... 135
Tabla N° 39: Estudio FODA a los Actores Relevantes para el Desarrollo del Turismo Local. 136
Tabla N° 40: Criterios de Análisis FODA. 138
Tabla N° 41 Análisis FODA. 139
Tabla N° 42: Calculo Criterios FODA. 143

Tabla N° 43: Cálculo de Análisis Global de Actuación de Variables Internas y Externas. 144
Tabla N° 44: Cálculo del Balance Estratégico de Criterios. 145
Tabla N° 45: Elaboración de Brechas para los Lineamientos Estratégicos. 161
Tabla N° 46: Acciones para el Cumplimiento de los Lineamientos Estratégicos. 166
Tabla N° 47: Lineamiento estratégico: Fortalecimiento de la Oferta Turística a través de Instrumentos y Programas de Fomento. 170
Tabla N° 48: Carta Gantt de Acciones. 175
Tabla N° 49: Lineamiento Estratégico; Desarrollo de Productos Turísticos (Potenciar, proteger y preservar la puesta en valor de los recursos turísticos). 176
Tabla N° 50: Carta Gantt de Acciones. 179
Tabla N° 51: Lineamiento Estratégico; Potenciar la Cooperación entre Actores Relevantes, Públicos y Privados para el Desarrollo del Turismo Local. 180
Tabla N° 52: Carta Gantt con Acciones. 185
Tabla N° 53: Lineamiento Estratégico; Potenciar la Promoción y Posicionamiento de las Actividades y Atractivos Turísticos de la Comuna a Nivel Local, Regional, Nacional e Internacional. 186
Tabla N° 54: Carta Gantt con Acciones. 193
Tabla N° 55: Lineamiento Estratégico; Mejoramiento de la Competitividad y Calidad del Servicio Turístico. 195
Tabla N° 56: Carta Gantt con Acciones. 198
Tabla N° 57: Lineamiento Estratégico; Fomentar la Educación sobre el Patrimonio Cultural y Natural Local en Relación con la Actividad Turística para establecimientos educaciones y ciudadanía en general. 198
Tabla N° 58: Carta Gantt con acciones. 201
Tabla N° 59: Lineamiento estratégico; Desarrollo sostenible de las actividades en los atractivos naturales y culturales del territorio. 202
Tabla N° 60: Carta Gantt con acciones 209
Tabla N° 61: Lineamiento estratégico; Mejorar las condiciones de desarrollo institucional, el ordenamiento y fiscalización de las actividades turísticas. 210
Tabla N° 62: Carta Gantt con acciones. 215
Tabla N° 63: Procesos Operativos de la Comuna de Salamanca. 223
Tabla N° 64: Análisis PLADECO. 224
Tabla N° 65: Ordenanzas Municipales Relacionadas con el Turismo. 226
Tabla N° 66: Matriz de Seguimiento. 231
Tabla N° 67: Evaluación de Gestión. 232
Tabla N° 68: Matriz de Seguimiento del PLADETUR. 232

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1: Registro Mensual de Precipitación. 48
Gráfico N° 2: Indicador Zona Urbana y Zona Rural. 55
Gráfico N° 3: Población Rural por Valle. 55
Gráfico N° 4: Indicador Según Edad. 56
Gráfico N° 5: Indicador Según Género. 57

Gráfico N° 6: Indicador Según Etnia. 58
Gráfico N° 7: Población Carente de Servicios Básicos y Hogares Hacinados..... 60
Gráfico N° 8: Población Según Organizaciones Sociales y Comunitarias..... 61
Gráfico N° 9: Número de Empresas Según Tamaño..... 62
Gráfico N° 10: Número de Empresas Según Rubro Económico..... 63
Gráfico N° 11: Número de Trabajadores Según Rubro Económico. 63
Gráfico N° 12: Resumen de Recursos Turísticos..... 76
Gráfico N° 13: Se presentan los Recursos Turísticos de la Comuna Según la Jerarquización: 81
Gráfico N° 14: Alojamientos Turísticos..... 89
Gráfico N° 15: Alojamientos Registrados en SERNATUR..... 91
Gráfico N° 16: Servicios de Alimentación de la Comuna..... 93
Gráfico N° 17: Restaurantes Inscritos en SERNATUR. 94
Gráfico N° 18: Atractivos Turísticos Según Tipos de Propiedad. 102
Gráfico N° 19: Atractivos Turísticos según Valles. 102
Gráfico N° 20: Señalética según Atractivos Turísticos..... 103
Gráfico N° 21: Porcentaje de Conservación según Atractivos Turísticos..... 104
Gráfico N° 22: Atractivos Naturales según Tipo de Propiedad. 105
Gráfico N° 23: Atractivos Naturales según Valles..... 105
Gráfico N° 24: Señalética según Atractivos Naturales. 106
Gráfico N° 25: Porcentaje de Conservación según Atractivos Naturales. 107
Gráfico N° 26: Atractivos Naturales según Áreas Protegidas..... 108
Gráfico N° 27: Atractivos Culturales según Tipo de Propiedad. 109
Gráfico N° 28: Atractivos Culturales según Valles..... 110
Gráfico N° 29: Señalética según Atractivo Cultural. 111
Gráfico N° 30: Conservación según Atractivos Culturales..... 112
Gráfico N° 31: Porcentaje de Protección según Atractivo Cultural..... 113
Gráfico N° 32: Eventos Culturales según Tipo de Propiedad. 114
Gráfico N° 33: Eventos Culturales Según Valles..... 115
Gráfico N° 33: Folklore Según Valles. 116
Gráfico N° 35: Infraestructura Pública..... 126
Gráfico N° 36: Lugar de Procedencia del Turista. 130
Gráfico N° 37: Área de Interés..... 131
Gráfico N° 38: Procedencia de Turistas..... 132
Gráfico N° 39: Satisfacción General del Turista..... 133
Gráfico N° 40: Disposición a Pagar más Dinero..... 133
Gráfico N° 41: Interés por Viajar al Destino Salamanca sin el Subsidio de SERNATUR. 134
Gráfico N° 42: Balance Estratégico. Factor de Optimización y de Riesgo por Criterio. 146
Gráfico N° 43: Ponderación de Importancia Variables de Actuación de Servicio de Alimentación. 147
Gráfico N° 44: Ponderación de Importancia Variables de Actuación Servicio de Alojamiento..... 148

Índice de Ilustraciones

Ilustración N° 1: Encuesta. 22
Ilustración N° 2: Entrevista. 23
Ilustración N° 3: Cuestionario. 24
Ilustración N° 4: Catastro (cicatur). 26
Ilustración N° 5: Mapa Político Provincial. 46
Ilustración N° 6: El sistema ambiental al 2020. 53

Índice de esquemas:

Esquema N° 1: Estructura Participativa del Plan de Trabajo. 38
Esquema N° 2: Implementación y Gestión. 42
Esquema N° 3: Árbol de Problemas. 152
Esquema N° 4: Árbol de Objetivo. 154
Esquema N° 5: Estructura de la Mesa para el Desarrollo del Turismo. 220
Esquema N° 6: Proceso de Control. 233

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.

1.1 Marco Teórico.

En este apartado se presenta una de las fases más importantes del Plan de desarrollo turístico, el cual consiste en desarrollar la teoría que fundamenta la investigación y en donde se reúne información, ligada e interrelacionada coherentemente con el desarrollo de la actividad turística a nivel nacional, regional y local, de manera que es el sustento, que respalda el trabajo de investigación y que permite ser la base para desarrollar este PLADETUR.

1.1.1 El Turismo en Chile.

El análisis de la industria del turismo en Chile y a nivel mundial registran que Chile es un actor pequeño en el contexto mundial, aportando un 0,3% a las llegadas internacionales y un 0,2% al gasto internacional en turismo (Organización Mundial del Turismo, OMT). No obstante, lo anterior, el turismo se ha transformado en el 4° sector exportador de Chile (después de las industrias de minería, frutícola y de celulosa y papel) y representa el 5% de sus ingresos (equivalentes a 2.357 millones de dólares sólo por concepto del turismo receptivo). El turismo interno es parte vital de la industria turística, ya que ayuda a sostener los negocios turísticos durante la temporada media y baja, le da mayor dinamismo a la industria y genera una plataforma para el desarrollo de oferta turística exportable. Considerando todas las actividades ligadas al turismo interno, receptivo y emisivo, se estima que esta industria genera aproximadamente USD 11 mil millones de ingresos para Chile.

Para un horizonte más largo de tiempo, específicamente para el período 2010-2020, la OMT proyecta que el crecimiento global de las llegadas internacionales continuará a un paso más moderado (4% anual). Lo anterior, significa un aumento promedio anual de alrededor de 40 millones de llegadas anuales, llegando cerca de los 1,4 miles de millones de llegadas internacionales hacia 2020. Es decir, se espera un aumento de prácticamente un 50% en los viajes internacionales y para el 2030, estos se habrán casi duplicado. Por último, la OMT espera que las llegadas internacionales a las economías emergentes continúen creciendo cerca del doble de rápido que a las de economías avanzadas, pasando las primeras a recibir un mayor número de llegadas internacionales a partir del 2015. La región sudamericana, entre 2010 y 2020, presentaría una tasa esperada de crecimiento anual del 5%, superando a la media mundial de 4%. Las llegadas internacionales anuales aumentarían de 24 a 40 millones para el 2020. (Estrategia Nacional de Turismo, 2012, p.23)

En definitiva, se puede decir que el turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo y Chile no es la excepción en esta materia. Actualmente, la industria turística nacional ha dejado de ser una actividad de menor relevancia, contribuyendo con un 3,23% al PIB al año 2010 y constituyendo una importante fuente de empleo. El turismo es, además, el principal promotor de la conservación del medio ambiente y del patrimonio y la identidad cultural de las comunidades, elementos que constituyen su materia prima y fundamentan su enorme atractivo. Es por esto que, a través del turismo, se pueden llevar a la práctica los valores que inspiran la sustentabilidad y transmitir dichos valores al resto de la sociedad.

Chile tiene una enorme responsabilidad en el desarrollo del sector turístico, debiendo alcanzar una posición de liderazgo y convertirse en un destino de clase mundial. Para alcanzar estas metas, se debe dar paso a la consolidación de un proceso de cambios y transformaciones, etapa que comenzó en febrero de 2010 con la publicación de la primera Ley de Turismo. La Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo crea el Comité de Ministros para el Turismo, una Subsecretaría para el sector y tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales. (Estrategia Nacional de Turismo, 2012, p.18)

Para desarrollar el potencial de la industria del turismo en Chile nace La Estrategia Nacional de Turismo 2020, la que se sustenta 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. Además, establece los siguientes objetivos estratégicos:

1.- Aumentar la importancia que tiene el turismo en la economía nacional. Esto se debe traducir concretamente en duplicar la contribución directa del turismo al PIB, pasando del 3,2% del 2011 al 6% en el año 2020.

2.- Promover la creación de un gran número de pequeñas y medianas empresas, especialmente en regiones. Esto se debe traducir concretamente en generar 40.000 nuevos empleos directos y 160.000 empleos indirectos al 2020.

3.- Aumentar la llegada de turistas extranjeros. Esto se debe traducir concretamente en incrementar en un tercio la llegada de visitantes al 2014, pasando de los 3 millones actuales a 4 millones a fines del año 2014 y, adicionalmente, llegar a 5,4 millones de turistas al 2021, elevando su gasto promedio en un 50%. (Estrategia Nacional de Turismo, 2012, p.17)

La ejecución de la Estrategia contempla grandes desafíos al país para mejorar su competitividad. A nivel global, Chile debe adaptarse y hacer frente a las nuevas tendencias mundiales del turismo; los efectos del cambio climático; las inesperadas catástrofes naturales; las restricciones de capacidad del transporte aéreo; las eventuales crisis económicas de los países emisores; las fluctuaciones del tipo de cambio y el precio del petróleo, entre otras. A nivel nacional, destacan las necesidades de: aumentar la efectividad de la promoción para así mejorar el posicionamiento de Chile internamente y en el exterior; incorporar prácticas sustentables en la industria del turismo con foco en la protección del medio ambiente, el patrimonio cultural y la participación de la comunidad con el objetivo de mantener y realzar los atractivos turísticos de forma responsable; aumentar los incentivos al emprendimiento para fomentar la inversión en el sector, la creación de nuevos empleos, el desarrollo de nuevos productos y destinos; asegurar un servicio turístico de calidad con foco en la capacitación del capital humano y garantizar la existencia de la infraestructura pública necesaria; y optimizar la coordinación interministerial para asegurar el desarrollo armónico del turismo en todo el territorio nacional e impulso de políticas públicas que mejoren las condiciones para la actividad.

La superación de estos desafíos involucra a personas, instituciones y empresas de los más diversos sectores de nuestra sociedad. Un pequeño local de artesanía en una comunidad rural del altiplano, el restaurante de una caleta pesquera en la zona central, el funcionario de una oficina de información turística, la autoridad que supervisa el cumplimiento de normas sanitarias en hoteles y restaurantes,

el servicio de transporte entre los lagos del sur, un hotel de lujo en la Patagonia, un ciudadano dando direcciones a un turista son parte de esta industria. Estamos todos invitados a participar de su desarrollo, teniendo en nuestras manos la tarea de trabajar colectivamente para obtener del turismo el máximo valor que éste pueda entregarle al país dentro de un marco de desarrollo sustentable, y para ello esta Estrategia contiene 46 líneas de acción concretas para lograr los objetivos trazados. (Estrategia Nacional de Turismo, Chile, 2012-2020)

En los últimos años como resultado de la Estrategia Nacional de Turismo y en conjunto con otras iniciativas, han alcanzado las metas propuestas, logrando que la industria del turismo en Chile al año 2016 aporte un 11,2% del PIB nacional, superando los servicios empresariales (11,1%), manufactura (10,4%) y minería (8,2%) según cifras entregadas por Sofofa. Considerando además que según los objetivos estratégicos de la estrategia nacional establecían alcanzar un crecimiento del 6 % al año 2020. (Cristi Cabello Oscar. (2018). La importancia del aporte del turismo para el desarrollo económico).

1.1.2 El Turismo en la Región de Coquimbo.

Este apartado contiene la Estrategia Regional de Desarrollo 2020 de la región de Coquimbo en donde se muestran los lineamientos y objetivos de esta estrategia, la Política Regional de Innovación en Turismo (PRIT), además se expone el Plan Especial de Infraestructura Ministerio de Obras Públicas de Apoyo al Turismo Sustentable al 2030, donde se toman los objetivos para impulsar una cartera de proyectos de inversión en infraestructura de competencia del Ministerio de Obras Públicas (MOP) entre otros planes, para impulsar el desarrollo del turismo en la Región de Coquimbo y sus comunas.

1.1.2.1 Estrategia Regional de Desarrollo 2020, Región de Coquimbo.

La Estrategia Regional de Desarrollo, (ERD) se estructura en base al Índice de Contenidos y de Figuras, la Presentación e Introducción al documento; un Primer Capítulo, referido al análisis estructural que contiene las variables clave asociadas a cada uno de los sistemas identificados en la región; un Segundo Capítulo, que incluye el diagnóstico de los escenarios tendenciales por sistema con pautas sobre el comportamiento de la región hasta el año 2020, como una forma de anticiparse a las problemáticas y a las oportunidades que se presentarán en el futuro; un Tercer Capítulo que se refiere al escenario deseado en el horizonte planteado en esta actualización de la ERD, es decir, lo que se espera como región para el año 2020; en el Cuarto Capítulo se define el proyecto de región que se busca construir, incluyendo la Visión de la Región de Coquimbo al año 2020, los lineamientos y objetivos estratégicos que dan cuenta del diagnóstico de la realidad actual y que guiarán el desarrollo regional hasta el año 2020; finalmente, en el Quinto Capítulo se incluye la propuesta de gestión para el seguimiento de la aplicación de la ERD.

El diseño de los lineamientos y objetivos de la ERD asume de modo implícito la necesidad de mirar estos sub-territorios desde la perspectiva del desarrollo endógeno, esto es, desde los lugares y la territorialidad que ellos desencadenan, entendida esta última como la manifestación más excelsa de la relación de las personas con el espacio que habitan.

Esta forma de desarrollar la estrategia, priorizando la mirada territorial, tiene la ventaja de potenciar una acción institucional de carácter transversal, en la que los esfuerzos de cada uno de los actores que impulsan dicha acción, se complementan para el desarrollo de un sub-territorio.

El cruce de la mirada territorial con la mirada sectorial o temática permite no sólo dinamizar la acción pública en la región, sino sobre todo mejorar la coherencia entre las distintas iniciativas que se lleven a cabo.

En relación a la propuesta, la Estrategia Regional plantea:

La desagregación de los lineamientos estratégicos, necesaria para construir la nueva ERD al 2020, favorece la integración de los distintos sistemas que conformaron la base del diagnóstico de la actualización de la ERD, al incorporar en cada uno de los lineamientos estratégicos algunos elementos que son parte de otros sistemas.

Por otra parte, se ha priorizado en la presentación de los lineamientos y objetivos de desarrollo de la Región de Coquimbo aquellos ámbitos donde la acción de la institucionalidad pública puede tener un real impacto.

La ERD ha definido para cada lineamiento, un conjunto de objetivos generales y específicos que guiarán los esfuerzos a emprender en el período de vigencia de la estrategia. Los seis lineamientos, con sus respectivos objetivos generales y específicos, dan cuenta del conjunto de brechas y tendencias identificadas en cada uno de los sistemas que se analizaron como parte del diagnóstico, así como de las problemáticas identificadas en el análisis de los territorios estratégicos.

Los lineamientos estratégicos propuestos dan cuenta de estas dos miradas:

Lineamiento 1: la mirada territorial, se busca en primer lugar, un mayor equilibrio y sustentabilidad del territorio regional: que está orientado al sistema urbano regional; Lineamiento 2: que apunta al sector rural; y el Lineamiento 3: que apuesta al desarrollo del espacio costero. Esto se completa con Lineamiento 4: la mirada sectorial o temática, búsqueda de una mayor igualdad y cohesión social para reducir las brechas sociales, económicas, ambientales y culturales, a través de políticas sectoriales aplicadas al conjunto de la región.; el Lineamiento 5: dirigido a un crecimiento económico compatible con los recursos naturales; y el Lineamiento 6: que apunta a la identidad regional y la cohesión social.

En consecuencia, para contar con una región socialmente inclusiva y cohesionada y con una elevada calidad de vida (deseada por la mayoría de los habitantes), es necesario promover un crecimiento equilibrado del sistema urbano (lineamiento 1), un espacio rural con mayores oportunidades, mejores condiciones de vida y con apoyo a los polos secundarios (lineamiento 2), desarrollar una economía diversificada, compatible con la preservación de la base de recursos naturales (lineamiento 5). Además, se debe buscar una sociedad regional más inclusiva (lineamiento 4). Para lograr un crecimiento económico sostenido y diversificado, se necesita promover una economía compatible con la preservación de la base de recursos naturales y la búsqueda de una mayor calidad de vida (lineamiento 5) e intervenir en los tres planos: el espacio urbano (lineamiento 1), el rural (lineamiento 2) y el costero (lineamiento 3).

Para hacer buen uso de los recursos naturales y proteger el medio natural y su biodiversidad, es necesario facilitar el desarrollo de una economía que sea compatible con la preservación de la base

de recursos naturales y la potencie (lineamiento 5), que fortalezca la identidad y la cohesión social de la región (lineamiento 6).

Para favorecer una mayor calidad de vida, se debe facilitar el desarrollo de una economía que preserve y no comprometa la base futura de recursos naturales (lineamiento 5) e intervenir en tres planos: el espacio urbano (lineamiento 1), el rural (lineamiento 2) y el costero (lineamiento 3). Además, se debe desarrollar una sociedad regional más inclusiva (lineamiento 4).

Finalmente, la participación ciudadana y el buen gobierno deben ser un eje primordial y permanente de la Estrategia, gracias a formas de gestión, gobierno y administración socialmente incluyentes (lineamiento 6). (Estrategia Regional de Desarrollo, Chile, s.f.)

1.1.2.2 Política Regional de Innovación en Turismo.

Directamente en relación al contexto del turismo regional, la Política Regional de Innovación en Turismo es el resultado de cerca de un año de trabajo entre la institucionalidad, los empresarios, el gremialismo y todos aquellos actores que sintieron el compromiso de ser parte de un hito para la Región de Coquimbo.

Durante las últimas décadas, se ha realizado un esmerado trabajo por potenciar la industria turística regional, y al día de hoy, con este documento, se da inicio al trabajo cooperativo, cohesionado y vinculante de un sector que para alcanzar logros visibles debe fortalecer las instancias asociativas, cerrando brechas y apuntando a la equidad, competitividad, innovación y sustentabilidad de la actividad turística, como principios orientadores.

El resultado del diagnóstico fue un análisis desde distintos escenarios: político, económico, social, tecnológico/innovación y ambiental, que llevaron a concluir las brechas estratégicas que se deben minimizar o cerrar para tener un sistema turístico que funcione en base a un círculo virtuoso de competitividad.

En el ámbito político la principal conclusión está asociada a la imperiosa necesidad de generar una gobernanza que articule, aúne criterios y establezca un proceso consistente que lleve a un trabajo integrado y ordenado de cada uno de los municipios; como factor crítico para el desarrollo del turismo de manera competitiva, los actores públicos regionales y la incorporación del mundo privado; como actor fundamental para el éxito de la política pública. Sumado a lo anterior, y muy relacionado, está la necesidad de que cada comuna posea un instrumento de planificación, esto es, generar PLADETUR’s estratégicos que se vinculen a la PRIT.

El aspecto económico se encuentra asociado al desarrollo del sol y playa como el tipo de turismo más importante en la región, lo que implica una baja puesta en valor del resto del territorio y la sobre explotación de recursos en ciertas épocas, provocando escases de trabajo e ingresos en general en el resto del año. Por otro lado, la alta informalidad de los servicios turísticos provoca una competencia desleal para aquellos que cumplen con normas y leyes y lleva a un freno en el emprendimiento en torno a la actividad.

El ámbito social refleja un problema de capital social, el que, si bien existe, no ha sido fomentado en torno a una profesionalización, porque no estarían dadas las condiciones que lleven a su

resguardo y a incentivar su entrada a la industria. Esto trae consecuencias en varias temáticas, no obstante, una de las más plausibles es el desarrollo poco equitativo a nivel territorial.

La tecnología y la innovación existen en el territorio. La primera está presente en los empresarios de las ciudades más desarrolladas como La Serena y Coquimbo. En tanto, la innovación es parte de los empresarios rurales, quienes ostentan esta capacidad en su diario vivir, sin embargo, es necesario generar un cruce de las ideas que surgen con los programas asociados a nivel regional y nacional, con el fin de gatillar procesos que lleven a conformar una oferta atractiva y con capacidad para llegar a distintos mercados.

En este ámbito también se establece la problemática de la carencia de infraestructura habilitante y de puesta en valor de los territorios y recursos, en particular para diversificar, diferenciar y sofisticar la oferta, que son conceptos altamente valorados hoy en día en la dinámica de la industria del turismo.

Los elementos naturales son la base del ámbito ambiental, y si bien su importancia es muy alta, en turismo esto se lee como una oferta sin valor. Por lo anterior, es necesario aprovechar estos recursos, integrándolos con el patrimonio cultural sustentado en temáticas como la arquitectura, los sitios arqueológicos, la gastronomía y otros.

En base a este diagnóstico se establece la siguiente imagen objetivo:

El año 2025 la Región de Coquimbo estará posicionada de manera competitiva en el espectro nacional e internacional. La propuesta de valor estará argumentada en su patrimonio –natural y cultural- representado por sus cielos limpios, la amplitud de su costa, valles transversales productivos, arquitectura y personajes históricos, conceptos que contribuyen a la identidad regional. La diversificación y sofisticación de la oferta, se traducirá en experiencias memorables para los visitantes y aportarán al desarrollo sustentable de los territorios en un marco virtuoso de trabajo conjunto.

1.1.2.3 Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030

La Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y la Dirección de Planeamiento del Ministerio de Obras Públicas (MOP) presentan el "Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable al año 2030, Región de Coquimbo".

Este plan tiene por objetivo impulsar una cartera de proyectos de inversión en infraestructura de competencia del MOP que faciliten el desarrollo del turismo sustentable en la región.

La formulación de este Plan surge a partir de la implementación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, instrumento de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, impulsada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; y del Plan Chile 30/30 Obras Públicas y Agua para el Desarrollo, correspondiente al Ministerio de Obras Públicas.

Para ello, se aplicó un enfoque territorial que tomó como base los destinos turísticos priorizados en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable; los diferentes instrumentos de planificación vigentes y el desarrollo de un extenso proceso participativo, que involucró a actores claves de la actividad turística regional.

Finalmente, es preciso mencionar que producto del trabajo realizado se proponen nuevas tipologías de obras públicas que tienen relación con el sector turismo, las que deberán ser posteriormente reexaminadas en conjunto con las diferentes direcciones operativas del Ministerio de Obras Públicas, de modo tal de analizar la viabilidad de abordarlas por medio de los actuales o bien nuevos programas de inversión.

Dentro del Plan para la región de Coquimbo se destacan los siguientes proyectos para la comuna de Salamanca, ver Tabla N° 1.

Tabla N° 1: Cartera de Proyectos del Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo.

Cartera de proyectos del plan (comuna de Salamanca)								
Provincia	Comuna	Nombre iniciativa	Tipología	Unidad técnica MOP	Financiamiento	Destino turístico priorizado	Etapa	Plazo
Choapa	Salamanca	Construcción de centro de interpretación minero en Salamanca	Infraestructura de información y servicios turísticos	Arquitectura	Extra sectorial	Litoral Los Vilos - Pichidangui	Diseño y ejecución	Largo
		Construcción senda no motorizada de la ruta del Choapa (ex red ferroviaria)	Sendero interpretativo	Arquitectura	Extra sectorial	litoral Los Vilos - Pichidangui	Prefactibilidad	Mediano
		Mejoramiento / puesta en valor de patrimonio arquitectónico de Salamanca	Patrimonio	Arquitectura	Extra sectorial	Valle del Elqui	Ejecución	Largo
		Mejoramiento a ruta escénica turística en la cintura de chile, d-835, d-825, d-37-e, d-85	Ruta escénica	Vialidad	Sectorial	Litoral Los Vilos - Pichidangui	Diseño y ejecución	Largo
		Mejoramiento a ruta escénica, camino hacia Raja de Manquehua con senderos interpretativos	Ruta escénica	Vialidad	Sectorial	Litoral Los Vilos - Pichidangui	Diseño y ejecución	Largo
Fuente: MOP								

Nota: se entiende corto plazo a 2021; mediano plazo a 2026; y largo plazo a 2030.

1.1.3 Salamanca como Destino Turístico.

Dada la importancia de la industria turística en la última década en Chile y específicamente en la región de Coquimbo, es que surge la necesidad de que la comuna de Salamanca visualice en ella una gran oportunidad de crecimiento económico.

En línea con los diferentes planes, políticas y estrategias nacionales, regionales y comunales, es que precisamente en este último se toma como referencia el Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) de Salamanca 2017- 2021 el que considera 8 principios, siendo uno de estos el Desarrollo Económico Local diversificado. En este sentido, surge como una estrategia de crecimiento establecer el turismo como una de las principales actividades económicas de la comuna de Salamanca.

Si bien Salamanca ha realizado diferentes tipos de acciones en los últimos años en relación a fortalecer emprendimientos turísticos y visualizar los atractivos naturales con los que cuenta la comuna, resulta necesario efectuar un trabajo planificado, involucrando a los actores directos e indirectos del área turística, persiguiendo objetivos en común.

En relación a la demanda turística hoy las estadísticas indican que la comuna de Salamanca y al igual que otras comunas de la región no están consideradas en los instrumentos de medición según INE, sin embargo, a nivel comunal y en conjunto con SERNATUR regional se tiene conocimiento que la comuna es destino turístico de los programas intrarregionales para tercera edad.

De este análisis surge la necesidad de la creación de un PLADETUR, que deberá ser una carta de navegación que favorezca el desarrollo del turismo, que sirva de guía para el desarrollo turístico de la comuna de Salamanca en los próximos cuatro años, y sea el principio para instalar la industria turística en la zona. En donde el análisis de la oferta y demanda turística permitirá generar estrategias acordes a la realidad de la comuna. Incorporando además la participación ciudadana con diversos actores locales como elemento fundamental para construir y adoptar las distintas propuestas que darán cuerpo al plan comunal de desarrollo turístico.

Por lo tanto, esta herramienta de planificación participativa congrega todos los estudios para definir líneas de acción que fomentarán el desarrollo local y la promoción del turismo en la comuna como eje estratégico, estableciendo bases sólidas para impulsar un proceso de consolidación, a fin de potenciar el desarrollo turístico como una actividad relevante dentro de la comuna, basándose en las dimensiones económicas, sociales y culturales.

1.1.4 La Generación de un PLADETUR para las Comunas.

El alto crecimiento de la industria turística en el país y en la región de Coquimbo en los últimos 10 años, ha significado que esta se transforme en un área clave en el desarrollo de la economía local, por lo que resulta fundamental realizar un trabajo bajo una planificación estratégica que garantice un crecimiento sostenible y significativo en el tiempo.

Para la generación de un Plan de desarrollo turístico, SERNATUR propone el documento “Orientaciones para el diseño de un Plan de desarrollo turístico en destinos turísticos, PLADETUR”. Este documento no especifica una exacta metodología orientada a la creación de

dicho plan, “el documento más que entregar una receta, que en verdad no existe y que en la práctica no sería de mucha ayuda, se entrega una propuesta de planificación de desarrollo turístico comunal, la que de ser aplicada eficazmente dará muy buenos resultados en el desarrollo del turismo a nivel local y regional”. (Rivas, 2008, p.6).

Por su parte, cada comuna ha elaborado documentos (PLADETUR) de diferentes formas, con diferentes procesos y etapas, demostrando así la poca implementación de una metodología para llevar a cabo esta herramienta.

En el caso particular de la comuna de Salamanca y para dar este importante paso, la Ilustre Municipalidad de Salamanca a través de su oficina de Turismo, perteneciente a la Oficina de Desarrollo Económico Local, ha decidido confeccionar un Plan de Desarrollo Turístico, tomando como opción la no contratación de una consultora para su realización, sino que será su propio equipo municipal quien lo desarrolle desde cero.

Bajo este escenario, se desarrollará el PLADETUR en tres etapas, plasmadas en tres Tomos:

- Tomo I: Estudio para la Elaboración de Metodología PLADETUR comuna de Salamanca

- Tomo II: Estructura Metodológica PLADETUR Salamanca

- Tomo III: PLADETUR Comuna de Salamanca

Este último tomo es el que se presenta en este documento siendo el resultado de un extenso y exhaustivo trabajo de investigación, en donde se reconoce el potencial turístico de la comuna de Salamanca como una oportunidad de crecimiento económico, social y cultural.

El PLADETUR será el instrumento rector de la planeación territorial que expresa las políticas, objetivos, estrategias y lineamientos generales concebidos de manera integral y coherente para orientar la conducción del quehacer público, social y privado. Un documento de largo plazo, en el que se definen los propósitos, la estrategia general y las principales políticas de desarrollo, así como los programas o acciones de corto y mediano plazo, todo esto con el objetivo de poder crear un eficiente plan de desarrollo turístico.

1.1.4.1 Rol de la Municipalidad en la Actividad Turística.

El municipio y las decisiones de las autoridades forman parte fundamental para el desarrollo turístico de las comunas, no tan solo como agente propulsor del turismo, ni en materia de señalización urbana, construcción de obra de infraestructura, mejoramiento de áreas verdes, ordenanzas de urbanismo, etc. sino que una de las funciones del municipio es establecer programas de trabajo coordinado y consensuado, lo que es imperativo para el turismo, organizar y planificar en el territorio, aunando criterios e integrando a toda la comunidad.

La Ley N°18.696 Orgánica de Municipalidades (2006) considera que, entre las funciones y atribuciones de desarrollo comunitario, el municipio debe “proponer y ejecutar, dentro de su ámbito y cuando corresponda, medidas tendientes a materializar acciones relacionadas con la salud pública, protección del medio ambiente, educación y cultura, capacitación laboral, deporte y recreación, promoción del empleo, fomento productivo local y turismo”, por lo que es necesario considerar al

turismo dentro de la planificación y presupuesto municipal como un área de gestión más, lo que contribuirá con el desarrollo de la comuna.

"Podemos plantear que en la medida que las autoridades locales adoptan una estrategia o modelo de desarrollo que incorpora al turismo como una de sus variables decisivas, es necesario establecer una agenda de trabajo y en definitiva un plan de desarrollo que defina la vocación turística local, su compatibilización con las otras actividades productivas, su integración territorial y los mecanismos de coordinación institucional." (Rivas, 2008, p.13)

Así mismo es necesario considerar que:

El territorio es, por lo tanto, destino y también producto turístico y las comunas se posicionarán como tales conforme a su oferta de atractivos o servicios. En primer lugar, destino por que recibe al turista y sus demandas de bienes y servicios, efectuando sus gastos y principales consumos in situ. En segundo lugar, producto por que la combinación de paisaje, costumbres, servicios de alojamiento, infraestructura de acceso y otros requerimientos que tiene el turista es valorado por el mercado a un determinado precio, dando origen a la compra individual o en paquete de dicho producto. (Rivas, 2008, p. 16)

En conclusión, La organización del territorio como producto turístico, que cumple al mismo tiempo una función productiva y de consumo, requiere mecanismos de actuación que efectivamente permitan articular las variables físicas, socio culturales y económicas que estructuran la relación oferta - demanda derivada del fenómeno turístico, lo que implica intervenir en cada área turística o cluster, así como en la gestión integral del sector turístico (THR, 1994; 1999) (Rivas, 2008, p. 15)

No cabe duda que será más eficiente establecer un proceso de planificación entre varias comunas que comparten un potencial de atractivos, con posibilidades de conformar una oferta complementaria, que pretender establecer planes independientes. Por esta razón la idea central de este manual es que SERNATUR trabaje en coordinación con todas las comunas del territorio regional. De esta manera se logrará tener una mirada integral y ser coherentes con la estrategia de crecimiento del turismo a nivel nacional. (Rivas, 2008, p. 16)

1.1.5 Planificación Estratégica

La Planificación estratégica es el instrumento de gobierno, que disponen las sociedades civilizadas, para definir la "carta de navegación" de la nación. Esta precisa, jerarquiza y establece prioridades respecto de las razones de interés público, que los ciudadanos han involucrado, para entregar atribuciones a los poderes públicos; y, por lo tanto, define, la estrategia, las políticas, las metas y los objetivos.

La planificación es tanto estratégica como operativa y el nexo entre ambas, se establece a través de la "gestión por objetivos". La primera tiene que ver con la gestión de grandes objetivos nacionales y en ese sentido es de mediano y largo plazo. Estos se renuevan constantemente, son sujetos tanto de nuevos aportes como de cuestionamientos. La imagen – objetivo de una nación es siempre variable y relativa en el tiempo histórico. Depende de las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas y de cómo se configure la forma del ejercicio de los poderes públicos, de la relación entre éstos y sus interacciones con los ciudadanos y sus organizaciones.

Lo sustantivo del problema no radica en la planificación estratégica, sino que en la operativa y dentro de ésta, en la eficaz gestión del presupuesto público. Siempre habrá escasez de recursos. Lo importante, al menos, es que los recursos disponibles sean bien administrados. El problema radica en que no existe un nexo eficaz entre la planificación estratégica y la operativa. Dicha articulación solo es posible si se implanta una "gestión pública por objetivos". (Sanchez Albavera Fernando planificación estratégica y gestión pública por objetivos, Cepal, 2003)

Por otra parte, dentro de las diferentes estrategias, planes y políticas a nivel nacional y regional se encuentran los siguientes documentos:

- Política Nacional de Turismo
- Estrategia Nacional de Turismo 2012-2018.
- Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. Gobierno de Chile, 2014
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. Subsecretaría de Turismo, 2014
- Estrategia Regional de Desarrollo, Región de Coquimbo al 2020
- Plan Regional de Gobierno 2014 – 2018, región de Coquimbo
- Plan de Acción Región de Coquimbo, Sector Turismo 2014 – 2018
- Estrategia Regional de Innovación 2010 – 2014
- Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030
- Plan de Marketing turístico Nacional de Chile 2016-2018
- Política Regional para el Desarrollo Rural Campesino de la región de Coquimbo, 2011

Precisamente se destacan en este apartado dichos documentos que tiene directa relación con el desarrollo del turismo y que ayudan a fundamentar este estudio. Cada uno de estos plantean diferentes tipos de planificación, y en donde la mayoría de ellos coinciden en que el turismo es una estrategia para el desarrollo sustentable de la región de Coquimbo.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DEL ESTUDIO.

La elaboración del PLADETUR se desarrolla a través de la metodología de la investigación basado en la participación ciudadana, es decir, instancia en donde las personas (entendidas como sujetos con capacidades, derechos y deberes), se involucran en el quehacer estatal fortaleciendo la transparencia, la eficacia y eficiencia de los servicios y políticas públicas, con el fin de que el plan de desarrollo turístico impacte positivamente en la población local.

2.1 Caracterización de la Investigación.

El objetivo de la investigación es identificar el potencial turístico que posee la comuna de Salamanca. La investigación se concentra en la elaboración de un PLADETUR, tomando como objeto de estudio todos los actores que participan de manera directa e indirecta en la actividad turística en la comuna.

Se configura metodológicamente como una investigación mixta, proceso que recolecta y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio.

El nivel de profundidad de la investigación es explicativo, ya que se analizará la situación actual del turismo, sus causas y las variables que han influido sobre el mismo

Con respecto al diseño de la investigación, será de tipo experimental, la que se divide en tres clases: pre experimentos, experimentos puros y cuasi experimentos, este último es el que se utiliza en la investigación, por que manipula las variables, pero no interviene en ellas.

En cuanto a la clasificación de la investigación, se abordará de la siguiente manera:

- Según su finalidad: la investigación abordará las funciones de conocer y explicar las realidades existentes en relación al desarrollo turístico de la comuna, a través de una propuesta teórica basada en el PLADETUR, como una herramienta orientada a mejorar el desarrollo de la actividad turística, contribuyendo al mejoramiento de la actividad económica de la comuna y buscando alcanzar ventajas competitivas en el mercado turístico actual, a nivel regional, nacional e internacional.
- Según fuentes de investigación: se utilizarán datos, tanto de índole primario, extraídos directamente desde el objeto de estudio, como secundarios, a nivel de casos de estudio y experiencias.

2.1.1 Descripción del Objeto en Estudio.

La comuna de Salamanca cuenta con atractivos ya sean culturales, naturales e históricos, de gran interés por parte de la demanda turística, siendo uno de los factores motivantes para el desarrollo del PLADETUR, además de su gran cantidad de servicios que pueden ser aprovechados a lo largo de la ejecución de este, por parte de sus habitantes estos se demuestran interesados en potenciar el turismo en la comuna.

2.1.1.1 Objetivo General.

Investigar el potencial turístico de la comuna de Salamanca, considerando la competitividad de la industria local, la sustentabilidad de sus atractivos, la participación de la comunidad y la gestión turística integral de la comuna. Utilizando como base la recopilación y análisis de información del turismo comunal, generando el plan de desarrollo turístico, permitiendo orientar el desarrollo turístico a largo plazo, proponiendo estrategias y acciones.

2.1.1.2 Objetivo Específico.

a.- Diagnosticar e identificar la realidad local existente, las potencialidades de los atractivos turísticos, servicios e infraestructura de la comuna.

b.- Analizar la oferta y demanda turística, análisis FODA y determinación de brechas.

c.- Proponer estrategias para el desarrollo turístico de acuerdo a la realidad y capacidades de la gestión municipal con un enfoque sustentable.

d.- Definir plan de acción a largo plazo, incluyendo presupuesto, indicadores de gestión y medición.

2.2 Definición y Procedimiento de Muestreo.

El procedimiento de muestreo se entenderse como el conjunto de estrategias y procedimientos encaminados a seleccionar una muestra de una población objetivo de estudio, que cumple con una serie de características estadísticamente deseables que sirven para asegurar niveles establecidos de precisión y mantener en lo posible, la inclusión de errores y sesgos baja.
Finalmente, el diseño de muestra es la metodología que se encarga de decirle al investigador la manera cómo va a realizar mediciones en campo. Es el instrumento con el que se cuenta para llegar a los individuos que son de interés de una forma objetiva y además permite asegurar que con los datos recolectados se pueda hacer inferencia estadística. (Metodología Diseño Muestral Encuesta de Consumo Cultura; Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización)

2.2.1 Selección de la Muestra.

La selección de la muestra es tomada en relación a los instrumentos que se utilizan para la recolección de la información y que se detallan a continuación (5 instrumentos de levantamiento de información):

2.2.1.1 Encuesta.

Para la realización de la encuesta se utilizó la siguiente fórmula, que determina el tamaño muestral, con un error de un 5% y nivel de confianza de un 95%:

$$n = \frac{N\, o^2\, Z^2}{(N-1) \bullet e^2 + o^2 Z^2}$$

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

ɵ= Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza, valor que queda a criterio del investigador e = Límite aceptable de error muestral que queda a criterio del encuestador entre el 1% y el 9%, en este caso se utilizará 5%

Luego de obtener el número a encuestar este será alcanzado porcentualmente según cantidad de habitantes por localidad.

$$n = \frac{29.347\ 0{,}5^2\ Z^2}{(29.347 - 1)\ 5\%^2 + 0{,}5\%^2\ Z^2}$$

n = 379

El procedimiento arrojó un total de 379 encuestas según fórmula establecida para determinar un nivel representativo de la población. Considerando que la comuna de Salamanca tiene un 57, 3 % de población urbana y 43,7 % de población rural, se realizaron 217 encuestas a nivel urbano y 162 a nivel rural, de acuerdo al siguiente procedimiento:

Tabla N° 2: Equipo Responsable.

Nombre	Cargo	Formación
Jimena Urqueta	Apoyo profesional de turismo	Técnico en turismo Inacap
Sergio Ibacache	Apoyo profesional de turismo	Técnico nivel superior en minería
Fuente: Elaboración propia.		

A nivel urbano

Tabla N° 3: Encuestas Nivel Urbano.

Instrumento	Encuestas
Cantidad	217
Público objetivo	Personas que vivan en la comuna de Salamanca por más de 3 años
Objetivo	Identificar el conocimiento de la comunidad local en relación al turismo de la comuna de Salamanca.
Sector	Urbano: Plaza Armas, Banco Estado, Hospital de Salamanca
Fechas	Desde octubre hasta noviembre 2018

Horario	De 8: 00 hrs. a 14:00 hrs.
Fuente: Elaboración propia.	

A nivel rural

Tabla N° 4: Encuestas Nivel Rural.

Instrumento	Encuestas
Cantidad	162
Público objetivo	Personas que vivan en la comuna de Salamanca por más de 3 años
Objetivo	Identificar el conocimiento de la comunidad local en relación al turismo de la comuna de Salamanca.
Sector	Las 33 localidades de la comuna de Salamanca
Fechas	Desde octubre hasta noviembre 2018
Horario	De 8: 00 hrs. a 14:00 hrs.
Fuente: Elaboración propia.	

2.2.1.2 Entrevistas.

Para la realización de las entrevistas se seleccionó la muestra de forma intencional y por conveniencia, de acuerdo al siguiente procedimiento:

Tabla N° 5: Equipo Responsable.

Nombre	Cargo	Formación
Margarita Orrego	Coordinadora oficina de turismo municipal	Administrador turístico
Carlos Lillo	Encargo Odel	Ingeniero comercial
Fuente: Elaboración propia.		

Tabla N° 6: Detalle del Instrumento: Entrevista.

Instrumento	Entrevistas
Cantidad	18
Público objetivo	Actores directos del turismo: Autoridades, funcionarios públicos y privados que tiene relación con la actividad turística
Objetivo	Identificar el conocimiento y opinión en relación al desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca.
Lugar	Dependencias de su lugar de trabajo.
Fechas	Desde octubre 2018 hasta marzo 2019
Horario	De 8: 00 hrs. a 17:00 hrs.
Fuente: Elaboración propia.	

Tabla N° 7: Detalle Personas Entrevistadas.

Entrevistado	Cargo	Rol con el turismo
Fernando Gallardo Pereira	Alcalde de la comuna de Salamanca	Gestión municipal local y regional.
Jacqueline Briceño	Concejal de la comuna de Salamanca	Gestión local.
Ángel González	Concejal de la comuna de Salamanca	Gestión local
Luis Alegre	Concejal de la comuna de Salamanca	Gestión local
Enrique Tapia	Concejal de la comuna de Salamanca	Gestión local
Carlos Zepeda	Concejal de la comuna de Salamanca	Gestión local
Wilson González	Concejal de la comuna de Salamanca	Gestión local
Luis Arjona	Seremi de Economía, Fomento y Turismo región de Coquimbo	Gestión local, provincial y regional
Juan Pablo Gálvez	Gobernador de la Provincia del Choapa	Gestión local, provincial y regional
Aldo Carpanetti	Director (s) de Servicio Nacional de Turismo región de Coquimbo	Difusión y promoción de los destinos turísticos
Laura Cerda	Presidenta de la Cámara de Turismo Regional	Incentivar y fomentar la actividad turística asociativa.
Ingrid Molgas	Directora de Desarrollo Comunitario Municipal	Gestión local
Mercedes Carrasco	Directora de Secretaria de Planificación Municipal	Infraestructura turística
Yanina Fernández	Directora oficina Medio ambiente Municipal	Proyectos protección del medio ambiente
Carlos Lillo	Jefe de Oficina de Desarrollo Económico Local	Planes y proyectos turísticos
Claudio Oyarzun	Jefe Daem	Educar y sensibilizar a la comunidad educacional en temas de turismo.
Omar Álamos	Encargado de la corporación del deporte	Vinculación de proyectos de deportes con turismo.
Romny Leiva	Encargado oficina de cultura municipal	Vinculación de proyectos de cultura con turismo.
Javier Santibáñez	Tesorero COSOC	Participación ciudadana
Fuente: Elaboración propia.		

2.2.1.3 Focus Group.

Para la realización de los Focus Group se seleccionó la muestra de forma intencional y por conveniencia, lo cual implica considerar a los representantes de agrupaciones que influyen de manera directa e indirecta con el turismo, realizando el siguiente procedimiento:

Tabla N° 8: Detalle del Instrumento: Focus Group.

Instrumento	Focus Group
Cantidad	4
Moderador	Carlos Lillo

Público objetivo	Actores directos e indirectos del turismo: organizaciones funcionales, organizaciones privadas y comunidades agrícolas.
Objetivo	Análisis Foda – imagen - misión – visión – mercado objetivo: Identificar su opinión en relación al desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca.
Lugar	Odel
Tiempo	1 hora 30 minutos.
Fechas	Desde el 25/10 /2018 hasta el 31/10 /2018
Horario	De 8: 00 hrs. a 17:00 hrs.
Fuente: Elaboración propia.	

De los 4 Focus Group que se realizaron 3 estuvieron dirigidos a la red de turismo "Choapa Profundo" debido a que esta asociación funcional agrupa a más de 30 empresarios del área del turismo. En relación al cuarto Focus Group este consideró a las siguientes organizaciones:

Tabla N° 9: Detalle de Participantes.

Asistente	Organización	Rol con el turismo
Francisco Pizarro	Servicio nacional de turismo SERNATUR	Difundir y promocionar el destino.
Jesica vivanco	Agrupación de artesanos encantados por el arte	Fomentar la elaboración productos con identidad local.
Fabiola rojas	Agrupación parque urbano	Fomentar la elaboración productos con identidad local.
Federico Monroy	Club de guías patrimoniales de san Agustín	Fomentar la preparación de guías para el turismo local
Arturo Godoy	comunidad agrícola de Chalinga	Plan de manejo turístico en santuario de la naturaleza.
Pilar Farías	Parceleros de Quelén (las tazas de Quelén)	Desarrollar actividades y servicio turísticos
Johana campos	Agrupación de comunidades indígenas	Educar e integrar en el desarrollo del turismo.
Karen Chávez Gálvez	Acesa (asociación gremial de comerciantes y empresarios de salamanca	Educar en conciencia turística, (empatía, amabilidad y satisfacción del turista)
Gonzalo Gálvez	Cooperativa de vinos	Desarrollar enoturismo
Jack Leiva	Oficina de fomento productivo municipal	Fomentar proyectos turísticos
Fuente: Elaboración propia.		

2.2.1.4 Cuestionario Escala de Likert.

Para la utilización de este instrumento se seleccionó y se aplicó a todos los representantes de juntas de vecinas de las localidades rurales que integran la comuna de Salamanca, de acuerdo al siguiente procedimiento:

Tabla N° 10: Detalle de Instrumento: Cuestionario escala de Likert.

Instrumento	Cuestionario Escala de Likert
Cantidad	33
Responsables	Sergio Ibacache- Jimena Urqueta
Público objetivo	Representantes de las juntas de vecinos a nivel rural.
Objetivo	Identificar su opinión en relación al desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca.
Lugar	33 localidades
Fechas	Noviembre 2018
Horario	De 8: 00 hrs. a 17:00 hrs.
Fuente: Elaboración propia.	

2.2.1.5 Catastro.

Según catastro se estudian todos los servicios, atractivos turísticos y servicios complementarios para el desarrollo de la actividad turística de la comuna de Salamanca, procedimiento que se desarrolló de la siguiente forma:

Tabla N° 11: Detalles del Instrumento: Catastro.

Instrumento	Catastro
Categorías	5 categorías: Servicios de alimentación, alojamiento, servicios turísticos, atractivos turísticos y servicios complementarios
Responsables	Jimena Urqueta
Objetivo	Identificar la planta turística de la comuna de Salamanca
Lugar	Salamanca urbano y Salamanca rural
Fechas	Diciembre 2018 – febrero 2019
Horario	De 8: 00 hrs. a 17:00 hrs.
Fuente: Elaboración propia.	

2.2.2 Caracterización de la Muestra en Estudio.

Con el propósito de dar un buen curso a la investigación, se describe la muestra según tipo de estudio.

Estudio Cuantitativo

- Encuesta: La muestra a utilizar es la obtenida a partir del universo de estudio, que corresponde a la cantidad total de población que vive en la comuna de Salamanca. Se caracteriza por ser una cantidad representativa de la comunidad local.

- Cuestionario: se considerarán como muestra a los actores indirecto, específicamente a los representantes de las juntas de vecino rurales, es decir, aquellos que tienen un grado de participación en el desarrollo turístico o presentan condiciones para el desarrollo de este.

- Catastro: En este caso se consideran como muestra los siguientes tipos:

    - Planta turística: se consideran todos los servicios complementarios para el desarrollo del turismo, entre ellos, bancos, hospitales, carabineros, supermercados, farmacias, transporte, servicios higiénicos, estacionamientos, estaciones de servicios de combustible. A su vez, la planta turística considera:

        - Servicios de alojamiento: Se considerarán a todos los servicios de alojamiento que existan en la comuna de Salamanca (sector urbano y rural)

        - Servicios de alimentación: Se considerarán a todos los servicios de alimentación que existan en la comuna de Salamanca (sector urbano y rural)

        - Servicios Turísticos: Aquellas empresas que se dedican al turismo como; agencias de viaje, tour operadores, guías turísticos, servicios de turismo astronómico, etc.

- Atractivos naturales: Se consideran todos los atractivos turísticos y a los con potencial turístico de la comuna de Salamanca (urbano y rural).

- Atractivos culturales: Se consideran como atractivos culturales a todas las actividades que se desarrollen en la comuna de Salamanca, que causan algún impacto turístico, por ejemplo; fiestas religiosas, celebración día del patrimonio cultural, aniversario de la comuna, fiesta de la uva, concursos de cueca, entre otras. Además, se incorporan a esta categoría los atractivos culturales, tales como, arquitectura antigua, arte rupestre, etc.

Estudio Cualitativo

- Entrevista y Focus Group: Como muestra se consideran aquellas personas que participan activamente en el desarrollo turístico o que se consideren para este estudio como actores importantes para el desarrollo del mismo.

2.3 Criterios y Procedimientos Utilizados para la Selección.

En esta sección se determinan y se dan a conocer los diferentes instrumentos de selección para el desarrollo de la investigación en la recopilación de datos.

2.3.1 Métodos y Técnicas de Investigación.

Investigación documental: Por medio de esta se obtiene información tanto de carácter formal como informal, cuya característica principal es la de apoyar, fundamentar y complementar la investigación mediante bases teóricas aportadas por distintos autores e instituciones. Dentro de los

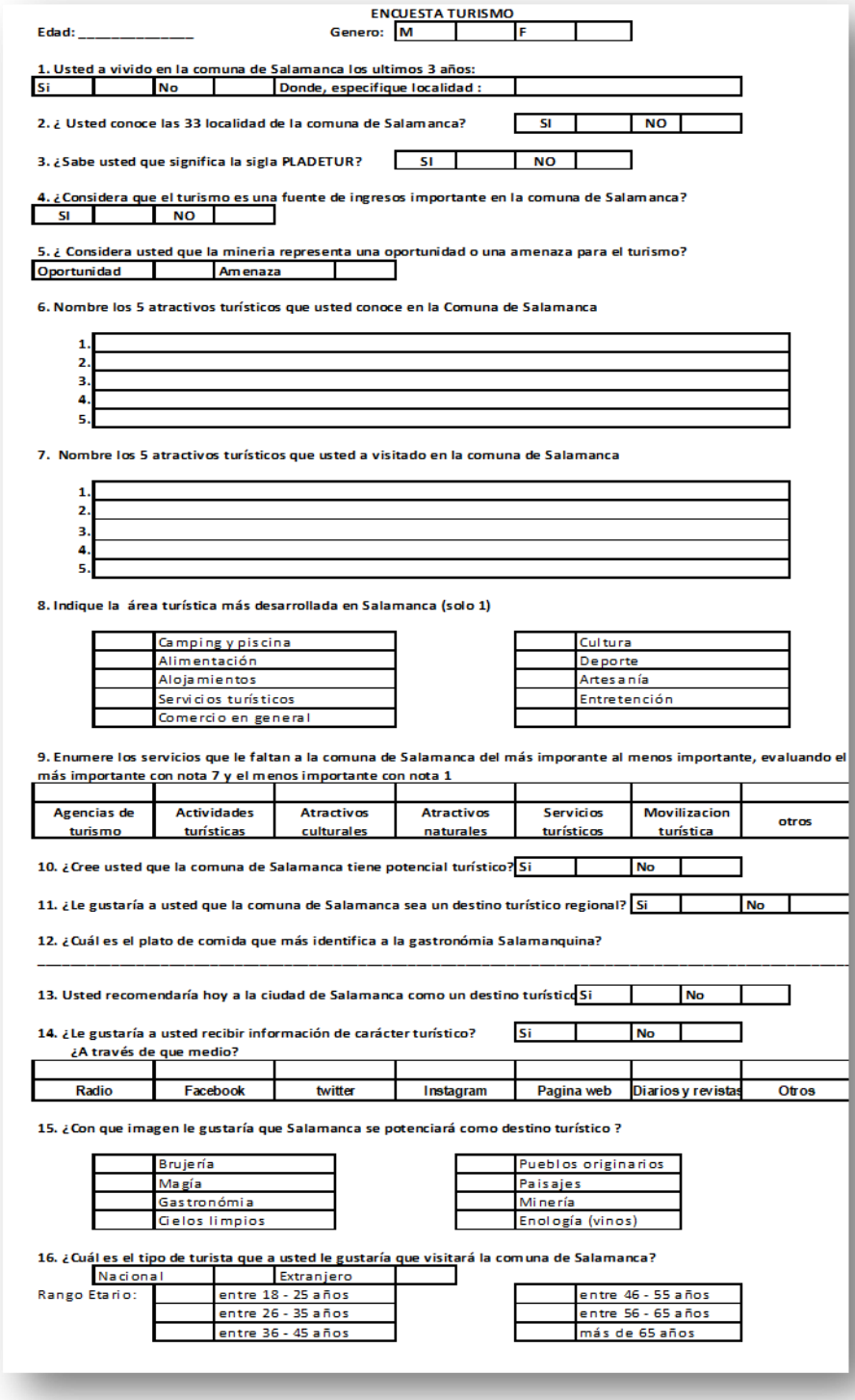
documentos consultados es posible encontrar: planes y programas de turismo, publicaciones, documentos, revistas informativas, revistas electrónicas, sitios web especializados, orientados específicamente a fomentar la planificación del sector turismo.

Investigación de campo: esta investigación permite extraer datos e informaciones directamente de la realidad del objeto de estudio, a través del uso de técnicas de recolección como entrevistas o encuestas con el fin de dar respuesta a la situación o problema planteado previamente.

2.3.2 Caracterización del Instrumento.

Las características fundamentales de los instrumentos que se han seleccionado como fuente principal para el desarrollo de la investigación, han sido escogido debido a su capacidad de recopilar y recabar antecedentes y datos requeridos para cumplir con los objetivos planteados. Estos instrumentos son demostrados a través de la Ilustración N°1, Ilustración N°2, Ilustración N°4 y Tabla N° 2.

Ilustración N° 1: Encuesta.



ENCUESTA TURISMO

Edad: _____ Genero: M F

1. Usted a vivido en la comuna de Salamanca los ultimos 3 años:

Si No Donde, especifique localidad :

2. ¿ Usted conoce las 33 localidad de la comuna de Salamanca? SI NO

3. ¿Sabe usted que significa la sigla PLADETUR? SI NO

4. ¿Considera que el turismo es una fuente de ingresos importante en la comuna de Salamanca?

SI NO

5. ¿ Considera usted que la mineria representa una oportunidad o una amenaza para el turismo?

Oportunidad Amenaza

6. Nombre los 5 atractivos turísticos que usted conoce en la Comuna de Salamanca

1.
2.
3.
4.
5.

7. Nombre los 5 atractivos turísticos que usted a visitado en la comuna de Salamanca

1.
2.
3.
4.
5.

8. Indique la área turística más desarrollada en Salamanca (solo 1)

	Camping y piscina		Cultura
	Alimentación		Deporte
	Alojamientos		Artesanía
	Servicios turísticos		Entretención
	Comercio en general		

9. Enumere los servicios que le faltan a la comuna de Salamanca del más imporante al menos importante, evaluando el más importante con nota 7 y el menos importante con nota 1

Agencias de turismo	Actividades turísticas	Atractivos culturales	Atractivos naturales	Servicios turísticos	Movilizacion turística	otros

10. ¿Cree usted que la comuna de Salamanca tiene potencial turístico? Si No

11. ¿Le gustaría a usted que la comuna de Salamanca sea un destino turístico regional? Si No

12. ¿Cuál es el plato de comida que más identifica a la gastronómia Salamanquina?

_____

13. Usted recomendaría hoy a la ciudad de Salamanca como un destino turístico Si No

14. ¿Le gustaría a usted recibir información de carácter turístico? Si No

¿A través de que medio?

Radio	Facebook	twitter	Instagram	Pagina web	Diarios y revistas	Otros

15. ¿Con que imagen le gustaría que Salamanca se potenciará como destino turístico ?

	Brujería		Pueblos originarios
	Magía		Paisajes
	Gastronómia		Minería
	Cielos limpios		Enología (vinos)

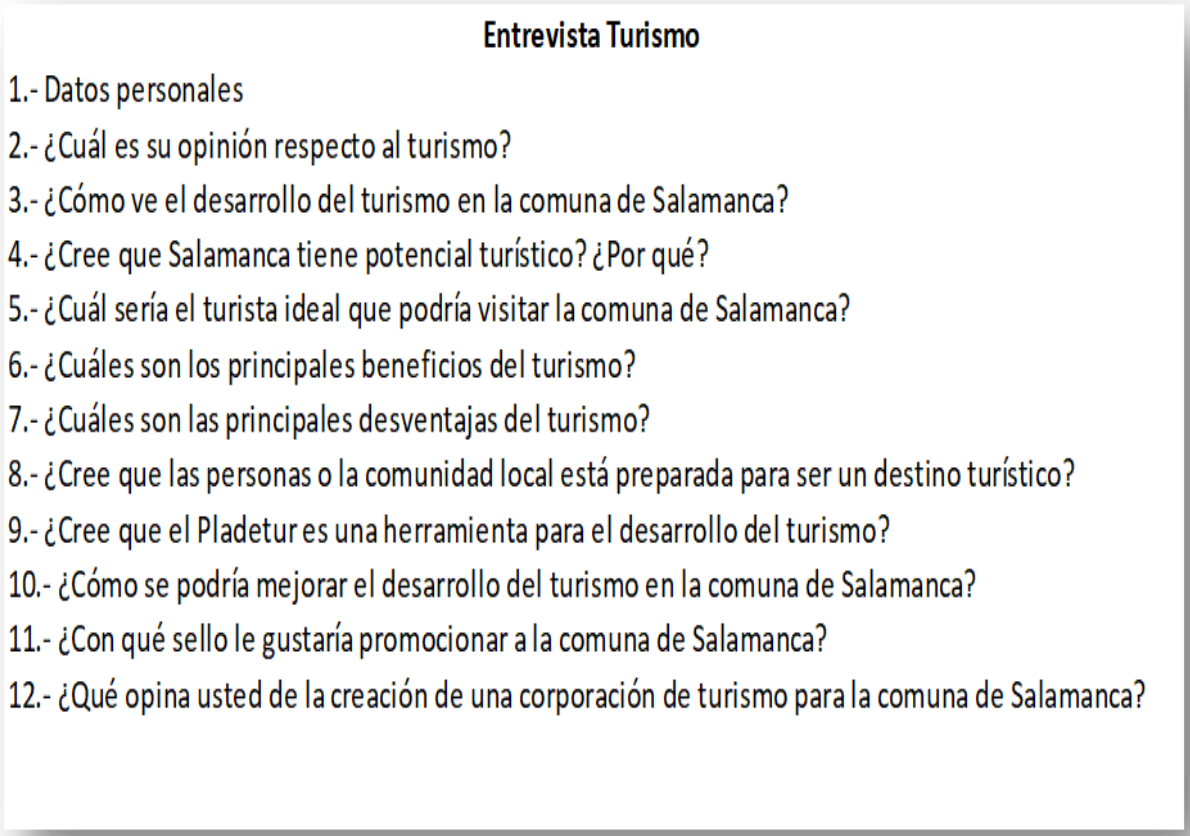
16. ¿Cuál es el tipo de turista que a usted le gustaría que visitará la comuna de Salamanca?

Nacional Extranjero

Rango Etario:				
		entre 18 - 25 años		entre 46 - 55 años
		entre 26 - 35 años		entre 56 - 65 años
		entre 36 - 45 años		más de 65 años

Fuente: Elaboración propia

Ilustración N° 2: Entrevista.



Entrevista Turismo

1.- Datos personales

2.- ¿Cuál es su opinión respecto al turismo?

3.- ¿Cómo ve el desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca?

4.- ¿Cree que Salamanca tiene potencial turístico? ¿Por qué?

5.- ¿Cuál sería el turista ideal que podría visitar la comuna de Salamanca?

6.- ¿Cuáles son los principales beneficios del turismo?

7.- ¿Cuáles son las principales desventajas del turismo?

8.- ¿Cree que las personas o la comunidad local está preparada para ser un destino turístico?

9.- ¿Cree que el Pladetur es una herramienta para el desarrollo del turismo?

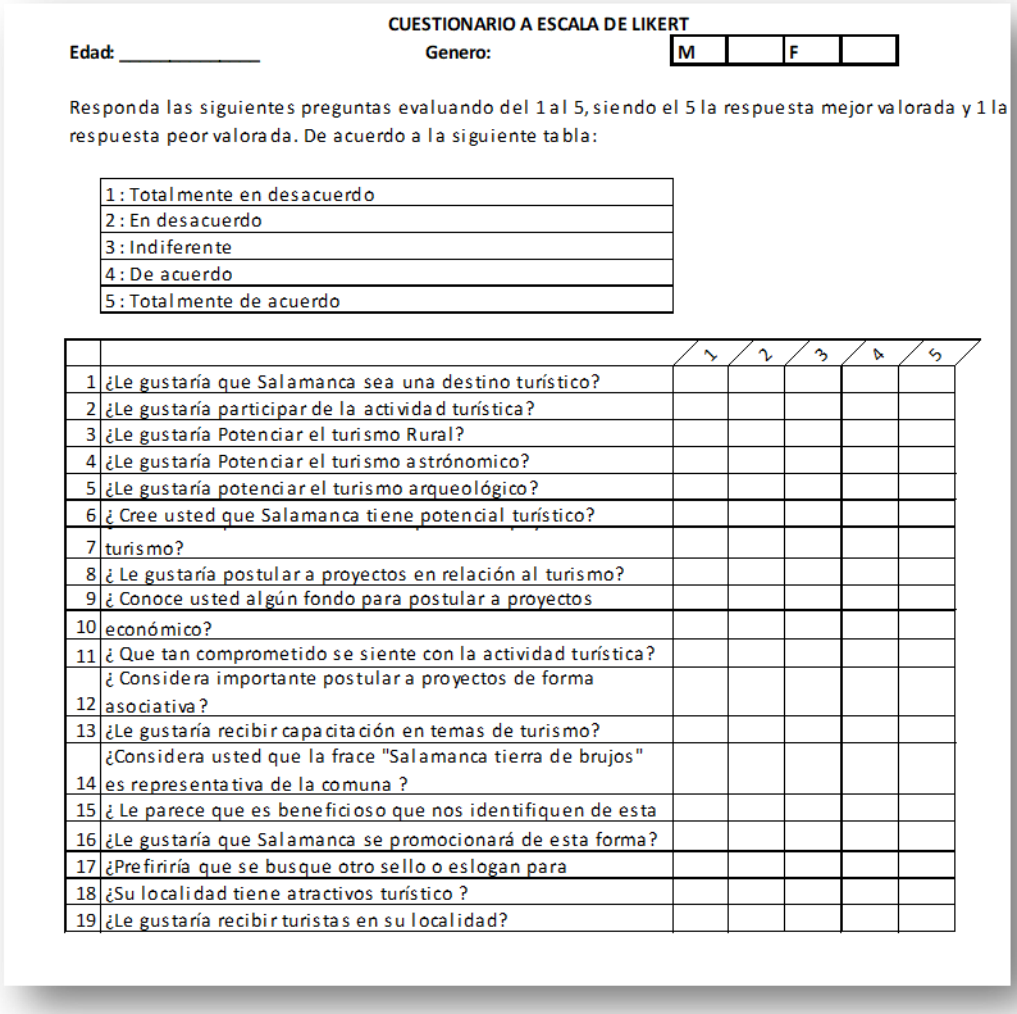
10.- ¿Cómo se podría mejorar el desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca?

11.- ¿Con qué sello le gustaría promocionar a la comuna de Salamanca?

12.- ¿Qué opina usted de la creación de una corporación de turismo para la comuna de Salamanca?

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración N° 3: Cuestionario.



CUESTIONARIO A ESCALA DE LIKERT

Edad: _____ **Genero:** | M | | F | |

Responda las siguientes preguntas evaluando del 1 al 5, siendo el 5 la respuesta mejor valorada y 1 la respuesta peor valorada. De acuerdo a la siguiente tabla:

1 : Totalmente en desacuerdo
2 : En desacuerdo
3 : Indiferente
4 : De acuerdo
5 : Totalmente de acuerdo

		1	2	3	4	5
1	¿Le gustaría que Salamanca sea una destino turístico?					
2	¿Le gustaría participar de la actividad turística?					
3	¿Le gustaría Potenciar el turismo Rural?					
4	¿Le gustaría Potenciar el turismo astrónomico?					
5	¿Le gustaría potenciar el turismo arqueológico?					
6	¿ Cree usted que Salamanca tiene potencial turístico?					
7	turismo?					
8	¿ Le gustaría postular a proyectos en relación al turismo?					
9	¿ Conoce usted algún fondo para postular a proyectos					
10	económico?					
11	¿ Que tan comprometido se siente con la actividad turística?					
12	¿ Considera importante postular a proyectos de forma asociativa?					
13	¿Le gustaría recibir capacitación en temas de turismo?					
14	¿Considera usted que la frace "Salamanca tierra de brujos" es representativa de la comuna ?					
15	¿ Le parece que es beneficioso que nos identifiquen de esta					
16	¿Le gustaría que Salamanca se promocionará de esta forma?					
17	¿Prefiriría que se busque otro sello o eslogan para					
18	¿Su localidad tiene atractivos turístico ?					
19	¿Le gustaría recibir turistas en su localidad?					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 12: Focus Group.

Plan de Trabajo (FOCUS GROUP)				
Nombre Moderador:	Carlos Lillo	**Fecha: desde el 25/10 /2018 hasta el 31/10 /2018**	**N° de sesiones:**	4
Contenidos a tratar:	Identificación del sello o la identidad que visualizan para la comuna de Salamanca, la misión y la visión que se quiere proyectar de la comuna.	**N° de Participantes:**	Red de turismo: 23 personas Actores directos con el turismo: 12 personas Total: 35 personas	
	Identificar cuáles son las principales fortalezas, oportunidades y estrategias/ideas para mejorar el turismo	**Soporte Grabación:**	Teléfono celular Cámara fotográfica	
	Identificación de las debilidades y amenazas que presenta la actividad turística en la comuna de Salamanca.	**Responsable:**	Jimena Urqueta	

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración N° 4: Catastro (cicatur).

Linea	FICHA DE ATRACTIVO TURÍSTICO											
1	N° Ficha:		N° Serie Foto:				Coordenada Norte:					
2	Fecha:			Hora:			Coordenada Este:					
3	Nombre Encuestador:						Datum:					
4	**A) Identificación del atractivo (NOMBRE):**											
5	Nombre encargado o contacto:							Dueño		Represente		
6	Tipo de propiedad:		Privada		Publica			Mixta		Otra		
7	Dirección: (Avda, Calle, Pasaje, Callejón)								Nº			
8	Sector: Tahuinco							Teléfono:				
9	Comuna: Salamanca							E-mail:				
10	**B) Tipo Atractivo:**											
11	**1. Sitios Naturales:** lugares considerados en razón de su **interés como paisaje**											
12	De Montaña		Cumbre escarpada o borde cumbre		Cumbre redondeada			Meseta		Obs.:		
13			Alto de ladera		Media ladera			Bajo de ladera				
14			Fondo de valle (> 50m)		Fondo de quebrada con cauce			Fondo de quebrada seco				
15			Sierra		Glaciar			Volcán				
16	Costas		Playas		Acantilados			Islotes		Dunas		
17			Farellones		Bahías			Salinas		Roquerios		
18			Otros (mixto)									
19	De afluentes		Lago		Laguna			Estero		Río		
20			Caídas de agua		Grutas y cavernas			Otro				
21	Otros		Observ. Flora		Observ. Fauna			Otros				
22	**2. Museos y Manifestaciones Culturales:**											
23	De Museo		Museo		Galería			Colec. particular		Sala Exhibic.		
24	Obras de Arte Tecnicas		Pintura		Escultura			Arte decorativo (*)		Arquitectura		
25			Arquitectura		Realización Urbana			Obra Ingeniería		Otro		
26	De Lugares Historicos y Ruinas		Lugar Histórico									
27			Restos Arqueologicos									
28	**3. Folclore:**											
29	De Manifestación Religiosa:		Manifestación Religiosa					Creencia popular				
30	Feria y Mercado		Feria		Mercado							
31	Música y danza		Musica		Danza							
32	De Arte y Artesanía:		Alfarería		Tejidos			Metales		Cueros		
33			Maderas		Piedras			Tejido en paja		Instrum. Musical		
34			Mascara		Obj. rituales			Pintura		Otro		
35	De Comida y bebida		Comida típica		Bebida típica			Otro				
36	De Grupos Étnicos:		Grupo Étnico		¿Cuál?							
37	De Arquitectura Popular espontanea:		Pueblo		Casas (aislada/grupo)			Religioso/pagano		Otro		
38	**4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas:** por singularidad tiene interés turístico											
39	De Explotación:		Minera		Silvo-agropecuaria			Industrial		Otro		
40	De Obra de Arte:		Pintura		Escultura			Artesanía		Diseño Industrial		
41			Arquitectura		Obra Ingeniería			Otro				
42	De Ciencia:		Centro Científico		Zoológico			Acuario		Otro		

43	**5. Acontecimientos Programados:**								
44	Artísticos:	Música		Teatro		Festival Cine		Otro	
45	De Deporte:	Rodeo		Tradicionales		Futbol		Otro	
46	De Otros:	Fiesta religiosa		Fiesta pagana		Congresos		Ferias	
47		Conc. Belleza		Convencion		Exposiciones		Parque recreación	
48		Vida Nocturna		Gastronomía		Carnavales		Otro	
49	**Característica del Atractivo:**								
50	Nivel de Explotación del atractivo:			Potencial		Activo			
51	Servicios Básicos:	Agua potable		Alcantarillado		Energía electrica		Otro	
52	Servicios Secund.:	Telefonía fija		Telefonía-Celular		Internet			
53	**Vía de Acceso:**	Avenida		Calle Secundaria		Pasaje		Otros	
54		Nómbrela:							
55	Materialidad Via:	Concreto/Asfalto		Ripio		Tierra			
56	Cuenta con señalética de acceso:			Si		No			
57	Medio Acceso:	Publica		Microbus		Taxi		Metro	
58				Colectivo		Otro			
59		Privada		Auto		Todoterreno		Otro	
60	Distancia (Km):	Desde Santiago				Desde Valparaiso			
61		Desde capital communal							
62	Tiempo (minutos):	Desde Santiago				Desde Valparaiso			
63		Desde capital comunal							
64	Esta en o es área protegida:			Si		No			
65	Tipo de Área protegida:	Monumento		Santuario		Zona		Parque	
66		Área Ecologica		Otro					
67	Conservación:	Con Intervenvención		Sin Intervención		Deterioro			
68	Fragilidad:	Intrínseca		Extrínseca					
69	Periodo de apertura a publico:	Verano		Otoño		Invierno		Primavera	
70		Todo el año		Otro		¿Cuál?			
71		La semana		Lunes a Viernes		Fin de semana		Otro ¿Cuál?	
72	Horario Atención:	Mañana		Tarde		Continuo			
73	Difusión:	Comunal		Regional		Nacional		Internacional	
74	Difusión del Recurso:	Si		No		Cómo			
75	**Demanda del Atractivo (indique los % de visita en los meses)**								
76	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
77	Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre	
78	Noviembre		Diciembre						
79	**Origen de Visitantes (%)**								
80	Local		Regional		Nacional		Internacional		
81	Especificar 3 importantes (ciudad o país):								
82	**Perfil de los consumidores de hospedaje (%)**								
83	Grupos		Familias		Parejas		Individual		
84	Adultos Mayores		Adultos		Adultos Jóvenes		Jóvenes y lolos		Niños
85	**Actividades que realizan las visitas en el atractivo o en el destino (entorno)**								
86	Descanso pasivo		Piscina, poza o playa		Paseos cercanos		Ciclismo		Cabalgatas
87	Trekking/Hikking		Deporte		Deporte Aventura		Cual?		
88	Comidas		Fiestas		Otros (Especificar)				

Fuente: OEA-CICATUR.

2.4 Análisis de Datos.

El análisis de los datos se realizará por cada uno de los estudios, es decir, se obtendrá un resultado de los datos cualitativos y uno de los datos cuantitativos. Una vez que se obtengan los resultados de los dos análisis se procederá a desarrollar las inferencias, comentarios y conclusiones en la discusión. Las inferencias deben alcanzar consistencia interpretativa y congruencia entre sí, no se busca que se obtengan los mismos resultados, sino que sean congruentes.

2.4.1 Análisis de Datos Cuantitativos.

La información recolectada se analizará a través de un programa de análisis de datos computarizado, la codificación se efectúa directamente, transfiriendo los valores registrados en los instrumentos aplicados (cuestionarios y escalas de actitudes) a un archivo/matriz de un programa computarizado de análisis estadístico específico. Cada programa considerará etapas diferentes pero que concluirá con la preparación de los resultados para presentarlos (tablas, gráficas, figuras, cuadros, entre otros).

2.4.2 Análisis de Datos Cualitativos.

Para el enfoque cualitativo la recolección de datos resulta fundamental, sin embargo, su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Para el análisis de datos cualitativos el propósito es estudiar, capturar y entender el objeto de estudio, obteniendo datos que se convertirán en información, como; conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva, con la finalidad de analizarlos y comprenderlos y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento.

2.5 Etapas de la Investigación.

Este documento se divide en tres etapas de desarrollo teniendo en la primera la presentación, objetivos (general y específicos) y los capítulos desde el 1 hasta el 4. En la segunda etapa se encuentran desde el capítulo 5 hasta el 7, finalizando con la tercera etapa que en esta se procederá a la revisión de este documento y su futura entrega y presentación,

2.5.1 Etapas del Estudio.

Las etapas de investigación que se han detectado en el presente estudio constan de tres partes, las cuales se encuentran expuestas en la siguiente Tabla N° 13 y posterior carta Gantt.

Tabla N° 13: Etapas de la Investigación.

Etapas de la investigación	
Etapas	Detalle
Primera etapa	Capitulo I.- Marco teórico referencial Capítulo II: Metodología del estudio Capítulo III: Organización y asociación de los grupos locales. Capítulo IV: Diagnostico del objeto de estudio.
Segunda etapa	Capítulo V: Análisis y evaluación técnica Capítulo VI: Plan de Desarrollo Turístico Comuna de Salamanca. Capítulo VII: Evaluación y retroalimentación.
Tercera etapa	Revisión del plan Presentación del PLADETUR a entidades correspondientes.
Fuente: Elaboración propia.	

2.5.2 Carta Gantt.

Esta carta presenta los datos cronológicos del desarrollo de cada capítulo de este PLADETUR, demostrando mes a mes los avances, finalizando en marzo 2020.

Tabla N° 14: Carta Gantt.

		Octubre-Diciembre 2018				Enero-Abril 2019				Mayo-Agosto 2019				Septiembre-Diciembre 2019				Enero-Febrero 2020				Marzo 2020			
	Meses	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Etapa I	Objetivos																								
	Capítulo I																								
	Capitulo II																								
	Capitulo III																								
	Capitulo IV																								
Etapa II	Capítulo V																								
	Capítulo VI																								
	Capítulo VII																								
Etapa III	Revisión del plan																								
	Presentación																								

CAPÍTULO 3: ORGANIZACIÓN DE ASOCIACIÓN DE LOS GRUPOS LOCALES.

En esta etapa "corresponde la creación de una estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico, lo que conduce a establecer una visión compartida (comunitaria) acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística." (Rivas, 2008, p.25)

3.1 Determinar Alcance del Plan.

La siguiente tabla muestra los alcances que tiene el plan de desarrollo turístico y los aspectos generales que se consideran:

Tabla N° 15: Alcances del Plan.

Alcance del Plan	
Aspectos a considerar	Descripción
Definición del Plan	El plan de desarrollo turístico corresponde a una planificación que define los lineamientos que se deberán seguir para los próximos 4 años en temas turísticos, proporcionará las estrategias, proyectos y objetivos que se deberán cumplir en base a un diagnostico que respalde las acciones determinadas.
Justificación	Desarrollar el potencial turístico que tiene la comuna, fomentando el desarrollo económico y sustentable.
Responsables	Municipalidad de Salamanca y actores estratégicos del turismo.
Desarrollo (cómo se ejecutará el plan)	La ejecución del plan se llevará a cabo por el equipo municipal el que liderará el proceso de gestión y fomento del turismo, sin embargo, el sector privado y la comunidad local, cumplen un rol fundamental para desarrollar un turismo sustentable e integral.
Cobertura Geográfica	Comuna de Salamanca – provincia del Choapa
Población	29.347 habitantes
Área	Superficie provincia del Choapa 10.132 km²
Expectativas	Contribuir con una eficiente herramienta que garantice el desarrollo turístico, económico y sustentable de la comuna.
Tiempo	4 años
Recurso	$ 600.000.000.-
Fuente: Elaboración propia	

3.2 Identificación de Actores.

En el siguiente apartado se establecen 3 tablas indicando a los actores internos del municipio, actores externos a este, pero de igual forma organismos públicos y por último actores externos (empresas privadas y organizaciones sociales). El objetivo de esta distinción es identificar quienes son los actores que participan en el turismo y los organismos que podrían ser los aliados en la ejecución del plan. Para esto, se analizan dos aspectos: el grado de funciones con el turismo y la relación del cargo con el turismo. Así mismo se establecen los siguientes niveles para su valoración:

Nivel Bajo: representa bajas o pocas acciones por el desarrollo del turismo.
Nivel Medio: representa acciones en un nivel moderado por el desarrollo del turismo.
Nivel Alto: representa un alto grado de funciones por desarrollar el turismo.

Con respecto al otro aspecto a evaluar, se establecen los siguientes niveles:

Nivel Bajo: representa no tener relación con el desarrollo del turismo.
Nivel Medio: representa que tiene relación, pero no directamente con el desarrollo del turismo.
Nivel Alto: representa una directa relación con el desarrollo del turismo.

Para un mejor análisis de la información se determinó realizar esta distinción, considerando que el desarrollo del turismo es una actividad transversal, que incorpora aspectos sociales, culturales, medioambientales, económicos, entre otros. De tal manera, que cuando las gestiones estén relacionas con otros organismos se pueda saber cuáles son las acciones y funciones de cada uno de ellos y se pueda acceder a los beneficios que estos otorgan, ya mencionados lo actores, directos e indirectos y los niveles de importancia que estos pueden representar, estos factores se podrán observar en las siguientes tablas las cuales son, Tabla N° 16, Tabla N° 17 y Tabla N° 18.

Tabla N° 16: Actores Internos de la Municipalidad.

Actores	Nombre	Correo	Función Con El Turismo	Relación Con El Turismo
Alcalde	Fernando Gallardo Pereira	Fgallardo@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Concejal 1	Jacqueline Briceño Salina	Concejala.Jbriceno@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Concejal 2	Luis Alegre Alcota	Concejal.Lalegre@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Concejal 3	Carlos Cepeda Ramírez	Concejal.Ccepeda@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Concejal 4	Wilson González Ramírez	Concejal.Wilsongonzalezramirez@Gmail.Com	Alto	Alto
Concejal 5	Enrique Tapia Tapia	Concejal.Etapia@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Concejal 6	Ángel González Aguilera	Concejal.Hectorgonzalez.Ventas@Gmail.Com	Alto	Alto
Administrador Municipal	Víctor Araya	Varaya@Salamanca.Cl	Medio	Medio
Secplan	Mercedes Carrasco	Mcarrasco@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Obras	Mario Báez	Mbaez@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Dideco	Ingrid Molgas	Imolgas@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Finanzas	Rodrigo Muñoz	Rmuñoz@Salamanca.Cl	Bajo	Bajo
Discop	Yanira Fernández	Yfernandez@Salamanca.Cl	Medio	Alto
SII Territorial	Oficina	www.sii.cl	Medio	Alto
Corporación Del Deporte	Omar Álamos	Oalamospalma62@Hotmail.Com	Bajo	Alto

Secretario Municipal	José Miguel Cruz	Jcruz@Salamanca.Cl	Medio	Alto
Rrpp	Jorge Saldívar	Jsaldivar@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Adulto Mayor	Araceli Campos	Acampos@Salamanca.Cl	Medio	Alto
Cultura	Romny Leiva	Rleiva@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Jefe De Gabinete	Marcela Chávez	Mchavez@Salamanca.Cl	Medio	Alto
Tránsito	Carlos Carrasco	Ccarrasco@Salamanca.Cl	Medio	Alto
Odel	Carlos Lillo	Clillo@Salamanca.Cl	Alto	Alto
Fuente: Elaboración Propia				

Tabla N° 17: Actores Externos.

Instituciones Públicas	Nombre	Dirección	Función Con El Turismo	Relación Con El Turismo
Gobierno Regional/ Intendencia	Oficina Regional	Arturo Prat #350, La Serena.	Alto	Alto
Gobernación Provincial	Juan Pablo Gálvez	Av. Vial Recabarren #301, Illapel.	Alto	Alto
Municipios Vecinos	Los Vilos	Lincoyán #298, Los Vilos.	Alto	Alto
	Canela	Luis Infante #520, Canela.	Alto	Alto
	Illapel	Constitución 24, Illapel.	Alto	Alto
SERNATUR	Angélica Funes	Matta #461, Ofic. #108, La Serena.	Alto	Alto
Corfo	Oficina Regional	Cordovez #260, La Serena.	Alto	Alto
Sercotec	Oficina Regional	Las Higueras #506, La Serena.	Alto	Alto
Fosis	Oficina Regional	Colón #225, La Serena.	Alto	Alto
Indap	Oficina Regional	Pedro Pablo Muñoz #200, La Serena.	Alto	Alto
MOP	Oficina Regional	Cirujano Videl S/N La Serena.	Alto	Alto
Conaf	Oficina Regional	Regimiento Arica #901, Coquimbo	Alto	Alto
Conama	Oficina Regional	Edo. De La Barra #205, Piso #1, La Serena.	Alto	Alto
Minvu	Oficina Regional	Almagro #372, La Serena.	Alto	Alto

Mideplan	Oficina Regional	Av. Fco. De Aguirre #477, La Serena.	Alto	Alto
Ministerio De Bienes Nacionales	Oficina Regional	Prat #255, Ofic. #450 La Serena	Alto	Alto
Ministerio De Defensa	Oficina Regional	Matta #461, Ofic. #100	Bajo	Bajo
Subsecretaría De Desarrollo Regional	Oficina Regional	Prat #255, Ofic. #420, La Serena.	Alto	Alto
Consejo De Monumentos Nacionales	Oficina Regional	Cordovez #490, Ofic. #301 La Serena.	Alto	Alto
Consejo Nacional De La Cultura Y Las Artes Dibam	Oficina Regional	Cordovez Esq. Cienfuegos, La Serena.	Alto	Alto
Agencias Regionales De Desarrollo	Crdp Oficina Regional	Almagro #289, La Serena.	Alto	Alto
Policía De Investigaciones	Oficina Regional	Balmaceda #1010, La Serena.	Bajo	Bajo
Carabineros De Chile	Oficina Regional	Colón #720, La Serena.	Medio	Medio
Fuente: Elaboración Propia.				

Tabla N° 18: Otros Actores Externos.

Actores	Nombre	Dirección	Función Con El Turismo	Relación Con El Turismo
Asociación Gremial Regionales	Cámara De Turismo Regional	Mall Puerta Del Mar Oficina N° 20, La Serena.	Alto	Alto
Asociación Gremial Provincial Y Local	Feria Nayara	O´Higgins N°469, Salamanca.	Alto	Alto
	Asociación Gremial Cámara De Comercio Detallista De Salamanca	Bruno Larraín Nº 487 Salamanca	Alto	Alto
	"ACESA A.G." Comerciantes Y Empresarios De La Comuna De Salamanca	Ruiz Valledor N° 241 Salamanca	Alto	Alto

	Asociación Gremial De Artesanos, Microempresarios Y Pequeños Industriales De Salamanca "A.M.E.P.I.S"	Salamanca	Alto	Alto
	Asociación Gremial Cámara De Turismo Del Choapa	Calle Buin N° 491, Illapel.	Alto	Alto
	Asociación Gremial De Viticultores De Salamanca	Irarrázaval N° 681, Salamanca	Alto	Alto
Cooperativas Locales	Cooperativa De Vinos	Sin Información	Alto	Alto
	Cooperativa De Quesos	Sin Información	Alto	Alto
	Cooperativa De Turismo (Illapel)	Illapel	Alto	Alto
Organizaciones Sociales	Centro Cultural Estación Salamanca	Calle Providencia #198	Alto	Alto
	Comunidad Indígena	El Tebal # 103	Alto	Alto
	Diaguita Taukan	(Centro Taukan)	Alto	Alto
	Rotary Club Salamanca	Manuel Bulnes # 352	Alto	Alto
	Tu Cultura Salamanca	Pje Uno Norte #59, Villa Los Profesores	Alto	Alto
	Club De Guías Patrimoniales	Parcela N° 29, San Agustín	Alto	Alto
	Red Comunal De Turismo Choapa Profundo	Parcela #1 Chuchiñi, Salamanca	Alto	Alto

	Centro Cultural Manquehua	Pje. Arturo Prat # 477	Alto	Alto
	Comité De Turismo Y Adelanto Social El Rincón De Huanque	Calle Principal Hijuela N° 17	Alto	Alto
	Centro Cultural, Social Y Recreativo Santa Rosa	Parcela N° 3 Santa Rosa Alto	Alto	Alto
	Agrupación Sociocultural Parque Urbano	Parcela N° 29 San Agustín	Alto	Alto
	Agrupación Folclórica Manantial	Pje. Los Laureles N° 419. Villa Santa Rosa	Alto	Alto
	Agrupación De Artesanos Encantados Por El Arte	Calle Mallacun N° 131 B El Tambo Centro	Alto	Alto
	Agrupación Artesanos Manos Mágicas	El Bosque S/N, El Consuelo	Alto	Alto
	Asociación Indígena Multicultural INTI KILLA LAWEN	Salamanca	Alto	Alto
	Agrupación Balambo	Casa N° 13 A San Agustín	Alto	Alto
	Taller Folclórico Amada Tierra De Arboleda Grande	Camino Publico Casa N° 95 El Tebal.	Alto	Alto
	Academia De Baile Just Dance	Pje Los Espinos N° 23 V. Mallacun Salamanca	Alto	Alto

	Academia De Baile Boom Of The Dance	Mundo Nuevo S/N° Salamanca	Alto	Alto
	Pro Fauna Salamanca	Casa N° 37 Cunlagua	Alto	Alto
	Salamanca Sustentable	Pje Los Guayacanes N° 35 Villa Quelén Salamanca.	Alto	Alto
Comunidades Agrícolas	Comité De Parceleros De Quelén	Parcela N° 11 Santa Rosa	Alto	Alto
	Comunidad Agrícola De Chalinga	Sin Información	Alto	Alto
	Comunidad De San Agustín	Sin Información	Alto	Alto
	Junta De Vigilancia Río Camisa	Sin Información	Alto	Alto
Centros De Investigación	ETA: Estudios Y Trabajos Agrarios	Sede Salamanca, Matilde Salamanca N° 430, Salamanca.	Alto	Alto
	Cerro Tololo Inter-American Observatory	Colina El Pino S/N, Casilla 603, La Serena	Alto	Alto
ONG´S	Fundación Minera Los Pelambres.	Casona Santa Rosa MLP, Parcela N° 4 A, Km 6, Ruta D-835, Santa Rosa – Salamanca.	Alto	Alto
Fuente: Elaboración Propia.				

Se estructura cada tabla con el fin de establecer quiénes o cuáles son los actores directos e indirectos del sector público y privado, es importantes identificar estos actores para el desarrollo del presente plan de turismo, de esta forma se podrá establecer una base de datos que cruza información relevante para el turismo y para el área que se quisiera intervenir.

3.3 Estructura de Gestión para la Ejecución del Plan.

Para la elaboración del plan, se ha determinado quienes serán los responsables de la coordinación y la planificación de tareas para cada etapa, estableciendo el grupo general de trabajo, el que considera a profesionales de la Municipalidad de Salamanca, específicamente a trabajadores de la Oficina de Desarrollo Económico Local (ODEL), integrado por 5 personas.

Para la ejecución del plan se establecerán diferentes áreas de trabajo en la oficina de turismo municipal, abarcando aspectos como:

1. Planificación y desarrollo de productos turísticos y servicios turísticos.
2. Promoción y marketing.
3. Asistencia técnica y fomento productivo.
4. Coordinación y programación de eventos turísticos.
5. Sensibilización y capacitación turística.
6. Ordenamiento territorial y medioambiente.

Es importante destacar que en el marco de las tareas que competen a la autoridad local, el turismo debe enfrentarse desde una perspectiva de actividad "transversal", por cuanto cualquier decisión que afecte al territorio comunal tendrá un impacto sobre los recursos, la comunidad involucrada, los prestadores de servicios y finalmente sobre los turistas, lo que obliga a trabajar bajo un enfoque integral.

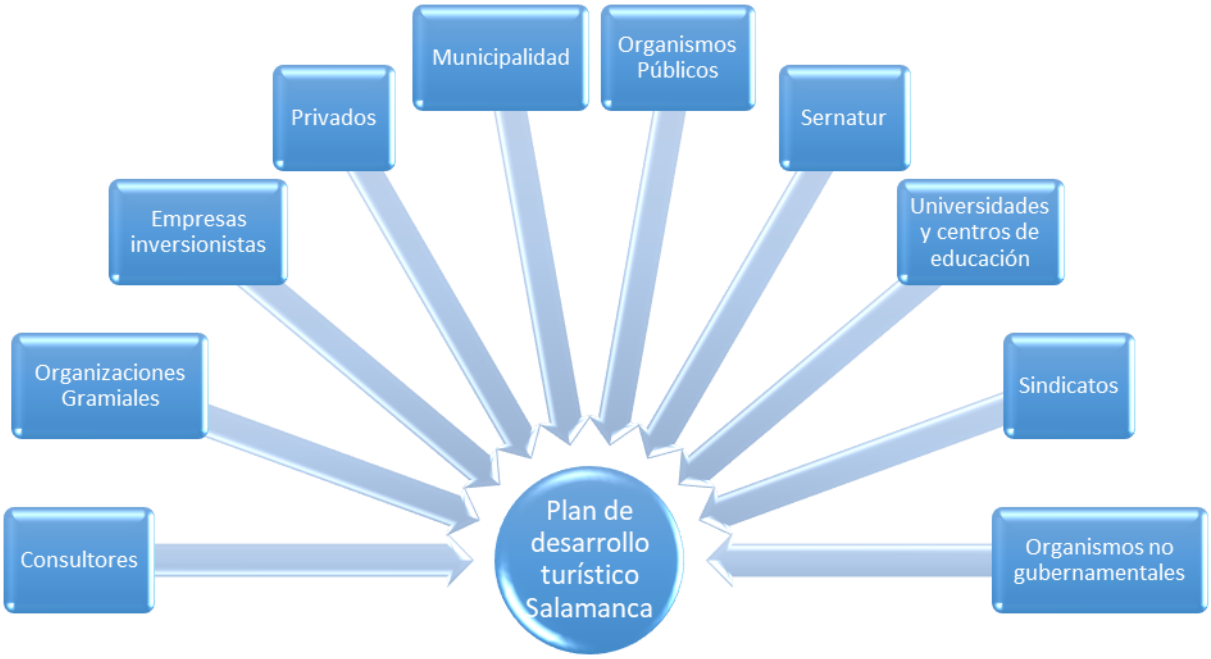
En el esquema de trabajo propuesto, la oficina de Turismo tendrá que asumir como una de sus tareas permanentes la coordinación con el conjunto de Departamentos que conforman la estructura orgánica municipal y para avanzar en sus planes de acción deberá conformar un grupo de trabajo con SERNATUR y otros actores del sector público y privado; de otra forma será poco factible que pueda lograr éxito en su gestión. (Rivas, p.37)

3.3.1 Estructura Participativa del Plan de Trabajo.

La asociatividad pasa a constituirse en un elemento determinante para la búsqueda de estrategias integrales de desarrollo, lo que en muchos casos llevará al municipio a asumir un rol de liderazgo y coordinación de todos los "agentes" involucrados en el sector turismo. Lo importante es que el esfuerzo de planificación del desarrollo turístico, sea conducido o no por la municipalidad, tiene en ésta a uno de sus actores principales y como tal debiera estar representado por su máxima autoridad.

En esta primera etapa corresponde la creación de una estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico (esquema N°1), lo que conduce a establecer una visión compartida (comunitaria) acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística. En el siguiente esquema se muestra una sugerencia indicada en el manual de orientaciones para la elaboración de un PLADETUR: (Rivas Ortega H. 2008, p25)

Esquema N° 1: Estructura Participativa del Plan de Trabajo.



Fuente: Elaboración Propia.

3.4 Grupos de Trabajo.

Según estudios es recomendable establecer una mesa de trabajo para el desarrollo del Plan de Desarrollo Turístico, convocando a los diferentes actores sociales de la comuna que poseen vinculación con el ámbito turístico, con el fin de aportar al cumplimiento de las estrategia y objetivos.

Esta mesa de trabajo es la forma ideal que se quiere alcanzar para poder desarrollar el Plan de desarrollo turístico, sin embargo, se deberá abordar detalladamente este punto en los próximos capítulos luego de analizar los resultados de la etapa el diagnóstico.

3.4.1 Configuración de la Mesa de Trabajo.

A través de los actores públicos, privados y actores sociales que forman parte de la Comuna y el rol que estos cumplen se puede generar un desarrollo integral y asociativo, obedeciendo a las necesidades y requerimientos de la Comuna. Se propone conformar esta mesa por los siguientes actores asociados al turismo: Alcalde, Concejo Municipal, Oficinas Municipales, Redes de Turismo, Cámara de Comercio, Agrupaciones Indígenas, Agrupaciones de Artesanos, Comunidades agrícolas, Comunidad de Parceleros, Agrupaciones Funcionales, Juntas de Vecinos, entre otras.

3.4.2 Objetivo de Trabajo Participativo.

El objetivo de esta mesa de trabajo es poder ejecutar el plan de desarrollo turístico con la conformidad y participación de todos los actores involucrados en el área. Así mismo dar a conocer los lineamientos y estrategias que se quieren alcanzar, donde todos los esfuerzos se canalicen para el efectivo desarrollo turístico de la comuna de Salamanca.

3.5 Perspectiva del Trabajo Comunitario.

En este punto se definen los aspectos más importantes y representativos de la comunidad local, pero antes de esto, se profundizará en la relevancia que tiene la participación de la comunidad local en este plan de desarrollo turístico, respondiendo a las siguientes interrogantes:

- ¿Por qué se debe considerar a la comunidad local en el Plan de Desarrollo Turístico Comunal?
- Porque permite identificar las necesidades, preocupaciones, intereses y motivaciones.
- Porque son representantes de la realidad económica, social y ambientales de la comuna.
- Porque se establece un vínculo de cercanía con la comunidad.
- Porque generará mayor compromiso en la etapa de ejecución del Plan.
- Porque están involucrados directa e indirectamente con el desarrollo de la actividad turística de la comuna.
- Porque son un potencial recurso turístico. (En relación a la idiosincrasia del salamanquino)

¿Por qué todos los actores deben participar en la elaboración del PLADETUR?

Es importante considerar a la comunidad local, al sector público y al sector privado en la elaboración del plan debido a que el turismo es una actividad transversal, en donde todos los actores forman parte de un destino turístico. Se debe considerar que el turista no distingue comunas ni límites, establece el conjunto de servicios y atractivos como un todo y lo más importante es la experiencia, es decir, no basta con ofrecer servicios y atractivos turísticos, sino que se debe incorporar el factor emocional dentro de la actividad turística, y es ahí donde la comunidad local cumple un rol fundamental, ofreciendo al turista identidad y cultura local.

3.5.1 Comunidad Local.

Dentro de la comuna de Salamanca se pueden encontrar organizaciones de diversa índole. Sin embargo, para levantar la información del plan de desarrollo turístico se consideró como parte del objeto de estudio a la comunidad local dividida en dos; actores directos y actores indirectos en el desarrollo del turismo.

3.5.1.1 Comunidad Local Directamente Relacionada con el Turismo.

Los instrumentos que se utilizaron para obtener la información de los actores directamente relacionados con el turismo fueron entrevistas y Focus Group, los que ya fueron detallados

anteriormente, por lo que este apartado está dirigido principalmente a los resultados que se quieren obtener con la información adquirida.

Consecuentemente con la metodología aplicada en el proceso de elaboración del PLADETUR y para garantizar que este impacte de la manera deseada en el proceso de desarrollo turístico local, debe tratarse de un instrumento legitimado, proceso que desde su construcción deberá recoger la perspectiva de la comunidad y de todos los actores locales, obteniendo una representación integral de la comuna, para facilitar la interpretación asertivamente de la información extraída del instrumento cualitativo, el que se sustenta en la Participación Ciudadana, siendo capaz de identificar todas las potencialidades que posee la comuna, sus ventajas competitivas y los recursos que posee.

Como resultado de la planificación de los instrumentos aplicados se obtiene la siguiente información:

- Entrevistas: De la cantidad de entrevistas planificadas se ejecutaron al 100%, cada participante contestó positivamente los temas expuestos.
- Focos Group: Se realizaron 4 Focus Group dirigido a dos tipos de actores, por un lado, empresas y emprendimientos del área del turismo y por otra parte actores públicos y privados directamente relacionada con el área. Por lo tanto, con el primer tipo de actores se realizaron 3 actividades en donde se obtuvo la participación de 23 personas de 32 convocados, para el segundo tipo de actores se desarrolló un Focus Group con un nivel de participación del 67%.

3.5.1.2 Comunidad Local Indirectamente Relacionada con el Turismo.

La perspectiva de los actores indirectamente relacionados con el turismo se obtuvo a través de encuestas y cuestionario a escala de Likert, permitiendo obtener información a nivel urbano y rural.

La Comuna de Salamanca según el Plan de Desarrollo Comunal tiene 33 localidades las que se distribuyen en sus diferentes valles, representativamente se escogió una junta de vecinos de cada localidad. Por su parte, la encuesta se realizó metodológicamente a través de un muestreo probabilístico, siendo un 5% el rango de error de esta. Al igual que los instrumentos anteriores se espera determinar el diagnóstico y el potencial turístico de la comuna, desde una perspectiva participativa y técnica, en base a la experiencia de los participantes, logrando establecer los pilares estratégicos para el desarrollo turístico comunal.

3.6 Análisis de Temas Claves con la Comunidad.

Esta etapa es muy importante de considerar en la elaboración del plan, Rivas (2008) afirma:

Para formular un plan que satisfaga las expectativas de quienes serán sus principales beneficiarios resulta indispensable establecer un mecanismo de discusión y análisis acerca de las propuestas que se están evaluando en el destino. No estamos planteando un proceso de consulta (a modo de prediagnóstico) dirigido por “expertos” que reciben opiniones y posteriormente elaboran su informe con los principales resultados que otros “expertos” sintetizarán; sino que se trata de un trabajo

orientado a establecer prioridades y definir, con un esfuerzo colectivo, alternativas o cursos de acción que permitan poner en marcha un desarrollo turístico sustentable.

La importancia de esta fase radica en que a partir de sus resultados se podrá apoyar a la comunidad local en la definición de los problemas críticos que afectan a la actividad turística, así como en la identificación de las alternativas de solución más acordes a la realidad local.

En Chile, la experiencia de muchos años observando la forma y métodos mediante los cuales se diseñan los planes de desarrollo turístico, permite concluir que en la mayoría de los casos se privilegió el "trabajo de escritorio", por sobre el trabajo en terreno. En algún grado los Planes Maestros de Desarrollo Turístico de la década del noventa, comienzan a introducir procesos de participación, pero principalmente centrados en los aportes de algunos pocos funcionarios del sector público o empresarios directamente involucrados con el sector turismo, desde una perspectiva regional, más que local, dado que ése es el ámbito territorial del trabajo.

3.6.1 Identificación de Temas Claves con la Comunidad.

En este apartado es importante establecer que cada instrumento que se desarrolló cumple con una determinada función y que para este estudio se analizarán detalladamente con el objetivo de identificar eficientemente los aspectos relevantes para la comunidad en términos turísticos.

3.6.1.1 Comunidad Local Directamente Relacionada con el Turismo.

Para realizar esta investigación se determinó desarrollarla a través de instrumentos cualitativos; Focus Group y entrevistas, en ambos casos las variables que se busca identificar son aquellas que expresan características o cualidades, y no pueden ser medidas con números.

Específicamente para el Focus Group se busca conocer el grado de conocimiento que tiene las personas respecto el turismo y de los factores que hoy influyen positiva y negativamente en el desarrollo del área. Una vez determinada esta información se elaborará un análisis FODA con el objetivo de identificar los aspectos que deberán ser prioridad en este plan de desarrollo turístico.

En relación a la entrevista se establecieron variables como; nivel de conocimiento, expectativas, compromiso, imagen del destino, potencial del destino, entre otras. Esta información permitirá poder realizar un mejor análisis de la situación actual del turismo en la comuna de Salamanca, de las perspectivas que se tienen del sector y del interés que existe por parte de las autoridades y actores estratégicos en desarrollar la industria del turismo.

3.6.1.2 Comunidad Local Indirectamente Relacionada con el Turismo.

La comunidad de Salamanca se separa en dos sectores; comunidad urbana y comunidad rural, y que para efectos de esta investigación se diseñaron dos tipos de instrumento, el cuestionario para investigar el sector rural y la encuesta para el sector urbano, esta información será analizada y detallada en el diagnostico turístico del presente estudio, y que al igual que los instrumentos anteriores busca identificar la percepción que tienen las personas que viven en Salamanca respecto al turismo, de manera tal que justifique y fundamente los lineamientos del plan de desarrollo turístico.

3.7 Determinar los Niveles de Participación.

Antes de determinar los niveles de participación, es necesario hacer mención de la existente relación que hay entre el plan de desarrollo turístico con el plan de desarrollo comunal. Considerando que este último se basa en 3 principios fundamentales:

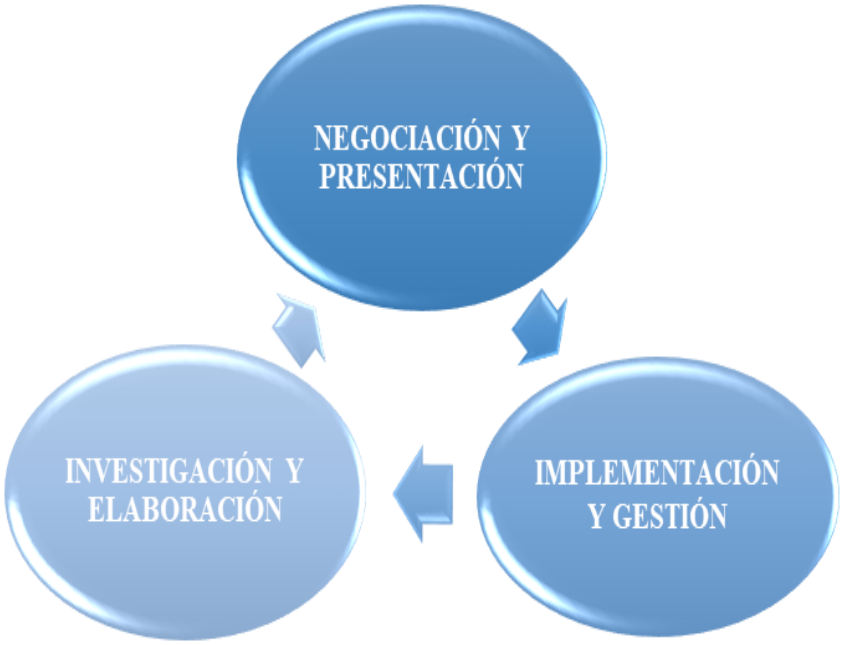
- Legitimidad: forjada en las instancias de participación, aporte y respaldo de la Comunidad
- Transparencia: mediante el registro del proceso y sus posteriores instancias de revisión y evaluación.
- Gobernanza: al proporcionarle al Alcalde un instrumento efectivo para lograr la convergencia entre los intereses de la Comunidad y del Municipio.

El PLADECO busca mejorar la interrelación social, aumentar el conocimiento y la cultura, orientando la Comuna hacia un desarrollo sostenible que promueva el desafío integral de sus habitantes.

En base a esto se puede definir que el nivel de participación de la comunidad constituye uno de los principios del PLADETUR y será la base para el trabajo con la Comunidad durante las fases siguientes. Según el manual de elaboración del plan de desarrollo comunal que el proceso de planificación debe desarrollarse a través de 3 ciclos:

- Investigación y elaboración: Periodo en el que se reúne la visión de la Gestión Municipal, la Comunidad y Actores Locales relevantes para alcanzar la toma de decisiones que permita orientar las directrices del Plan.
- Negociación y presentación: Periodo dirigido a dialogar con el Gobierno Regional para garantizar fondos dentro de los siguientes 4 años de gestión. Posteriormente se presenta el PLADETUR al Concejo para su aprobación y a la Comunidad para su conocimiento.
- Implementación y Gestión: Periodo dirigido a la realización de estudios, programas o proyectos definidos, se identifican formas de financiamiento y se evalúa el proceso en todas sus etapas.

Esquema N° 2: Implementación y Gestión.



Fuente: Manual de Elaboración del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO)

Por lo tanto, el nivel de participación de la comunidad local en la primera etapa de investigación y elaboración del Plan, es el siguiente:

Tabla N° 19: Niveles de Participación.

Instrumentos	Cantidad de participantes		
	Nivel Local	Nivel Provincial	Nivel Regional
Entrevistas	15	1	3
Focus Group	23	0	1
Encuestas	379	0	0
Cuestionarios	33	0	0
Total	450	1	4
Fuente: Elaboración Propia			

La cantidad de individuos que participaron en el levantamiento de información fueron 455 personas en total, de los cuales 4 son actores regionales, 1 actor a nivel provincial y 450 actores de la comuna de Salamanca.

A diferencia de la etapa anterior en donde los niveles de participación de la comunidad local estaban previamente definidos. En la segunda etapa de implementación este factor no se podrá controlar, sin embargo, se podrá proyectar el grado de participación deseado de la comunidad local en las acciones que se desarrollarán en el futuro.

CAPÍTULO 4: DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Para desarrollar el PLADETUR de Salamanca se consideró el diagnóstico de la comuna, el que integra tres aspectos, diagnostico socio territorial, diagnostico turístico y diagnóstico de la demanda turística.

4.1 Diagnostico Socio - Territorial y Características de la Comuna.

Según Silva (2003:18), el diagnóstico debe proporcionar la información que permite conocer la capacidad de desarrollo, las oportunidades y potencialidades, así como los recursos disponibles para ello. En términos generales, un diagnóstico contiene información de tres tipos: descriptiva, explicativa y de prognosis acerca de la actividad turística.

Habitualmente, se pone mucho en el estudio de las características de la oferta y tendencias de la demanda turística, pero lo es comprender cuál es la relación que existe entre las oportunidades que ofrece el territorio turístico y las condiciones o escenarios posibles y deseables para el desarrollo de las actividades turísticas, conforme al tipo de turista que una zona puede atraer.

Respecto de esta relación espacial, cabe señalar que una de las conclusiones más relevantes que se obtendrán del diagnóstico es si el turismo puede ser viable en todos los lugares, por cuanto la evidencia empírica demuestra que no necesariamente es así (OMT, 1996). (Rivas, 2008, p. 48)

Por lo que, esta sección será concluyente para el desarrollo de los siguientes capítulos, debido a que el diagnóstico proporcionará un informe íntegro de la realidad turística local.

4.1.1 Antecedentes Generales de la Comuna de Salamanca.

Estos antecedentes se irán dando a conocer a través tres factores, comenzando con los limites administrativos, la reseña histórica de la comuna y su ubicación geográfica.

4.1.1.1 Límites Administrativos.

De acuerdo con la división político-administrativa actual, la comuna de Salamanca está ubicada en la Provincia del Choapa, específicamente en la Región de Coquimbo. Se encuentra a 301 km desde la ciudad de Santiago, el tiempo estimado es de 3h. 40 min. por la Ruta 5 Norte, desde la ciudad de La Serena la distancia es de 320 km y el tiempo estimado del corrido es de 3 h. 52 min. por panamericana Ruta 5 Norte. A nivel provincial se encuentra emplazada a sólo 30 km de Illapel, centro administrativo provincial y a 95,4 km por la ruta D-81 se conecta con la comuna de Los Vilos.

Las coordenadas geográficas son entre 31°40’ y 32° 15’ de latitud sur entre 71° 15’ y 70°15’ longitud oeste con una altitud de 510 msnm. Los límites de la comuna son: por el Norte, con la comuna de Illapel; al Sur, con la Región de Valparaíso; al Oriente, con la República Argentina, y al Poniente con la Comuna de Los Vilos e Illapel.

La comuna posee una superficie de 3.445 km2, correspondiente al 34,17% de la superficie de la provincia y al 8,49% de la superficie regional. Según las estadísticas obtenidas a través del mismo

instrumento la población de la comuna es de 29. 347 habitantes. (PLADECO Salamanca, 2017-2021)

4.1.1.2 Reseña Histórica de la Comuna.

Salamanca se ubica en la zona de valles transversales de la región, en la ribera norte del río Choapa, unos metros aguas arriba de su confluencia con el río Chalinga. Sus suelos son de origen fluvial, producto de la descomposición de rocas provenientes de las laderas montañosas producto de la erosión del río.

El nombre de la ciudad proviene del apellido de quien fue propietaria de las tierras en las que se fundó la ciudad, doña Matilde Salamanca.

La ciudad de Salamanca fue fundada el 29 de noviembre de 1844, por el Gobernador Interino de Illapel Don Joaquín de Ceballos, por acuerdo de la Junta de Hospitales de Santiago, en los terrenos de la Hacienda Choapa, a esa fecha de propiedad de la beneficencia. La hacienda había sido propiedad de Matilde Salamanca, cuyos bienes por disposición testamentaria pasaron a ser inicialmente administrados por la Iglesia (1820) y luego por decreto del Director Supremo Don Bernardo O'Higgins, de fecha 1 de septiembre de 1821, entregados a la beneficencia pública.

Está ubicada en la ribera norte del río Choapa, próxima a un antiguo asiento indígena que constituyó parte de la "Encomienda del Choapa", y que se situaba en el lugar actualmente conocido como Chalinga. Hacia 1897 Salamanca contaba ya con 2.000 habitantes, en tanto Chalinga registraba 367 documentos de esa fecha, en la que se describe como un pequeño caserío cuya planta comprende 48 manzanas divididas por calles rectas de "regular ancho". Ya contaba con iglesia, telégrafo, oficina de registro civil y constituía asiento de Municipio con jurisdicción sobre las subdelegaciones de Peralillo, Cerro Chico y Salamanca. De los numerosos fundos que formaban parte de la Hacienda Choapa, algunos fueron parcelados en virtud de la Ley de Colonización de 1928. Sin embargo, en 1965 cuando la Corporación de la Reforma Agraria (CORA), adquiere del Servicio Nacional de Salud (continuador legal de la Beneficencia Pública), los fundos que formaban la Hacienda Choapa, éstos aún alcanzaban a 253.000 ha, de las cuales. Poco más de 8.000 hectáreas eran de riego.

A fines de la década del sesenta y como consecuencia de los programas de la CORA, se cumple un programa de concentración de la población campesina del Valle del Choapa en villorrios que se sitúan a ambas riberas del río del mismo nombre, configurando localidades urbanas en el año 1982. (PLADECO Salamanca, 2017-2021)

Con relación a la ocupación hispana es importante destacar que después que Almagro pasó por Chile (1536) siguiendo el Camino del inca, Pedro de Valdivia emprenderá la conquista de estos territorios (1540) a través de la misma vía. Asentado en Chile, Valdivia recompensará a su gente con tierras e indios ("mercedes" y "encomiendas") para que las trabajen. A Juan de Cisternas corresponderán las tierras del "Chuapa". Interesa precisar que las tierras de Cisternas serán compradas después por el peruano Gaspar de Ahumada y Mendoza, bajo cuya 23 propiedad quedarán las hijuelas de Cuncumén, Chillepín, Tranquilla, Coirón, Llimpo, Quelén, Las Casas, Tahuinco, El Tambo, Limahuida, Las Cañas y Las Vacas, o sea, una extensión que abarcaba desde la cordillera hasta las cercanías del actual puerto de Los Vilos. A fines del siglo XVI la población

nativa de El Tambo es trasladada a Chalinga, recibiendo la denominación de “pueblo de indios”, concepto utilizado en la época para caracterizar a las poblaciones naturales reunidas en estos sectores para brindarles mayor protección, además, para que curas y doctrineros a niños y mayores con la frecuencia necesaria la doctrina cristiana. Hacia 1729 se tiene conocimiento que la “Vice - parroquia de Chuapa Alta “(Chalinga), está a cargo del cura “Reverendísimo” Agustín Feliz de Molina. (PLADECO Salamanca, 2017-2021)

4.1.2 Análisis Territorial del Destino.

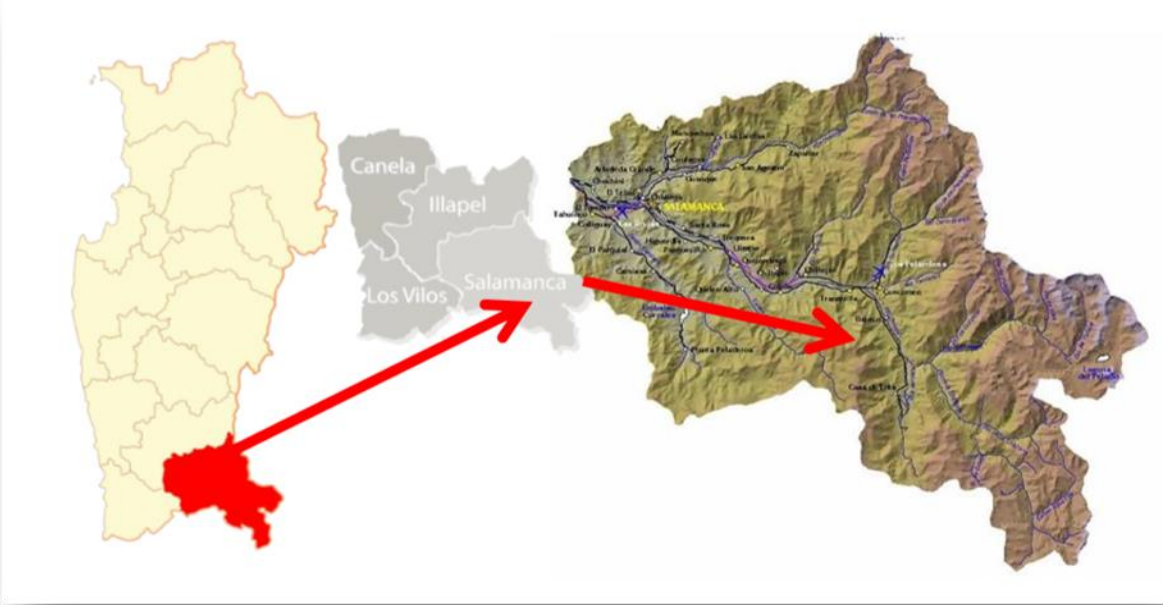
En la siguiente sección se entregarán datos investigativos del territorio de la comuna de Salamanca, estableciendo antecedentes como ubicación geográfica, condiciones medioambientales y las características del entorno urbano y rural.

4.1.2.1 Ubicación Geográfica.

Salamanca es una comuna chilena ubicada en el extremo sureste de la Región de Coquimbo. Se ubica en la zona de valles transversales de la región, en la ribera norte del río Choapa, unos metros aguas arriba de su confluencia con el río Chalinga. Sus suelos son de origen fluvial, producto de la descomposición de rocas provenientes de las laderas montañosas, la ubicación se puede observar gráficamente a través de la Ilustración N° 5.

El acceso principal a la comuna es por el camino a Illapel (Ruta D-81) y desde ese lugar a Los Vilos se conecta por la ruta D-85, donde se conecta con la Ruta 5 Norte al resto del país, la cuesta de Cavilolén consta de 10 km de extensión por camino pavimentado.

Ilustración N° 5: Mapa Político Provincial.



Fuente: (PLADECO Salamanca 2017-2021)

4.1.2.2 Condiciones Medioambientales.

Salamanca se ubica netamente en una zona de valles transversales, pertenece a la cuenca hidrográfica del Río Choapa y se sitúa en la ribera norte de éste, aguas arriba de la confluencia con el río Chalinga. Estos valles precordilleranos son estrechos, con un origen fluvial en las zonas ribereñas y de descomposición de rocas (arcillas y maicillos) en las laderas montañosas.

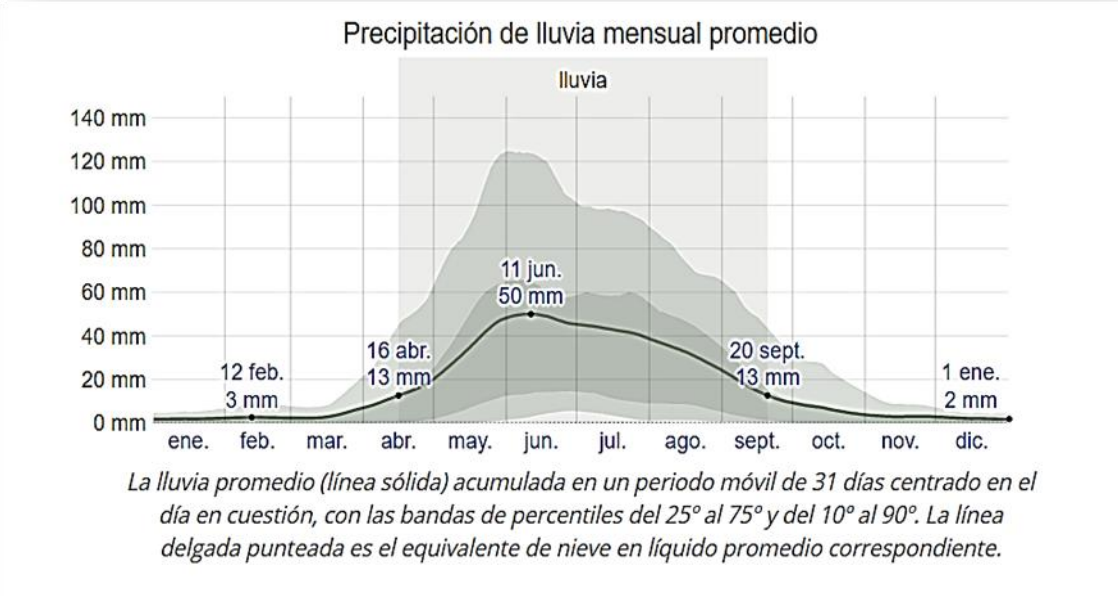
Al ser una zona precordillerana, presenta un clima de estepa cálido con precipitaciones invernales, caracterizado por la ausencia de nubosidad y sequedad del aire. Los veranos son caliente, áridos y despejados y los inviernos son cortos, fríos y parcialmente nublados. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 6 °C a 25 °C. En base a la puntuación del turismo, la mejor época del año para visitar Salamanca para actividades de tiempo caluroso es desde finales de noviembre hasta mediados de marzo, esto se puede apreciar con más detalles en el Gráfico N° 1.

Para mostrar la variación durante un mes y no solamente los totales mensuales, se muestra la precipitación de lluvia acumulada durante un período móvil de 31 días centrado alrededor de cada día del año. Salamanca tiene una variación ligera de lluvia mensual por estación. La temporada de lluvia dura 5,1 meses, del 16 de abril al 20 de septiembre, con un intervalo móvil de 31 días de lluvia de por lo menos 13 milímetros. La mayoría de la lluvia cae durante los 31 días centrados alrededor del 11 de junio, con una acumulación total promedio de 50 milímetros. El periodo del año sin lluvia dura 6,9 meses, del 20 de septiembre al 16 de abril. La fecha aproximada con la menor cantidad de lluvia es el 1 de enero, con una acumulación total promedio de 2 milímetros.

La cuenca del Choapa posee diversos tipos de suelos, los cuales difieren en función de sus características de Drenaje, Capacidad de Uso y Aptitud Frutal. La Comuna de Salamanca al localizarse en el sector alto de la Cuenca del Choapa, presenta suelos de aptitudes frutales clasificadas como “Condiciones adecuadas” para cultivo de frutales y su capacidad de uso como “Sin limitaciones para uso agrícola”.

Según lo analizado a través del gráfico se presenta el registro de precipitación mensual (medido en m.m.) de la Comuna de Salamanca, el informe ilustra el clima típico en Salamanca, basado en un análisis estadístico de informes climatológicos históricos por hora y reconstrucciones de modelos del 1 de enero de 1980 al 31 de diciembre de 2016. (Diebel. J, Nordo J, Kretchmer O, 2019)

Gráfico N° 1: Registro Mensual de Precipitación.



Fuente: Diebel. J, Nordo J, Kretchmer O, 2019, https://es.weatherspark.com (Diebel. J, Nordo J, Kretchmer O, 2019)

4.1.2.3 Características del Entorno Físico Urbano/Rural

Con relación al territorio, la provincia del Choapa se caracteriza principalmente por ser la zona más estrecha de todo el territorio chileno con 90 km de ancho cerca de la ciudad de Illapel. La que está marcada por la escasez de recursos hídricos y es conocida como zona de valles transversales, ya que está atravesada por la Cordillera de los Andes, el complejo montañoso andino costero y las planicies litorales en contacto directo con el Océano Pacífico.

La comuna de Salamanca se encuentra conectada por la ruta D-81 con la ciudad de Illapel. Esta ruta asfaltada, de 30 km, con berma, presenta un alto flujo vehicular. Hacia el interior, Salamanca se encuentra conurbada con la antigua localidad de Santa Rosa y se conecta con Cuncumén mediante la ruta D-835, de 43,2 km, como se puede apreciar en la Tabla N° 20. Es una ruta pavimentada, sin berma en la mayor parte de su extensión y que presenta un alto flujo vehicular.

Asimismo, por la ciudad pasa la ruta D-825, que tiene su origen en el cruce D-37-E (Limáhuida) y concluye en El Almendrillo, con una extensión de 80 km. Esta ruta pavimentada, se ubica en la ribera sur del río Choapa desde Salamanca hacia el interior, permite conectar a todas las localidades de esa ribera con la capital comunal. Por otro lado, las localidades de Chuchiñí y Peralillo poseen mejor conectividad debido a que están vinculadas en el trazado vial con la comuna de Illapel.

El creciente desarrollo económico de la comuna de Salamanca ha propiciado progresivas mejoras en la conectividad hacia sus localidades, estrechando distancias al optimizar la movilidad vial y peatonal, aún pese a este escenario favorable, no se debe obviar que aún existen localidades apartadas que solo poseen acceso a través de una red de caminos rurales. Geográficamente las localidades más distantes, involucran un periodo de tiempo de traslado de 2 horas aproximadamente, para llegar a Salamanca (Caso de Peladeros, Batuco, entre otros). El siguiente

cuadro muestra las distancias, entre localidades y en centro urbano. (PLADECO Salamanca, 2017-2021)

Tabla N° 20: Distancias desde Salamanca a Localidades.

Localidades/Distancia					
Localidad	Km	Localidad	Km	Localidad	Km
Zapallar	27	Batuco	52	Colliguay	15
San Agustín	20	Tranquilla	37	El Palquial	20
Huanque	12	Coirón	27	El Arrayan	35
Cancha Brava	5	Punta nueva	25	Tahuinco	10
Cunlagua	14	Quelén alto	22	Peladeros	54
La Jarilla	27	Quelén bajo	17	Chillepín	30
Señor de la Tierra	12	Panguesillo	13	Llimpo	14
Manquehua	12	La Higuerilla	11	Jorquera	8
Arboleda grande	10	El Queñe	3	Santa Rosa	6
El Tebal	6	El Tambo	6	Cuncumén	42
El Boldo	5	Chuchiñi	13	Quilmenco	15
Fuente: Elaboración propia.					

Cada uno de los tres valles; Chalinga, Choapa y Camisa, que componen la Cuenca del Río Choapa y que convergen hacia la ciudad de Salamanca, se encuentran vinculados internamente a través de las siguientes rutas de acceso observadas en la Tabla N° 21:

Tabla N° 21 Rutas Principales.

Conectividad Valles de Salamanca		
Sector Valle	Ruta	Tramo
Valle Chalinga	D-845 D-827	Salamanca - Zapallar Salamanca – La Jarilla
Valle Choapa	D-835/D-825/D-81	Salamanca – Cuncumén
Valle Camisas	D-847	Salamanca – Peladeros
Fuente: Elaboración propia.		

4.1.2.4 Actividades Productivas y su Relación con el Turismo.

Según el PLADECO de Salamanca año 2017, la actividad económica y productiva tradicional e históricamente de importancia, se basa en la agricultura y el trabajo de la tierra, sin perjuicio de la minería que en los últimos años ha jugado un rol principal. El yacimiento minero de la comuna de Salamanca, Los Pelambres está ubicado en la cordillera de Los Andes a 3.600 m.s.n.m. a 45 Km. al este de la ciudad de Salamanca. Constituye a escala mundial uno de los 10 yacimientos cupríferos

más grandes. Por otra parte, la apicultura juega un papel importante en la economía local; los productores de miel han aumentado considerablemente en los últimos años. Así mismo señalamos el ají pimentón, exportado a México y la producción de paltas para el consumo nacional. Todo esto nos demuestra que la agricultura fue, es y será un eje importante en la producción local, en conjunto con la minería.

Por otra parte, según los estudios realizados por el gobierno regional, para la actualización de la Estrategia Regional de Desarrollo 2007 – 2020, establece que el sistema de producción para el año 2020 se centrará prioritariamente en los tres principales sectores de la economía regional que representan entre el 70% y el 75% del PIB: la minería, la agricultura y la economía residencial.

El crecimiento de la economía de la comuna y del Choapa tendrá como base estos tres sectores principales. Se queda pendiente el conocimiento de la fecha de inicio de las nuevas iniciativas y por consecuencia el impacto efectivo al 2020.

El desarrollo de Pelambres entre 1999 y 2001 provocó un crecimiento explosivo del PIB, que posteriormente se ha estabilizado. Considerando la duración de la explotación minera y el peso de la mina de Pelambres, se podría considerar que la evolución del sector minero se inscribe en una tendencia pesada muy definida. Los nuevos proyectos (Pachon, Papomono,) inducirán sin duda un crecimiento mirando al 2020, cuando se produciría la puesta en marcha efectiva de la actividad.

La tendencia de la economía residencial debe ser analizada a partir del crecimiento poblacional, que es el motor principal de este sector económico. Perspectivas de la economía residencial en Salamanca: estabilidad en la medida que la población va a mantenerse estable. (Documento; Evolución de la Región de Coquimbo y de la comuna de Salamanca entre 2000 y 2006 y los futuros posibles)

4.1.2.5 Problemas Ambientales y Restricciones Territoriales.

Los problemas medioambientales y restricciones en la comuna de Salamanca, de acuerdo con los grandes desafíos que enfrenta en materia de crecimiento y desarrollo de la comuna se impulsa un mayor compromiso a la preservación del medio ambiente, asociado al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes actuales y futuros, para el desarrollo sustentable de nuestra sociedad, el desarrollo tiene como postulado centrar el equilibrio entre crecimiento económico, equidad social y conservación de recursos, con el objetivo de minimizar el problema generalizado a nivel de sociedad, esto debido principalmente a: procesos de crecimiento y concentración de la población, características físicas del país y la distribución de la población y actividades económicas, que implican la presencia de muchos lugares alejados de zonas pobladas que dificultan la fiscalización y posibilitan la instalación de basurales ilegales.

Siendo la minería y la agricultura las principales actividades productivas de la comuna de Salamanca, proporcionando en los últimos 20 años el progreso y crecimiento a esta, cuentan con factores negativos hacia el ambiente los cuales han resultado ser puntos críticos en el deterioro de los recursos naturales de la zona, además las acciones realizadas por los habitantes las cuales también son un constante contaminante, estas pueden ir desde la generación de basura y como estos se encargan de ella hasta el abandono de mascotas.

Para definir los focos se detallará cada uno de estos puntos, comenzando con:

- Minería: Una de las actividades productivas principales, por lo cual, el constante y gran movimiento que se realiza a diario genera agentes contaminantes ya sea el material particulado el cual se desplaza a las localidades del área afectando a la salud de los habitantes de estas y en ocasiones los derrames de concentrado de cobre siendo este un agente toxico el cual puede afectar desde el terreno como suelo, fuentes hídricas, entre otros, hasta los animales que se encuentren alrededor.

- Pequeña minería: Esta actividad si bien por sí sola no representa una amenaza, ya que esta produce una baja cantidad de material, al ser conectadas con las otras de las mismas características llegan a ser dañino para la salud, generando emisiones de material particulado, relaves, impacto visual, entre otros.

- Agricultura: Debido al crecimiento de esta actividad ha generado problemas como el gran uso de áreas las cuales pueden afectar a la fauna y flora de la zona que esta utilice, a su vez estos terrenos necesitan de un gran uso de agua lo que produce una pérdida de recurso hídrico importante, también el uso de pesticidas y fertilizantes generan un grado de contaminación a este.

- Vertedero municipal: La inexistencia de una regulación la cual limite la generación de residuos a los habitantes, se genera una gran cantidad de desperdicios siendo un problema ya que el vertedero de la comuna Salamanca se encuentra llegando a su límite de capacidad, teniendo que cerrar en un futuro cercano dando pie a la apertura de otro vertedero, esto es un hecho negativo ya que esto además de dejar un territorio inutilizado, se destinara otro terreno haciendo que este sea afectado de manera negativa hacia el ambiente.

- Micro basurales: Estos son diferentes focos de contaminación los cuales se encuentran dispersos en la comuna, siendo causantes del deterioro del medio ambiente y pueden ser perjudiciales para la salud de los habitantes de alrededor, estos se generan a causa de las malas prácticas y la poca educación por ese motivo estos no pueden percibir el daño que afecta a ellos y a las generaciones futuras.

- Perros vagos: En la comuna se encuentran una gran cantidad de perros los cuales han sido abandonados o han llegado desde otros lugares, esta problemática puede causar ataques a personas y ganado, contaminación por roturas de bolsas de basura.

- Plantas de extracción de áridos: Estas por lo general se ubican en lugares cercanos a los ríos, lo cual, si en esta empresa existe un mal manejo sobre los ríos, provoca un deterioro en la estética del lugar afectando a la flora y fauna de la zona, además de alterar los cursos naturales del agua.

- Contaminación de canales urbanos por coliformes fecales: Actualmente los habitantes de la comuna utilizan recursos hídricos de la zona para la producción de cultivos, luego el producto es vendido para el consumo humano, la problemática de esta acción es que los canales que pasan por zonas pobladas son utilizados para regadío. Provocando un exceso de coliformes sobrepasando a la norma. Los canales con más concentración son Población, El Prado y Aguas Claras.

(PLADECO, Salamanca, 2017-2021)

Otro antecedente de restricción es la progresión de la desertificación a largo plazo que pudiese modificar las condiciones naturales de la región y particularmente en su parte sur. El Proceso natural de degradación ambiental es un fenómeno de larga data y escala temporal, que ha sido considerado por la región en miras hacia el futuro, comenzando a enfrentarlo a través de plantaciones específicas. Como se observa en la ilustración N°6 el proceso de desertificación tiene mayor fuerza en el área sur de la Región, y la comuna de Salamanca presenta niveles graves al igual que el resto de las comunas de la provincia.

Sin embargo, la comuna posee un gran potencial turístico basado en su riqueza natural y paisajística, inmersa en el corazón del Valle del Choapa, su patrimonio natural resulta envidiable. La flora y fauna que la caracteriza por ser una zona semidesértica, rica en especies autóctonas. En las especies vegetales predomina la fisionomía xerofítica, con arbustos y hierbas pluvinadas, y gramíneas de crecimiento en mechón. En la cuenca se han identificado cuatro formaciones vegetales:

- Matorral estepario boscoso
- Matorral estepario del interior
- Matorral andino esclerófilo
- Estepa altoandina de Santiago

La fauna de la comuna no se considera rica en cantidad de especies, pero posee especies autóctonas como la chinchilla, que solo existe en una zona reducida de la IV región. La chinchilla (Chinchilla lanígera) y el guanaco (lama guanicoe) son animales que tiene un estado de conservación de peligro en extinción. Además, las especies de reptiles como la lagartija lemniscata (Liolaemus lemniscatus) y lagarto llorón (Liolaemus chiliensis) están en un estado de conservación vulnerable.

Existen variados factores que encausan problemáticas en la comuna como lo es el problema de calidad de las aguas y cambiar el modo de gestión y por consecuencia la mirada de los actores. Se podría pensar que a corto y mediano plazo no existirán problemas de agua en esta cuenca en la medida que presente condiciones climáticas similares a la Región de Valparaíso.

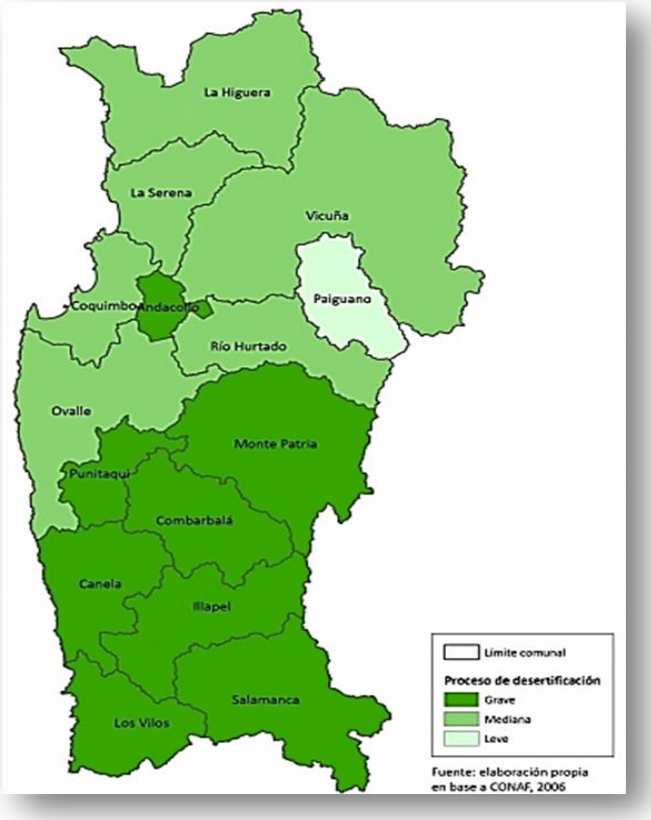
A nivel local, por parte de la oficina de gestión ambiental de la Municipalidad de Salamanca, se ha identificado que las principales problemáticas ambientales de la comuna son la emisión de material particulado originado principalmente por procesos productivos mineros o actividades de construcción y la creación de microbasurales en espacios de uso público o privado.

Para mitigar estas problemáticas la oficina municipal propone en su plan de trabajo 2019 desarrollar las siguientes estrategias:

- Implementar Sistema de Gestión Ambiental Municipal.
- Implementar la Política Ambiental Comunal.
- Implementar un Plan Integral para el manejo de los residuos.

A través de la Ilustración N° 6, se da a conocer el estado del sistema ambiental el cual se clasifica en 3 niveles leve, mediano y grave.

Ilustración N° 6: El sistema ambiental al 2020.



Fuente: (PLADECO Salamanca 2017-2021).

4.1.2.6 Potencialidad Territorial del Turismo.

A nivel regional se reconoce el alto potencial turístico que tiene La Región de Coquimbo, debido a que reúne una serie de características que la hacen particularmente idónea para la actividad turística, las cuales la han llevado a convertirse en uno de los principales destinos turísticos del país.

En general, dispone de diversos atractivos que la distinguen en el contexto nacional, presentando ventajas comparativas en el sector costero al contar con un extenso litoral dotado de variadas playas aptas para el baño, el descanso, la pesca y los deportes náuticos. Además, ofrece un conjunto geográfico único con sus valles transversales, donde destacan sus atractivos paisajísticos, culturales y las condiciones climáticas.

Especial mención merece la calidad de sus cielos lo cual, junto con atraer a importantes centros de investigación astronómica, ha posibilitado el desarrollo de un producto singular y de grandes proyecciones como lo es el Turismo Astronómico, que ha permitido definir una poderosa identidad diferenciadora para la zona: la de Región Estrella; y que en el corto plazo debe convertirse en el núcleo de la oferta exportadora turística de la región.

Es importante señalar que, tanto visitantes nacionales como extranjeros declaran que los atractivos turísticos y el clima se constituyen en los principales motivos para visitar la Región de Coquimbo,

con 41,9% y 33,4%, respectivamente. (SERNATUR, Plan de Acción Región de Coquimbo Sector Turismo, 2014 – 2018)

Según otra fuente de investigación analizada, consideran que, el aspecto económico de la industria se encuentra asociado al desarrollo del turismo de sol y playa como el tipo de turismo más importante en la región, lo que implica una baja puesta en valor del resto del territorio y la sobre explotación de recursos en ciertas épocas, provocando escases de trabajo e ingresos en general en el resto del año.

Los elementos naturales son la base del ámbito ambiental, y si bien su importancia es muy alta, en turismo esto se lee como una oferta sin valor. Por lo anterior, es necesario aprovechar estos recursos, integrándolos con el patrimonio cultural sustentado en temáticas como la arquitectura, los sitios arqueológicos, la gastronomía y otros. (DTS consultores, PRIT Región de Coquimbo, 2017)

Por lo tanto, se puede concluir que a nivel regional las ciudades que más se caracterizan por su potencial turístico son las ciudades de La Serena y Coquimbo, sin embargo, se reconoce potencial en las zonas de valles, en donde Salamanca se destaca por sus hermosos paisajes y naturaleza, de tal manera que el año 2018 adquirió el Santuario de La Naturaleza en la zona de Raja de Manquehua y Poza Azul, a través de la gestión realizada por la comunidad agrícola de Chalinga financiado por Fondos de protección ambiental (FPA) del Ministerio del Medio Ambiente, el que considera 2.242 hectáreas protegidas, con el objetivo de conservar y proteger contra los impactos generados por la minería y el turismo irresponsable.

A su vez, la zona del Estero de Quelén presenta un alto potencial turístico, por sus características naturales y por el trabajo que actualmente se desarrolla en el sector a través del Comité de parceleros de Quelén, aportes de privados y la ejecución del proyecto financiado por Fosis, el que busca potenciar el desarrollo turístico en el sector Las Tazas, con la habilitación y mantención de señaléticas informativas, para resguardar y proteger al territorio, mediante el desarrollo del turismo sustentable.

4.1.3 Análisis de la Población Residentes.

Mediante el levantamiento de información se analiza a la población, con un análisis demográfico, socio-económico y el estilo de vida de los habitantes, estos datos se obtendrán a través de las diferentes fuentes de estadísticas del gobierno y externos.

4.1.3.1 Análisis Demográfico.

Los datos presentados a continuación, fueron extraídos de los Censos de Población y Vivienda del año 2002 y 2017, llevados a cabo por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Se entregan datos estadísticos de población, desagregados por grupos de edad y sexo a nivel de comuna, región y país. Adicionalmente, se denota la declaración de pertenencia a pueblos originarios por comuna, desagregada según etnia. (BCN, 2017)

4.1.3.1.1 Población Urbana y Rural.

La población de la Comuna de Salamanca es de 29.347 habitantes, y se encuentra distribuida de la siguiente forma:

Gráfico N° 2: Indicador Zona Urbana y Zona Rural.



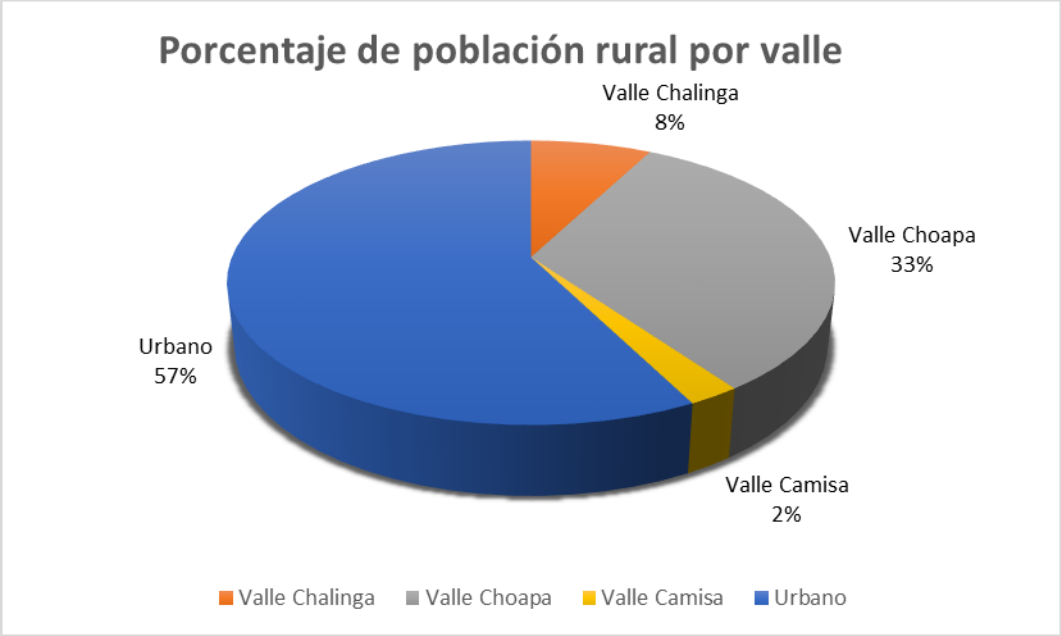
Fuente: Resultados censo 2017.

El gráfico expuesto muestra la cantidad de habitantes que viven en el sector urbano y la cantidad de habitantes que viven en el sector rural representada en forma porcentual en donde se puede identificar que la población urbana representa un 57% y la población rural un 43%.

4.1.3.1.2 Porcentaje de Población Rural por Valle.

La comuna de Salamanca se divide en 3 valles los cuales son; Valle del Choapa, de Chalinga y de Camisa, además de la zona urbana. En el siguiente grafico se muestra la distribución de habitantes entre cada uno de ellos.

Gráfico N° 3: Población Rural por Valle.



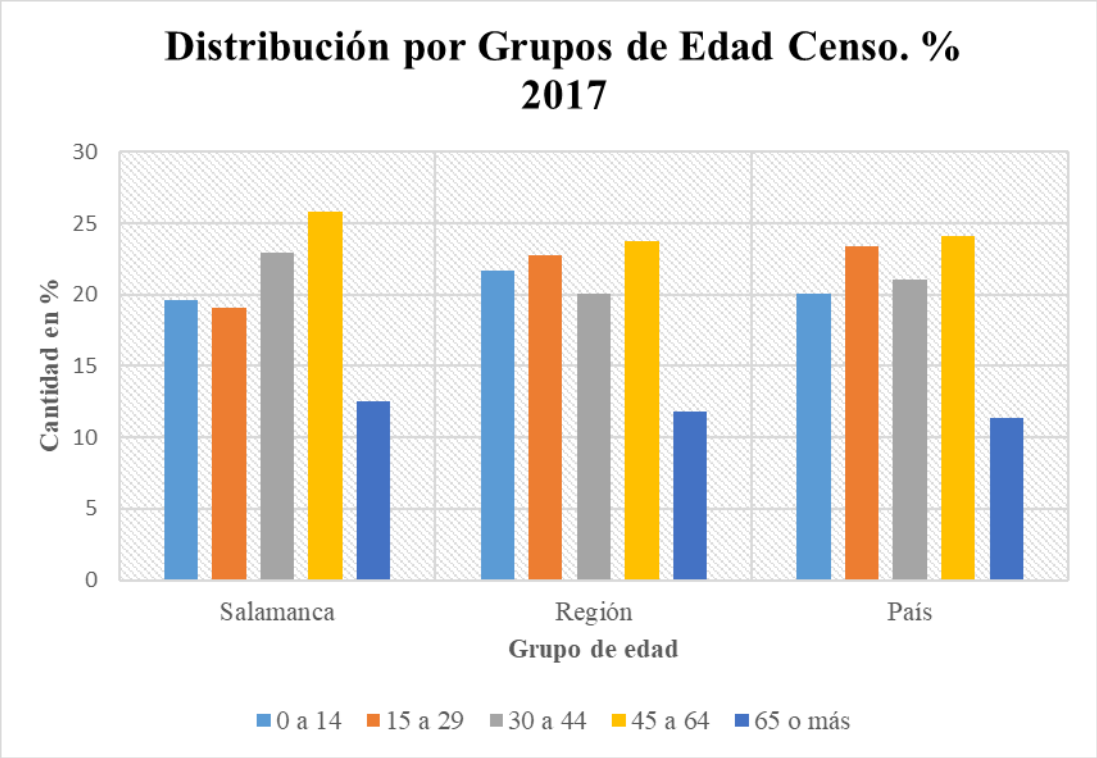
Fuente: (INE región Coquimbo, 2018).

La población de Salamanca está dividida en población urbana y en población rural, la que a su vez de divide por valle; Choapa, Camisa y Chalinga. Se destaca que la población del Valle de Choapa concentra a más del 50% de la población rural, considerando además que es el valle que tiene la mayor cantidad de localidades, luego se puede identificar que el Valle de Chalinga presenta un 8% de la población rural y por último el Valle de Camisa con un 2% de población rural. Por otra parte, se identifica el sector urbano representado por un 57 % de la población total de la comuna de Salamanca.

4.1.3.1.3 Población Según Edad.

Identificar al rango etario de los habitantes de un lugar es importante para el turismo ya que la población residente es uno de los factores que se deben considerar en todas las etapas del desarrollo de un destino, de esta forma permiten generar planes acordes a las características de estos, construyendo un turismo más integral y con menos riesgo de fracaso.

Gráfico N° 4: Indicador Según Edad.



Fuente: (BCN, 2017)

El gráfico presenta la distribución de población por grupo de edad a nivel local, regional y nacional. En donde evidencia que Salamanca tiene una mayor cantidad de adultos de entre 30 a 44 años de edad en comparación a las cantidades regionales y nacionales. En relación a la población que tiene entre 0 a 14 años, el porcentaje disminuye al igual que en el resto del país. Esta información revela que la mayor cantidad de población de Salamanca es mayor de 30 años de edad y que menos de la mitad de la población tiene entre 0 y 29 años de edad.

4.1.3.1.4 Población Salamanca Según Género.

Gráfico N° 5: Indicador Según Género.



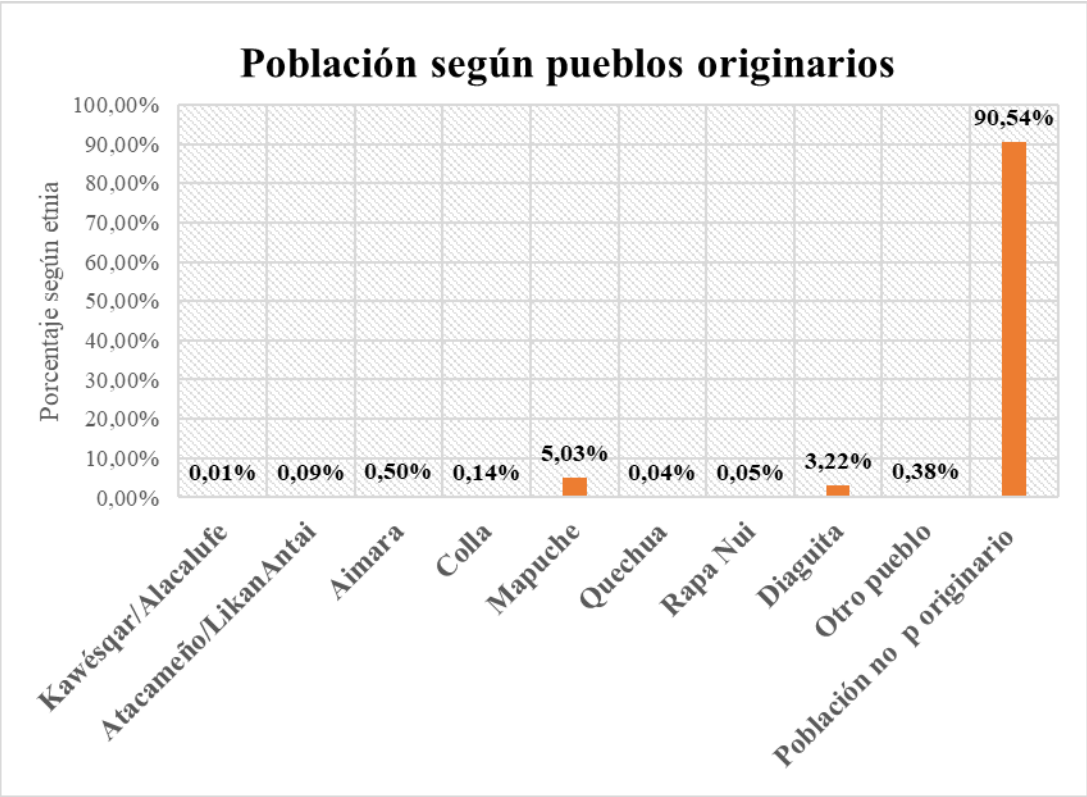
Fuente: (BCN, 2017)

El indicador de género demuestra que la mayor cantidad de población en la comuna es de género masculino superando al género femenino en 8%, por lo que el género femenino está representado por un 46% de la población total de Salamanca.

4.1.3.1.5 Población Salamanca según pueblos originarios.

La comuna de Salamanca tiene 29.347 habitantes de los cuales 2.676 habitantes se declaran pertenecer a un pueblo originario, alcanzando un 9,46 % del total de la población de la comuna, información que se detalla en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 6: Indicador Según Etnia.



Fuente: (BCN, 2017)

Considerando que el total de habitantes pertenecientes a un pueblo originario son 2.676 personas, representadas por un 9,46 % de la población total de Salamanca, se identifica que el 5,03% de estos son pertenecientes a la etnia Mapuche, seguido por la etnia diaguita con un 3,22% siendo las 2 etnias con mayor porcentaje de población en la comuna de Salamanca.

4.1.4 Análisis Socioeconómico.

Es un análisis de las dinámicas poblacionales, demográficas, económicas, entre otros factores. Este estudio incorpora a su vez varios aspectos relacionados con las condiciones sociales y culturales imperantes del territorio.

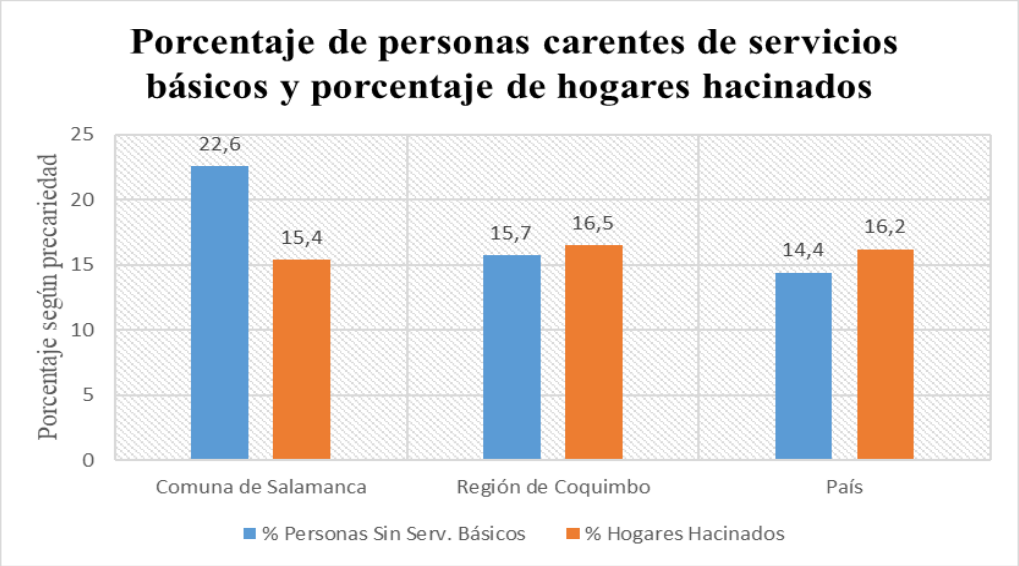
4.1.4.1 Indicadores Sociales.

Los indicadores sociales son fundamentales para evaluar y predecir tendencias de la situación de una región o una localidad, representan importantes herramientas que transmiten información científica y técnica. Por lo que permiten y cumplen una función activa en el mejoramiento de los procesos de formulación, rediseño, seguimiento y monitoreo las de políticas y planes públicos.

4.1.4.1.1 Porcentaje de Personas Carentes de Servicios Básicos y Porcentaje de Hogares Hacinados, a junio 2017.

La siguiente información muestra el porcentaje total de personas en hogares carentes de servicio básicos, sin diferenciar por Condición Socioeconómica (CSE). Se considera que un hogar es carente de servicios básicos si: reside en una vivienda que no tiene acceso a agua potable procedente de red pública en el caso de áreas urbanas o, que no tiene acceso a agua procedente de red o sistema de distribución proveniente de fuentes subterráneas o superficiales.

Gráfico N° 7: Población Carente de Servicios Básicos y Hogares Hacinados.



Fuente: (BCN, 2018)

El presente gráfico señala la cantidad de personas sin servicios básicos y de hogares hacinados, evidenciando que Salamanca presenta un alto porcentaje de población sin servicios básicos en comparación con la región y el país, en relación a los hogares hacinados se presenta menos diferencia en los porcentajes en comparación a nivel regional y nacional.

4.1.4.1.2 Número de Organizaciones Sociales y Comunitarias, años 2015 a 2017.

Son organizaciones comunitarias de carácter territorial son aquellas que tienen por objeto promover el desarrollo de la comuna y los intereses de sus integrantes en el territorio respectivo y colaborar con las autoridades del Estado y de las municipalidades. Son organizaciones comunitarias de carácter funcional aquellas cuya finalidad es representar y promover valores específicos de la comunidad dentro del territorio de la comuna o agrupación de comunas respectiva. (Ley nº 19.418, Sobre Juntas De Vecinos y Demás Organizaciones Comunitarias, Biblioteca del congreso nacional de Chile, https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=70040)

A través de un trabajo asociativo entre las organizaciones sociales y las instituciones públicas se pueden desarrollar diversas actividades y estrategias con una visión comunitaria, evidenciando problemas y aspectos positivos de la comuna, al momento de generar planes de mejora en el ámbito turístico estas pueden ser de gran ayuda debido a que estas pueden aportar opiniones, ideas y proyectos para el beneficio social y económico del territorio.

Gráfico N° 8: Población Según Organizaciones Sociales y Comunitarias.



Fuente: (BCN, 2017)

El gráfico presenta la cantidad de organizaciones que existen en Salamanca en relación al año, demostrando que el año 2015 existían 141 organizaciones comunitarias y el año 2017 se triplica la cantidad con 428 organizaciones, evidenciando un alto crecimiento en el transcurso de dos años.

4.1.4.2 Indicadores Económicos.

Los datos estadísticos sobre la economía permiten analizar la situación y rendimiento económico pasado y presente, así como realizar pronósticos para el futuro de la comuna de Salamanca.

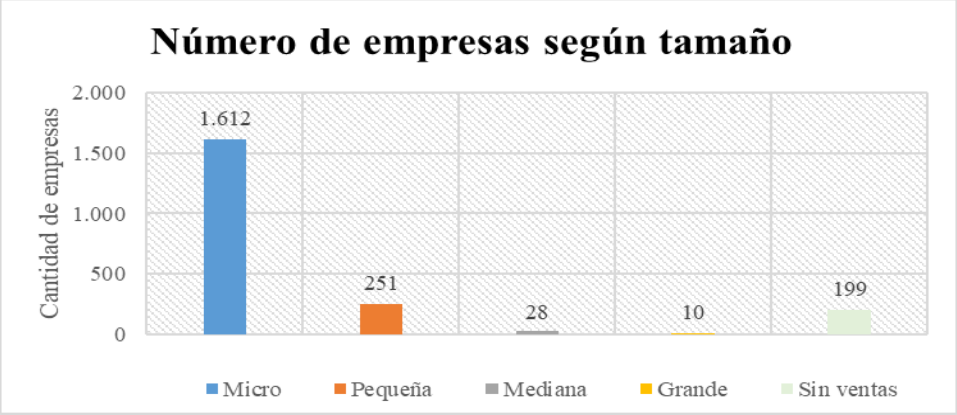
4.1.4.3 Número de Empresas Según Tamaño, años 2014 a 2016.

En el contexto chileno, las empresas se pueden clasificar o agrupar de la siguiente manera: Tamaño o Magnitud, Actividad o giro, Sector económico al que pertenece, Origen del Capital, Constitución jurídica, Ámbito de la actividad y Destino de los beneficios.

Sin embargo, en este apartado se hace referencia al tamaño de una empresa lo cual es muy relevante ya que mientras mayor tamaño tiene esta, más es la cantidad de beneficios económicos generados hacia la comuna permitiéndole a esta poder desarrollarse de mejor manera.

En la comuna de Salamanca se pueden encontrar una gran variedad de empresas de diversos tamaños relacionadas con el turismo, la minería y la agricultura, siendo estas últimas las principales actividades económicas y que registran el mayor porcentaje de ingresos económicos a la comuna.

Gráfico N° 9: Número de Empresas Según Tamaño.



Fuente: (BCN, 2017)

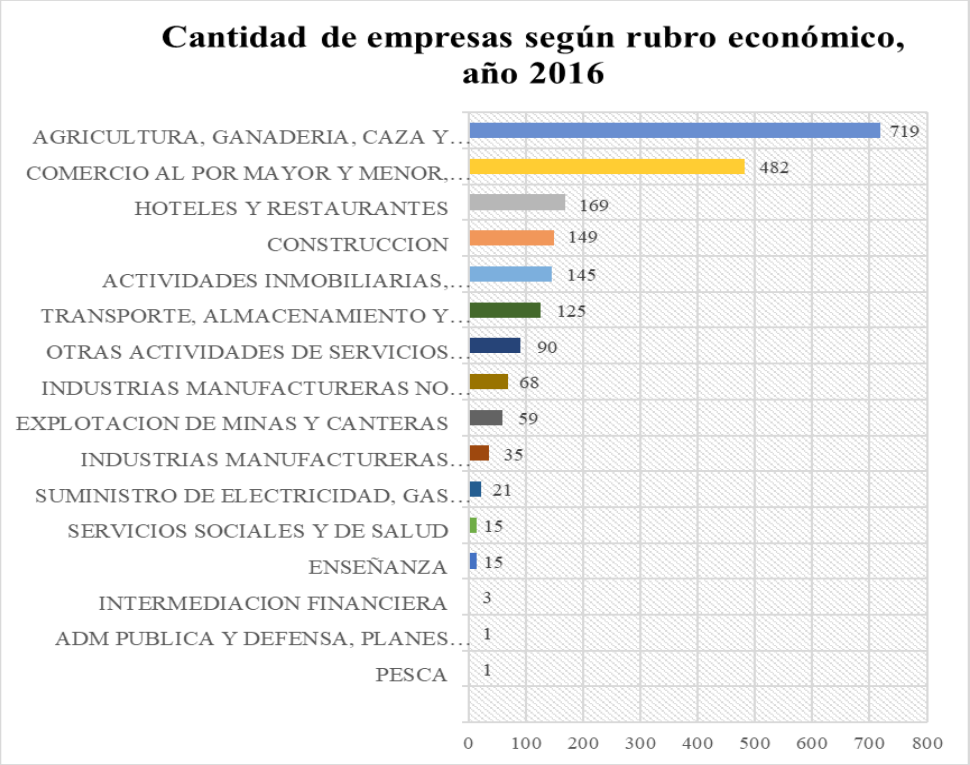
El presente gráfico muestra que en la comuna solo se registran 10 empresas grandes esto quiere decir que son empresas compuesta por 400 a más trabajadores y/o su volumen de ventas es mayor a las 100.001 U.F al año. En un mayor porcentaje están representadas las empresas en la categoría pequeñas y medianas, las que son superadas significativamente por más de 1.300 empresas por la categoría micro. Por otra parte, se destaca una gran cantidad de empresas sin ventas. Demostrando que si bien se constituyen como empresas se puede interpretar no se pudieron mantener en el tiempo.

4.1.4.4 Empresas Según Rubro Económico, años 2014 a 2016.

El rubro económico es otra forma de categorizar a las empresas, en donde se pueden encontrar el sector, agrícola, minero, comercio, transporte entre otras. Las empresas con mayor dinamismo empresarial pueden constituir un importante determinante del crecimiento económico.

En el caso particular de Salamanca la creación de nuevas empresas en un sector específico como el turismo, consecuentemente considera a empresas de alojamiento y alimentación, sin embargo, tiene una incidencia directa en la productividad del sector minero ya que estos servicios están dirigidos principalmente a este rubro.

Gráfico N° 10: Número de Empresas Según Rubro Económico.



Fuente: (BCN, 2017)

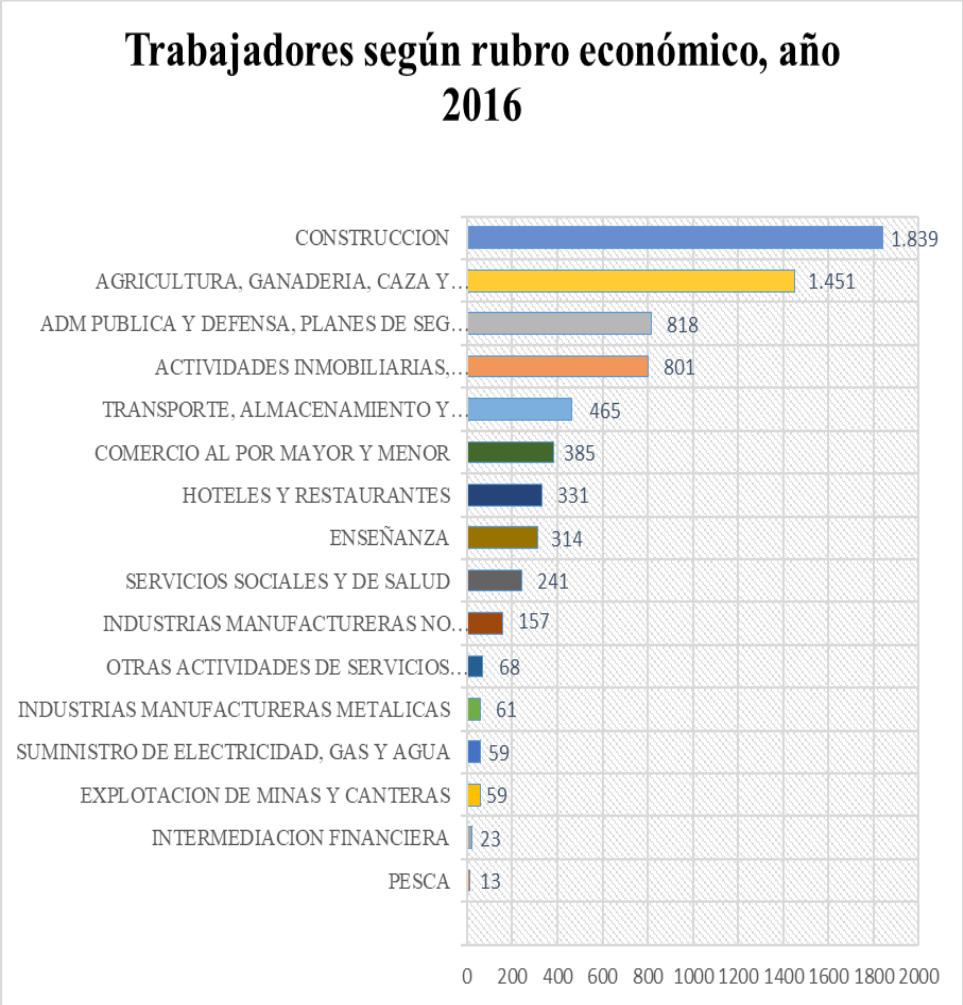
El presente gráfico muestra que el rubro de la agricultura, ganadería y caza poseen un significativo número de empresas, viendo reflejado que son un rubro muy fuerte e identificativo de la comuna, aportando significativamente al PIB regional. El sector hotelero y de restaurantes ocupa el tercer lugar lo que demuestra que la comuna de Salamanca tiene un desarrollo turístico siendo una de las principales actividades económicas, por su parte el sector minero solo registra 59 empresas del rubro, ocupando el noveno lugar en este gráfico.

4.1.4.5 Trabajadores Según Rubro Económico, años 2014 a 2016.

El capital humano de una zona se ve repartido por las actividades económicas más desarrolladas de la comuna, por este motivo se observa una gran cantidad de trabajadores dedicados a la construcción debido a la alta generación trabajos de este rubro.

En el siguiente grafico se observa la cantidad de trabajadores en los diferentes rubros desarrollados en la Salamanca, dejando a las actividades relacionadas con el turismo entre los 10 sectores con más cantidad de empleados.

Gráfico N° 11: Número de Trabajadores Según Rubro Económico.



Fuentes: (BCN, 2017)

En el presente gráfico se puede apreciar que el rubro de la construcción posee un alto número de trabajadores, mostrando diferencias significativas con los demás rubros que se desempeñan en la comuna de Salamanca. El rubro de hotelería y restaurantes ocupa el séptimo lugar en comparación a los otros sectores aportando con 331 puestos de trabajo.

4.1.5 Estilos de Vida.

El estilo de vida de la comunidad local se describe de acuerdo con la manera en que vive una persona o un grupo de personas. Esto incluye la forma de las relaciones personales, del consumo y la hospitalidad. Existen variados factores en donde de manera innata se generan subgrupos, el factor más influyente para describir el estilo de vida de las personas es la edad, identificando gustos, motivaciones y/o costumbres.

La comuna de Salamanca presenta un estilo de vida en el cual, la mayoría de sus habitantes se desempeñan y/o identifican con la agricultura y la ganaría, ya que un significativo porcentaje de los habitantes de la comuna pertenecen a la zona rural. Considerándose una comuna, principalmente en un tramo de edad adulta y adulta-mayor, fortaleciendo y conservando las costumbres que posee la

comuna. Impulsados por la motivación de conservar y transmitir conocimientos basados desde la experiencia.

Según estudios realizados en marketing y comercialización de productos y/o servicios turísticos, se identifican principalmente cuatro subgrupos en la comuna, que concentra personas de mayor edad denominados baby boomers nacidos entre 1946 y 1965, lo sigue la generación X nacidos entre 1966 y 1976, la generación Y nacidos entre 1980 y 2000, por último, la generación Z nacidos entre 1994 y 2010. Los cuales se describen a continuación.

Según estudios, los "Baby Boomers", se caracterizan por sufrir de nido vacío, valoran el trato personalizado, cuentan con alto poder adquisitivo, gustan de comodidad y valoran la experiencia.

La "generación X", se encargan de mover el mundo laboral, están muy ocupados, cuentan con bajo poder adquisitivo, disfruta lo outdoor, la mayor parte del tiempo buscan beneficios.

La generación Y, motivan la economía colaborativa, tiene tiempo libre, alto poder adquisitivo, no vive sin internet, disfruta de la ecología.

Y por último la Generación Z, ellos tienen incertidumbre económica, mucho tiempo libre, bajo poder adquisitivo, tecnologizado, valora la sostenibilidad.

Por consiguiente, el papel que tienen las comunidades locales considera su participación desde el desarrollo interno de un destino hasta la promoción de este, dentro de un contexto de gestión, planificación e implementación de un plan o política local. Por lo que analizar las potencialidades que ofrecen, fortalecer sus capacidades y habilidades formarán una de las estrategias para que a través del turismo se promuevan actividades de desarrollo económico local.

4.2 Diagnóstico Turístico de la Comuna.

Después de realizar el diagnostico Socio – Territorial de Salamanca se procede a realizar el diagnóstico turístico, el que está orientado a describir el objeto de estudio (Comunidad Local, Planta Turística y Recursos Turísticos) con el fin de definir la situación actual del turismo, establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación existente con los resultados obtenidos después de aplicar la planificación turística, fundamentar las soluciones y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.

Inicialmente, se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de las encuestas y cuestionarios aplicados ubicado en la Tabla N° 22, el primero está dirigido a la población general de Salamanca haciendo una diferencia entre población urbana y población rural, considerando que la comuna tiene un 57, 3 % de población urbana y 43,7 % de población rural. El segundo instrumento tiene como objeto de estudio a los representantes de las juntas de vecinos del sector rural, es decir, aplicada a 33 juntas de vecinos de cada una de las localidades de la comuna. Luego se aborda la planta y recursos turísticos a través del catastro de los servicios, atractivos turísticos y de los servicios complementarios existentes en la comuna de Salamanca.

Las preguntas de los instrumentos cuantitativos fueron divididas en cinco partes con el fin de presentar los resultados de manera clara y útil para los fines de la investigación. La primera parte corresponde a los datos generales y demográficos de los encuestados, la segunda aborda los temas

relacionados con el conocimiento que poseen con respecto a las características turísticas de Salamanca, la tercera se refiere a la disposición e interés que tienen para llevar a cabo la actividad turística, es decir, si ellos están realmente dispuestos a aportar al desarrollo de ésta actividad y consideran que Salamanca tiene potencial turístico, la cuarta parte es acerca de la opinión que tienen del desarrollo local que presenta la comuna, y por último la quinta parte hace referencia a la imagen que tiene la comuna y al tipo de turista que le gustaría que la visitara.

Tabla N° 22: Temas Abordados en las Encuestas y Cuestionarios Aplicados a los Actores Locales.

Clasificación de los temas	
Tema	Información
Contextualización del encuestado	Edad y sexo Localidad de la comuna en que reside
Conocimiento acerca de las condiciones que presenta salamanca y sus habitantes para el desarrollo de la actividad turística.	Localidades de salamanca, gastronomía identitaria, área turística más desarrollada, conocimiento PLADETUR, apoyo institucional, atractivos turísticos.
Disposición e interés en participar y fomentar la actividad turística.	Salamanca como destino turístico, potencial turístico, recomendar la comuna, participación de la actividad turística, potenciar el turismo rural, arqueológico o astronómico, compromiso con la actividad, postulación a proyectos individuales y asociativos, participación en capacitaciones, obtener información turística, medios de información.
Opinión sobre el desarrollo local que presenta la comuna.	La minería oportunidad o amenaza para el turismo, el turismo como fuente de ingresos, aporte del turismo al crecimiento económico.
Imagen de la comuna y tipo de visitante	Turista nacional o extranjero, rango etario, imagen del destino, "salamanca tierra de brujos" representativa de la comuna, recibir turistas.
Fuente: Elaboración Propia.	

4.2.1 Encuestas.

El desarrollo de la actividad turística dependerá de varios factores y condiciones, si bien es necesario que la comuna posea características turísticas favorables, también es muy importante conocer la opinión y percepción de sus habitantes, con el fin de identificar su realidad con respecto a esta actividad, las condiciones actuales que presentan, y si realmente tienen conocimiento e interés en ella, entre otras cosas. Para obtener estos antecedentes, se realizaron 379 encuestas cerradas.

La mayoría de los resultados se exponen de forma general, sin segregar, pues existe un amplio consenso social en la mayoría de las respuestas y no se producen diferencias significativas. A continuación, se presenta la interpretación de los resultados obtenidos (Véase **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

4.2.1.1 Contextualización del Encuestado.

Los datos demográficos, como la edad y el género pueden contribuir a obtener indicios de la realidad existentes, en dividir a la comunidad según distintas opiniones en función de otros factores, y así visualizar de mejor forma los resultados.

Con respecto a la edad de los encuestados, la mayor parte de la población pertenece al tramo de edad entre 46 – 60 años (40,4 %), seguido del tramo sobre 61 años (20,6 %). Esta información indica que la comunidad es principalmente adulta, adulta – mayor, en base a que aproximadamente un 60% de las personas encuestadas tienen más de 40 años. Por otra parte, la mayoría que sigue corresponde al tramo 26 - 35 años, que alcanza un 16,4%, seguido del tramo de 36 -45 años de edad (14%) y por último se encuentra el tramo de edad entre 18 y 25 años, correspondiente a un 8,7% del total. La situación descrita da cuenta del proceso de éxodo, en el que la mayoría de jóvenes emigran de la comuna hacia la ciudad buscando mejores oportunidades académicas y/o laborales, y en la mayoría de los casos no vuelven por falta de este tipo de alternativas o de servicios en el campo, por lo que la población residente tiende al envejecimiento.

En cuanto al género de los encuestados, se identificó que el rango de género predominante en este estudio es el femenino (50,4%), aunque la diferencia con el género masculino es muy baja presentando un 49,6% del total de la población encuestada. Esta información indica que para esta investigación el factor genero al ser un porcentaje muy equilibrado y similar, no influirá significativamente en los resultados obtenidos.

4.2.1.2 Conocimiento Acerca de las Condiciones que Presenta Salamanca y sus Habitantes para el Desarrollo de la Actividad Turística.

Conocimiento de las localidades de Salamanca

El conocimiento que tienen los encuestados en relación a las 33 localidades de la comuna de Salamanca, muestran que la mayor parte conocen las 33 localidades, es decir un 67,5% de los encuestados, mientras que un 32,5% no conoce la totalidad de las localidades de la comuna. Esta información se puede interpretar de forma positiva, considerando que la mayoría de la comunidad local conoce y entrega una opinión con un alto grado de discernimiento de su comuna y de su realidad local. En relación directa con el turismo esta información es fundamental para el desarrollo de la actividad, en donde los actores locales pueden y deben ser excelentes anfitriones con los visitantes y turistas que llegan a la comuna.

Con respecto al menor porcentaje de población encuestada que no conoce la totalidad de las localidades de la comuna, se pueden desarrollar diversas actividades para mejorar esta situación, como fomentar el turismo local, el sentido de pertenencia, la cultura e identidad, entre otras.

La gastronomía identitaria que más representa la comuna

El objetivo de esta pregunta es identificar la situación del turismo culinario en la comuna con el fin de potenciar este factor. Los principales resultados de este estudio reflejan que la mayoría de la población reconoce con un 52,8% la cazuela como el plato que más identifica la gastronomía local, seguido del conejo con un 23,2%, en tercer lugar, se identificó a los porotos con un 17,4% en cuarto lugar el cordero con un 3,4% y por último el cabrito con un 3,2%. La gastronomía autóctona se está convirtiendo en uno de los factores clave para la toma de decisiones de los turistas, generando mayor competitividad en los destinos como en la oferta de servicios turísticos. Esto demuestra que la gastronomía con identidad local, la cazuela en el caso de Salamanca, tiene un gran potencial turístico y puede ser utilizado como un factor de atracción complementado con el resto de recursos

turísticos de la comuna, los turistas elevan el grado de satisfacción tanto con la cocina autóctona como la mayor duración de su estancia.

Área turística más desarrollada

En cuanto al área más desarrollada de la comuna de Salamanca, la mayoría de la población encuestada señaló que el servicio de alojamiento es el más avanzado (62%), existe concordancia en atribuir menor porcentaje a infraestructura y equipamiento, en lo que respecta a alimentación, solo un 2,6% creen que el área más desarrollada es la alimentación.

Área turística menos desarrollada

Respecto a las limitaciones existentes para el desarrollo de la actividad turística, el grado de consenso es amplio en la totalidad de localidades encuestadas: el 38% de la población opinó que la mayor falencia es la inexistencia de incentivos por parte de organismos públicos y privados para el desarrollo turístico, lo cual se puede atribuir a que los habitantes perciben poco interés por parte de las autoridades locales.

Como segunda opción se consideró la escasa o nula capacitación que existe para que los habitantes puedan interactuar y recibir de manera óptima a los turistas (27%), seguida por un 16% de la deficiente infraestructura y equipamiento turístico que se encuentra en todas las localidades. Si bien, se consideró como falencia que los turistas y habitantes no están interesados en participar, además de que no se cuenta con los atractivos necesarios, estas opciones no se evaluaron como principales, obteniendo cada una de ellas bajos porcentajes.

Conocimiento de lo que significa un PLADETUR:

El Plan de desarrollo turístico (PLADETUR), es una herramienta de gran utilidad para los municipios. Su importancia radica por ser uno de los instrumentos de planificación turísticas que acompaña o complementa al PLADECO, conductor del desarrollo local. El PLADETUR genera un estudio de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades al desarrollo de la comuna en turismo. Siendo una herramienta muy valiosa, la mayoría de los habitantes de la comuna de Salamanca no tienen conocimiento de lo que es un PLADETUR, con un amplio porcentaje (95,3%), mientras que solo un 4,7% tiene conocimiento de lo que es un PLADETUR.

Atractivos turísticos más conocidos por la comunidad

Además, y en concordancia a que la inexistencia de capacitación fue una de las principales falencias señaladas por los habitantes, se les consultó si ellos se sienten capacitados para recibir a turistas en sus zonas, a lo que respondieron en su mayoría que no (47%), versus un 23% que contestó afirmativamente. Varios de los encuestados no tenían claridad sobre sus capacidades al momento de interactuar con turistas, pero creían que a pesar de poseer diversas falencias podían establecer una relación cordial con ellos, por lo que fueron clasificados dentro de la opción “medianamente” con un 30%.

4.2.1.3 Disposición e Interés en Participar y Fomentar la Actividad Turística.

Salamanca destino turístico

La comuna de Salamanca posee una amplia variedad de atractivos, que sin duda dejan a los turistas dichosos. Posee una gran y enriquecedora naturaleza, en donde se pueden vivir aventuras extremas, como también apreciar la tranquilidad del lugar. Tiene una valiosa historia, llena de costumbres y tradiciones. Sin duda es un destino con gran potencial, es así como la totalidad de los habitantes encuestados recomiendan sin lugar a dudas a Salamanca como destino turístico.

Potencial turístico

Para generar un potencial turístico, es necesario la sumatoria de varios factores, como recursos turísticos, accesibilidad, equipamiento, infraestructura e información del lugar. Se les consulto a los habitantes de la comuna de Salamanca, si creen que la comuna tiene potencial turístico, arrojando que la mayoría de los encuestados cree que Salamanca tiene gran potencial turístico (81,2%), mientras que el 18,7% opina que Salamanca no tiene el potencial necesario para desarrollar el turismo.

Recomendar la comuna

De acuerdo a que los habitantes encuestados de la comuna, opinan que Salamanca tiene un gran potencial turístico como destino, en su totalidad recomendarían sin lugar a duda la comuna de Salamanca.

Obtener información turística

La obtención de información turística es fundamental a la hora de querer dirigirse a un destino, prestando un conjunto de servicios para orientar e informar al turista. Se revela que la totalidad de los encuestados en la comuna les interesa recibir información de carácter turístico.

Medios de información

A la hora de entregar información turística, se consideran diferentes medios de información. En este caso se consideraron revistas y diarios, radio, Facebook e Instagram. Revelando que la mayoría de los encuestados prefieren la radio como vía de información (47,5%), mientras que un 30,6% prefieren recibir información mediante Facebook.

4.2.1.4 Opinión Sobre el Desarrollo Local que Presenta la Comuna.

La minería oportunidad o amenaza para el turismo

Al ser una comuna en donde se desarrolla la minería, de acuerdo a esto se les pregunto a los habitantes encuestados de la comuna si consideraban la minería como una amenaza o una oportunidad para el desarrollo del turismo en la comuna, lo cual revelo que la mayoría de los encuestados creen que la minería es una oportunidad para el desarrollo del turismo (65,4%), así mismo un 34,6% creen que la minería es una amenaza para el desarrollo de este.

El turismo como fuente de ingresos

El turismo presenta una expansión de la demanda, dando respuesta a la oferta turística que se entrega. Va en un creciente aumento, permitiendo preguntarse si el turismo es considerado como una fuente de ingresos. Es así como la mayoría de los encuestados cree que el turismo es una fuente

de ingresos muy importante para la comuna de Salamanca (94,2%), mientras que solo un 5,8% cree lo contrario.

Aporte del turismo al crecimiento económico.

Para los propósitos de este estudio, es fundamental saber si los habitantes consideran que el existen un área de turismo más desarrollada puede contribuir al desarrollo local, mejorando aspectos como empleo, cuidado ambiental, institucionalidad, etc. En concordancia, se obtuvo como resultado que un 70% de la comunidad sí visualiza al turismo rural como una alternativa de desarrollo, especialmente desde el punto de vista económico, como una nueva o complementaria fuente de ingresos. Esta situación se manifestó con mayor énfasis en la zona al sentir sus habitantes que cuentan con algunas potencialidades para llevar a cabo la actividad.

4.2.1.5 Imagen de la Comuna y Tipos de Visitantes.

Imagen de Salamanca

La imagen es de suma importancia, dado su enorme influencia en la toma de decisiones del turista, de acuerdo a esto se generó la pregunta, con qué imagen le gustaría que Salamanca se potenciara como destino turístico, considerando diferentes conceptos representativos de la comuna, como la brujería, cielos limpios, enología, gastronomía, magia, paisajes y pueblos originarios. Se revelo que la mayoría de los encuestados prefieren la imagen de la brujería (26,9%) para que sea representativa de Salamanca.

Turista nacional o extranjero

El tipo de turistas genera oportunidades como amenazas para el destino, considerando esto se generó la pregunta, de cual es tipo de turista que les gustaría que visitara la comuna de Salamanca, arrojando que la mayoría de los encuestados prefieren que los turistas sean nacionales (72,3%), mientras que un 27,7% optan por turistas extranjeros.

Rango etario de tipo de turista

Es importante conocer la segmentación de turistas en cuanto a su rango eterio que le gustaría a los habitantes que visitaran la comuna, revelando que el rango de edad de turistas, según preferencia de los encuestados, es que la mayoría prefiere a turistas de 36 a 45 años (45,1%), en cambio solo un 2,9% prefieren turistas entre 56 a 65 años.

4.2.2 Cuestionario.

La participación de los pobladores rurales es fundamental para este estudio, desde el diagnostico hasta en la etapa de implementación del plan. Para lograr mayor colaboración y cohesión, se ha incluido una dinámica participativa, en la que la comunidad local debe ser protagonista activa en el proceso de desarrollo turístico, lo que es fundamental para que éste se logre de manera exitosa. Para obtener más antecedentes de los actores locales, se realizaron 33 cuestionarios dirigida a los representantes de las juntas de vecinos del sector rural de la comuna de Salamanca.

La mayoría de los resultados al igual que en las encuestas, muestran un amplio consenso social en las respuestas y no se han producido diferencias significativas. A continuación, se presenta la interpretación de los resultados obtenidos (Véase **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**)

4.2.2.1 Contextualización del Encuestado.

4.2.2.1.1 Conocimiento Acerca de las Condiciones que Presenta Salamanca y sus Habitantes para el Desarrollo de la Actividad Turística.

Atractivos turísticos en su localidad

Es importante que cada habitante pueda conocer y potenciar su lugar de residencia, en este caso su localidad, de acuerdo a esto se generó la pregunta de que, si su localidad tiene atractivos turísticos, revelando que la mayoría de los encuestados creen que su localidad tiene atractivos turísticos los cuales ofrecer a los turistas, mientras que tan solo un 6,06% le es indiferente el tema.

Apoyo institucional

En este ítem, la mayoría de los habitantes declaró no tener conocimiento sobre el tema (89%). No obstante, el 11% restante sí se encuentra al tanto de proyectos llevados a cabo por ciertas instituciones, fundamentalmente referidos a talleres, capacitaciones y fondos concursables para emprendedores y empresarios.

4.2.2.1.2 Disposición e Interés en Participar y Fomentar la Actividad Turística.

Salamanca destino turístico

Para lograr posicionar un lugar como destino turístico es necesario la cooperación de diferentes actores, relacionados directamente e indirectamente con el turismo, es así como se les pregunto a los habitantes de la comuna, si les gustaría que Salamanca fuera un destino turístico, arrojando que la mayor cantidad de encuestados les gustaría que Salamanca se posicione como un destino turístico.

Participar de la actividad turística

En las localidades encuestadas se visualizó interés por parte de los habitantes en ser partícipes de actividades que tengan relación con turismo rural, da cuenta que un 64% de los encuestados señaló que sí participaría en el rubro, mientras que un 19% indicó que no lo haría. Varios de los encuestados declararon dudas en cuanto a este ítem, manifestando que participarían si los ingresos fuesen altos, entre otras cosas, por lo que fueron encasillados en la opción “medianamente” que obtuvo un 17%. Es importante señalar que las mujeres mostraron mayor interés en participar que los hombres, especialmente en rubros relacionados con la gastronomía y con la elaboración de productos en base a manualidades. Los hombres se mostraron más escépticos ante el tema, aunque también manifestaron que sí podrían desarrollar la actividad.

Potencial turístico

Pese a la disposición a participar manifestada por la comunidad, esta situación no se ha demostrado anteriormente. Al consultar sobre su participación previa en actividades ligadas al turismo rural, la gran mayoría declaró que nunca ha realizado acciones que contribuyan o estén relacionadas a él. De las personas que respondieron afirmativamente, la mayor parte corresponde al rubro de comercio y gastronomía.

Potenciar el turismo rural, arqueológico y astronómico

Al existir diferentes tipos de turismos, se generan enriquecedoras experiencias. Es así como cada tipo de turismo se debe potenciar según sus expectativas. En la comuna de Salamanca podemos encontrar diferentes tipos de turismos, como rural, arqueológico y astronómico. Al preguntarle a los encuestados si se deben potenciar estos tipos de turismo, arrojo que la mayoría está de acuerdo en potenciar el turismo rural, al igual que el astronómico y el arqueológico, siendo este último el que genera mayor interés de potenciarlo en Salamanca y alrededores.

Postulación a proyectos asociativos e individuales

Que se generen diversas postulaciones a proyectos respecto al turismo, establece oportunidades para diferentes actores. Se realiza la interrogante a los habitantes de la comuna de que, si les gustaría postular a proyectos asociados con el turismo, arrojando que la gran mayoría de los encuestados les interesa participar en proyectos relacionados con el fomento de la actividad turística. También se puede apreciar que los encuestados no consideran importante postular a proyectos de forma asociativa, mientras que un 24,24 considera importante postular de forma asociativa.

Conocimiento de fondos concursables

Existen diversos fondos concursables que permiten que se pueda desarrollar y fortalecer la actividad turística. Pero muchas veces la falta de información deja ajenos a muchos. Se realizó la interrogante de que, si existe conocimiento de algún fondo para postular a proyectos turísticos, revelando que la mayoría de los encuestados conocen fondos al cual postular, mientras que un 9,09% es indiferente en el tema.

Compromiso con la actividad turística

El compromiso es un factor fundamental a la hora de tener éxito. Es necesario generar un compromiso y vínculo entre todos los actores. Se realizó la interrogante de que tan comprometidos se encuentran los encuestados con la actividad turística, lo cual nos reveló que la mayor parte considera que están comprometidos con la actividad turística.

Recibir capacitaciones en temas turísticos

Las capacitaciones nos permiten fortalecer conocimientos, habilidades y aptitudes, todo esto nos aporta significativamente a la hora de brindar una buena experiencia a los turistas. Es necesario saber si los encuestados están dispuestos a recibir capacitaciones en temas turísticos, revelando que un 42,42% les gustaría recibir capacitaciones de carácter turístico, mientras que un 42,42 % le es indiferente o no le interesa.

4.2.2.1.3 Opinión Sobre el Desarrollo Local que Presenta la Comuna.

Aporte del turismo al crecimiento económico.

Diversos sectores aportan al crecimiento tanto local, como regional. De acuerdo a esto se estable la interrogante de que, si el turismo es un aporte al crecimiento económico, indicando la gran mayoría de los encuestados que consideran que el turismo es una fuente muy importante para el desarrollo económico de la comuna de Salamanca, mientras que solo un 3,03% cree que el turismo no aporta al crecimiento de la comuna.

4.2.2.1.4 Imagen de la Comuna y Tipos de Visitantes.

La frase “Salamanca tierra de brujos” representa Salamanca

La comuna de Salamanca es conocida por muchos como “Salamanca tierra de brujos”, debido a sus mitos y leyendas que se cuentan en el lugar. En lo que respecta al turismo es necesario generar una imagen y/o frase que represente a la comuna, en donde se consideró la frase “Salamanca tierra de brujos” para representar a Salamanca, preguntándole a los encuestados si está frase es representativa de la comuna, a lo cual la mayoría de los encuestados creen que el sello “Salamanca tierra de brujos” es representativa de la comuna de Salamanca, mientras que un 15,05% cree que se debería de elegir otra temática que beneficie el turismo en la comuna.

Beneficios de esta frase

La frese “Salamanca tierra de brujos” genera una expectativa en cuanto a la magia, fantasía y tradiciones, atrayendo un turista más exigente. La mayoría de los encuestados de la comuna creen que es beneficioso que identifiquen a la comuna con la frase “Salamanca tierra de brujos”.

Promocionar de esta forma

La promoción turística es importante, ya que favorecen los estímulos para el surgimiento y el desarrollo del desplazamiento turístico. Se les pregunto a los encuestados si les gustaría que Salamanca se promocionara como “tierra de brujos”, revelando que la mayoría de los encuestados les gustaría que Salamanca se promocione como zona de brujos y tradiciones, mientras que un 15,15% consideran que la comuna se debería promocionar de diferente forma.

Buscar otro sello o slogan

Al considerar buscar otro sello o slogan, el 30,30% de los encuestados preferiría buscar otro sello que identifique de una forma más fiel a la comuna, mientras que un 18,08% cree que se debe mantener el sello “Salamanca tierra de brujos”.

En definitiva, existe una tendencia que muestra una clara realidad con la imagen de la brujería como identidad de la zona, fenómeno en donde surgen las leyendas colectivas de Salamanca, según aclaraciones de la ciudadanía se ha creado un sello diferenciador a nivel nacional “Tierra de brujos sanadores de Salamanca”. Reconociendo el gran potencial a través de las leyendas de brujos que existen en la zona, que también son reconocidas a nivel nacional.

Recibir turistas en su localidad

El presente ítem intentó descubrir cuál es el vínculo que se genera entre los habitantes encuestados y los turistas que arriban a las distintas localidades. Como los resultados fueron disímiles entre un lugar y otro, se optó por generar la información a partir de cada zona. En lo que sí coincidieron todas las localidades. Revelando que la mayoría de los encuestados les interesaría recibir turistas en su localidad, mientras que solo un 3.03% le es indiferente.

4.2.3 Identificación y Evaluación de los Recursos Turísticos.

Según Ejarque (2003: 163), "El primer paso para poder garantizar que la oferta de un destino turístico o de cualquier producto responderá a la demanda del mercado es conocer los elementos que lo componen. Para ello es necesario hacer una reflexión partiendo de un conocimiento profundo del destino, es decir de sus debilidades y de sus puntos fuertes.

Para realizar el diagnóstico de un destino turístico no basta con enumerar las estructuras hoteleras, restaurantes, bares, museos, monumentos, etc. que alberga, sino que habrá que analizar profundamente la situación en la que se encuentra y su nivel de competitividad". Esta información puede parecer muy básica, pero hay aspectos que son determinantes para la toma de decisiones en ciertas localidades. Por ello se recomienda establecer registros sistemáticos de todos los antecedentes con los que se está trabajando, como es el caso de cartografía, fotos, videos y fichas, entre otros recomendados para generar una base de información útil y rigurosa. (Rivas, 2008, p. 49)

4.2.3.1 Recursos Naturales, Culturales y Eventos o Actividades.

Un precedente respecto a los atractivos turísticos de la comuna de Salamanca, son los estudios presentados en el catastro SERNATUR Región de Coquimbo año 2012, el que posee un total de 309 atractivos clasificados y divididos por las siguientes categorías; atractivos naturales, folklore, museos y manifestaciones culturales e históricas, atractivos relacionados a acontecimientos programados y atractivos correspondientes a centro o lugar de esparcimiento.

Del total de 309 atractivos identificados por SERNATUR, 13 atractivos corresponden a la comuna de Salamanca, es decir que el 4% del total de los atractivos identificados en la región de Coquimbo corresponde a la comuna de Salamanca.

Por su parte, para efectos de este PLADETUR se han catastrado los atractivos utilizando el sistema de clasificación de recursos turísticos propuesto por CICATUR – OEA (1979) que establece las siguientes categorías:

- Atractivos Turísticos
- Sitios Naturales
- Museos y Manifestaciones culturales
- Eventos y Acontecimientos Programados
- Folklore

A través de este instrumento se elaboraron fichas por cada uno de los atractivos, lo que permitió obtener datos tanto cualitativos y cuantitativos, generando una base de datos confiable y real del territorio, catastrando todos los atractivos turísticos existentes.

Los recursos turísticos identificados se clasifican según el tipo de sector urbano y rural, este último se divide en tres; el Valle de Chalinga, Valle de Choapa y Valle de Camisa. La siguiente tabla presenta los recursos turísticos de Salamanca:

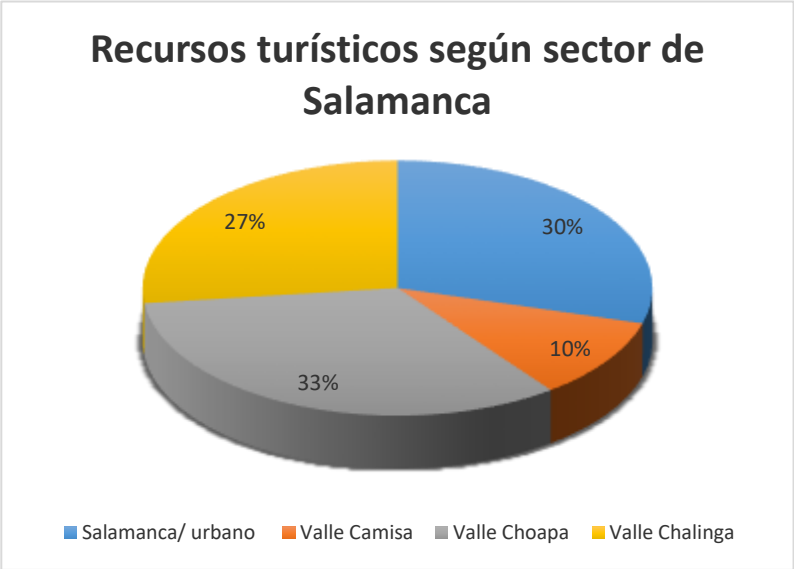
Tabla N° 23: Resumen de Recursos Turísticos.

Resumen de recursos naturales, culturales y eventos					
Sector	**Atractivos Turísticos**	**Sitios Naturales**	**Folklore**	**Museos y Manifestaciones Cultural**	**Eventos**
Salamanca/ urbano	Plaza de Armas.	Cerro Héroes de la concepción.	Semana Santa Fecha: marzo - abril.	Monumento Nacional estación cultural.	Festivales temporada estival: Festival de la uva.
	Fábrica de cerveza artesanal, Las Brujas.	Cerro La Campana.	Rodeo Semana Santa (rodeo chileno).	Museo Arqueológico y Paleontológico Cha Gasta Kakan.	Aniversario Comuna de Salamanca.
	Parque Urbano.	Cerro La Cruz.	Fiesta de la Virgen del Carmen, Chalinga: 2° domingo de septiembre.	Iglesia parroquial Nuestra señora del Rosario.	
	Parque acuático Oasis.	Cerro Tres Puntas.	Campeonato nacional de cueca (15-16-17 Febrero).	Puente Fiscal.	
	Parque Estación.	Cerro Colorado.			
	Plaza Pie de Monte.	Llanos del Talhuen.			
	Vivero Cascanueces.				
Valle Camisa	Agroturismo El Palquial.	El Estero (río) de Camisa.	Fiesta del campesino.	Iglesia de colliguay.	
	Bosque Encantado.	Embalse Corrales.			
	Heladería El Estero (Colliguay).	Petroglifos.			
Valle Choapa	Viñedos.	Petroglifos.*	Fiesta del Tránsito, El Tambo. Fecha: 15 de agosto.	Iglesia del Tambo.	Festivales temporada estival: Festival de las estrellas (Chillepín).
	Piuquenes Crossing.	Los Frailes.		Centro Cultural Santa Rosa.	
	Agrocamping Los costeños.	Laguna El Pelado.		Puente Colgante de Coirón.	
	Entretenciones Torito.	Río Salto del González.		Hacienda de Chuchiñi.	
	Ruta arte rupestre Nucuy.	Las Tinajas del Consuelo.		Hornos de tabaco de Tahuinco.	

	GHC Observatorio.	Cerro Mallakun.		Puente Endesa.	
		Los Muros (Tahuinco).		Ex estación de trenes (Tahuinco).	
		Las Tazas de Quelén.		Escuela de la Higuerilla.	
				Casa Patronal de Quelén Bajo.	
				Hornos de tabaco en la Higuerilla.	
Valle Chalinga	Plataforma al Cielo.	Santuario de la Naturaleza Poza Azul.	Fiesta San Juan de Dios Fecha: 8 de marzo o 1° domingo. Arboleda grande.	Bodegón pare Bien.	Festivales temporada estival (Carnaval de Chalinga).
	Centro turístico Taukan.	Santuario de la Naturaleza Raja de Manquehua.	Fiesta Religiosa El Señor de la Tierra.	Pueblo de San Agustín (Hacienda).	
	Pircas del Arboleda.	Pozas de Chapiaero/ Mayten. (Zapallar).	Fiesta de Andacollo de Manquehua. Fecha: 12 de octubre.	Iglesia Señor de la Tierra.	
	Mirador del Zapallar.	Los círculos de la palmilla.		Iglesia de Huanque.	
	Productora de Chicha y Chacolo.	Sitio arqueológico El Peñón (San Agustín).		Iglesia de Manquehua.	
		Petroglifos.*		Iglesia Chalinga.	
Total	21	21	9	21	4
TOTAL	76				
Fuente: Elaboración propia *Los Petroglifos se considerarán como un solo recurso debido a que se encuentran en todo el territorio comunal.					

La Tabla N° 23 muestra el resumen de todos los recursos turísticos identificados actualmente en la comuna de Salamanca, segregados en 21 atractivos turísticos, 21 recursos naturales, 9 de tipo folklore, 21 manifestaciones culturales y 4 de tipo eventos.

Gráfico N° 12: Resumen de Recursos Turísticos.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de recursos turísticos que posee tanto Salamanca/urbano, valle de Camisa, valle Choapa y valle Chalinga. Señalando que el valle del Choapa es el que posee más recursos turísticos, ofreciendo una enriquecedora experiencia junto a la naturaleza.

4.2.3.2 Identificación y Evaluación de los Recursos Turísticos

A continuación, se presentan los recursos turísticos de la comuna según la siguiente jerarquización:

Se muestra una nueva propuesta para clasificar, tipificar y jerarquizar los recursos turísticos considerando criterios de calidad y significancia como se puede observar en la Tabla N° 24. Un nuevo enfoque que se espera pueda ser discutido y validado como una herramienta para contrarrestar el alto grado de subjetividad que tiene la metodología usada actualmente por SERNATUR.

La sumatoria de puntajes, propuesta de criterios, puntajes para estimar la calidad y significancia de los recursos turísticos serán establecidos en la Tabla N° 25.

Tipos de jerarquía:

Jerarquía local: el atractivo no cuenta con estadísticas de visitación, además de no encontrarse en las ofertas de paquetes turísticos, forma parte de alguna estrategia de marketing municipal. Evidente dificultad para encontrar información del atractivo, por lo general solo en páginas asociadas al municipio.

Jerarquía regional: el atractivo no cuenta con información estadísticas de visitación, pero si los encontramos en la oferta de paquetes turísticos. Se encuentra con mediana dificultad información del atractivo en sitios web nacionales.

Jerarquía nacional: el atractivo cuenta con estadísticas de visitación, lo encontramos en la oferta de paquetes turísticos. Podemos encontrar información fácilmente en sitios web nacionales.

Jerarquía internacional: el atractivo cuenta con estadísticas de visitación, está considerado como parte de la oferta en paquetes turísticos. Se encuentra mucha información del atractivo y con mucha facilidad en sitios web nacionales e internacionales.

Tabla N° 24: Criterios de Calidad y Significancia de los Recursos Turísticos.

Atractivo	Porcentaje total
Jerarquía Local (AT 0)	0 - 1.1
Jerarquía Regional (AT 1)	1.2 - 2.9
Jerarquía Nacional (AT 2)	3.0 - 6.9
Jerarquía Internacional (AT 3)	7.0 - 8.0
Fuente: Subdirección de estudios, unidad de territorio y medio ambiente, Servicio nacional de turismo.	

Tabla N° 25 : Evaluación del Recurso Turístico Según Tipo de Jerarquía.

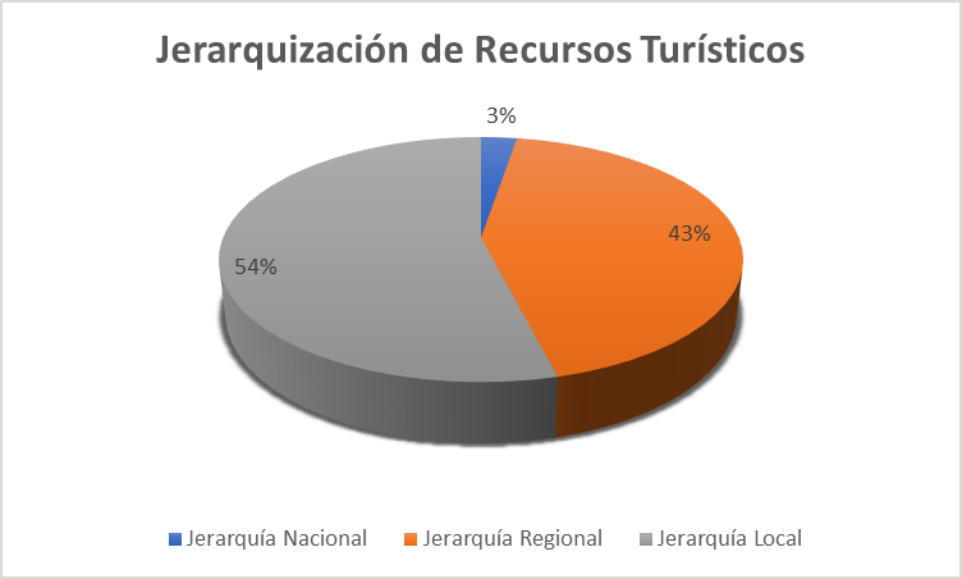
Recursos Turísticos	**Uso**	**Estado**	**Acceso**	**Total**	**Grado De Reconocimiento**	**Total**	**Total**	**Tipo De Jerarquía**
Plaza De Armas	4	3	3	3,5	2	0,3	2,22	Jerarquía Regional
Fábrica De Cerveza Artesanal, Las Brujas	2	3	4	3,05	2	0,3	1,95	Jerarquía Regional
Parque Urbano	1	2	4	2,4	1	0,1	1,48	Jerarquía Regional
Parque Acuático Oasis	3	3	4	3,5	1	0,1	1,44	Jerarquía Regional
Parque Estación	3	3	4	3,5	2	0,3	2,22	Jerarquía Regional
Plaza Pie De Monte	4	2	4	4,3	1	0,1	2,62	Jerarquía Regional
Vivero Cascanueces	2	3	4	3,05	1	0,1	1,87	Jerarquía Regional
Agroturismo El Palquial	2	2	2	0,9	1	0,1	0,58	Jerarquía Local
Bosque Encantado	3	2	3	1,8	2	0,3	1,2	Jerarquía Regional
Viñedos	1	1	1	0,3	1	0,1	0,22	Jerarquía Local
Piuquenes Crossing	3	4	3	3,05	2	0,3	1,95	Jerarquía Regional
Agrocamping Los Costeños	3	3	4	3,5	1	0,1	2,14	Jerarquía Regional
Entretenciones Torito	3	3	4	3,5	1	0,1	2,14	Jerarquía Regional
Ruta Arte Rupestre Nucuy	2	2	2	0,9	1	0,1	0,58	Jerarquía Local
Ghc Observatorio	2	3	1	1,15	1	0,1	0,73	Jerarquía Local
Plataforma Al Cielo	3	3	3	2,25	2	0,3	1,47	Jerarquía Regional
Centro Turístico Taukan	3	3	3	2,25	2	0,3	1,47	Jerarquía Regional

Pircas Del Arboleda	3	3	3	2,25	2	0,3	1,47	Jerarquía Regional
Mirador Del Zapallar	3	3	3	2,25	2	0,3	1,47	Jerarquía Regional
Productora De Chicha Y Chacolo	2	3	3	1,8	2	0,3	1,2	Jerarquía Regional
Cerro Héroes De La Concepción	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Cerro La Campana	2	1	2	0,7	1	0,1	0,46	Jerarquía Local
Cerro La Cruz	4	2	3	3,05	1	0,1	1,87	Jerarquía Regional
Cerro Tres Puntas	2	3	3	1,8	1	0,1	1,12	Jerarquía Local
Cerro Colorado	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Llanos Del Talhuen	1	1	1	0,3	1	0,1	0,22	Jerarquía Local
El Estero (Río) De Camisa	1	1	1	0,3	1	0,1	0,22	Jerarquía Local
Embalse Corrales	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Petroglifos	2	1	1	0,5	1	0,1	0,34	Jerarquía Local
Los Frailes	2	1	1	0,5	1	0,1	0,34	Jerarquía Local
Laguna El Pelado	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Río Salto Del González	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Las Tinajas El Consuelo	1	1	3	0,95	1	0,1	0,61	Jerarquía Local
Cerro Mallakun	2	2	2	0,9	1	0,1	0,58	Jerarquía 35Local
Los Muros (Tahuinco)	2	2	2	0,9	1	0,1	0,58	Jerarquía Local
Las Tazas De Quelén	2	3	3	1,8	2	0,3	1,2	Jerarquía Regional
Santuario De La Naturaleza Poza Azul	4	4	4	6	2	0,3	3,72	Jerarquía Nacional
Santuario De La Naturaleza Raja De Manquehua	4	4	4	6	2	0,3	3,72	Jerarquía Nacional
Pozas De Chapiaero/ Mayten. (Zapallar).	1	1	1	0,3	1	0,1	0,22	Jerarquía Local
Los Círculos De La Palmilla	1	1	1	0,3	1	0,1	0,22	Jerarquía Local
Sitio Arqueológico El Peñón (San Agustín)	1	1	1	0,3	1	0,1	0,22	Jerarquía Local
Semana Santa Fecha: Marzo - abril.	3	3	3	2,25	3	0,75	1,65	Jerarquía Regional
Rodeo Semana Santa	2	3	4	3,05	2	0,3	1,95	Jerarquía Regional
Fiesta De La Virgen Del Carmen, Chalinga: 2° Domingo De Septiembre	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local

Fiesta Del Campesino	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Fiesta Del Tránsito, El Tambo. Fecha: 15 De agosto.	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Fiesta San Juan De Dios Fecha: 8 De marzo O 1° Domingo. Arboleda Grande	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Fiesta Religiosa El Señor De La Tierra	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Fiesta De Andacollo De Manquehua. Fecha: 12 De octubre	2	2	3	1,35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Monumento Nacional Estación Cultural	3	3	4	3,5	2	0,3	2,22	Jerarquía Regional
Museo Arqueológico Y Paleontológico Cha Gasta Kakan	3	3	3	2,25	2	0,3	1,47	Jerarquía Regional
Iglesia Parroquial Nuestra Señora Del Rosario	4	3	4	4,75	2	0,3	2,97	Jerarquía Regional
Puente Fiscal	2	2	4	2,6	2	0,3	1,68	Jerarquía Regional
Iglesia De Colliguay	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Ex Estación De Trenes (Tahuinco)	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Iglesia Del Tambo	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Centro Cultural Santa Rosa	3	2	4	3,05	2	0,3	1,95	Jerarquía Regional
Puente De Coirón	4	2	4	4,3	2	0,3	2,7	Jerarquía Regional
Hacienda De Chuchiñi	1	1	2	0,5	2	0,3	0,42	Jerarquía Local
Bodegón De Tahuinco	1	1	2	0,5	2	0,3	0,42	Jerarquía Local
Puente Endesa	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Bodegón Pare Bien	3	2	3	1,8	2	0,3	1,2	Jerarquía Regional
Pueblo De San Agustín (Hacienda)	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Iglesia Señor De La Tierra	2	2	2	0,9	2	0,3	0,66	Jerarquía Local
Iglesia De Huanque	2	2	3	1,35	2	0,3	0,93	Jerarquía Local
Iglesia De Manquehua	2	2	2	0,9	2	0,3	0,66	Jerarquía Local
Iglesia Chalinga	2	2	2	0,9	2	0,3	0,66	Jerarquía Local
Festivales Temporada Estival: Festival De La Uva	3	3	4	3,5	1	0,1	2,14	Jerarquía Regional
Aniversario Comuna De Salamanca.	3	3	4	3,5	1	0,1	2,14	Jerarquía Regional
Festivales Temporada Estival: Festival De Las Estrellas (Chillepín)	3	3	4	3,5	1	0,1	2,14	Jerarquía Regional
Festivales Temporada Estival (Carnaval De Chalinga)	3	3	4	3,5	1	0,1	2,14	Jerarquía Regional

Campeonato nacional de cueca (15-16-17 Febrero)	3	3	3	2,25	1	0,1	1,39	Jerarquía Regional
Heladería El Estero (Colliguay)	2	3	3	1,8	1	0,1	1,39	Jerarquía Regional
Escuela de la Higuerilla	2	2	3	1.35	1	0,1	0,85	Jerarquía Local
Casa Patronal de Quelén Bajo	1	2	2	0,7	1	0,1	0,46	Jerarquía Local
Hornos de tabaco en la Higuerilla	1	2	2	0,7	1	0,1	0,46	Jerarquía Local

Gráfico N° 13: Se presentan los Recursos Turísticos de la Comuna Según la Jerarquización:



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico muestra el tipo cual es el tipo de recurso que más predomina en la comuna, dependiendo de ciertos criterios de evaluación, se puede apreciar que con un 54% los recursos que posee la comuna de Salamanca, pertenecen a la jerarquía local, recursos que no cuenta con estadísticas de visitantes, además de no encontrarse en la oferta de paquetes turísticos, no obstante, forma parte de alguna estrategia de marketing a nivel municipal.

4.2.4 Identificación de Actividades Turísticas, Según Tipos de Turismo.

Las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la comuna de Salamanca se identifican en base a los recursos turísticos, de esta forma se presentan 3 tipos de turismo con subclasificación, los cuales se describen a continuación:

- Turismo de intereses especiales (TIE): Se contextualiza el turismo de intereses especiales como el desarrollo de experiencias no tradicionales de actividades de ocio, que incentivan la conservación y el fomento del patrimonio paisajístico en los espacios locales. Desde esta

perspectiva se incluye la dimensión del turismo cultural, de aventura, astro turismo, turismo wellness y otros. Los cuales se describen a continuación.

- El turismo cultural: Es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente que reflejan la identidad de un destino. Ejemplo en Salamanca: Visitar la Iglesia del señor de la tierra, MH. Casa estación cultural.

- Enoturismo: Este se centra en el mercado del vino, que tiene como objetivo dar una experiencia con los vinos realizando degustaciones y por lo general rutas a las bodegas y viñedos, para así dar a conocer como se realiza la producción de estos y los sabores característicos de cada uno de sus productos, en la mayoría de estas rutas se obsequian productos gastronómicos locales y degustaciones de vinos.

- El turismo de aventura: Es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas donde es común la práctica de algún Deporte extremo. Tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico. Ejemplo en Salamanca: Arriendos de bugís, escaladas y senderismos.

- Turismo astronómico: El turismo astronómico o astro turismo, es un tipo de turismo que satisface los intereses de astrónomos y apasionados de astronomía. Son itinerarios donde hay incluso noches de observación con o sin guía, visita a los observatorios astronómicos, museos o estructuras que contienen entretenimiento en ese ámbito.

- Turismo Wellness: Turismo de naturaleza y bienestar, nace a partir de las terapias alternativas, como complemento a la medicina tradicional o simplemente como recreación y relajo. Este tipo de turismo es uno de los más interesantes y demandados por sus múltiples beneficios. Ofrecen baños de hierbas diversos tipos de masajes como reflexología y terapéutico, sesiones de reiki y reflexología. Ejemplo en Salamanca: Centro turísticos de conexión.

- Turismo indígena: Es el turismo que permite tener una conexión más cercana con los pueblos originarios y sus antepasados, ya sean Mapuches, Diaguitas, Atacameños, entre otros. Brindando conocimientos de sus costumbres y tradiciones, y poder participar en actividades como creación de artesanías, vivencias místicas, prácticas religiosas, enseñanza de dialectos y vestimentas.

- Turismo Rural: Refiere a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas, etc. (OMT, 1998). Ejemplo en Salamanca: Visitar: Cabalgatas, senderismo.

- Agroturismo: Es un derivado del turismo rural que se caracteriza por acercar al visitante a las actividades propias del mundo agrario y sus procesos productivos, mostrándole los sistemas de cultivo de la tierra, cosechas o formas de riego y dándole la posibilidad de que participen de algunas tareas y se familiaricen con la vida rural. Ejemplo en Salamanca: Visitar el Agroturismo El Palquial, el campo turístico Tazas de Quelén.

- Turismo de naturaleza: Es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente promoviendo la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes realizando actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma.

    - Ecoturismo: El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología. Ejemplo en Salamanca: Rutas de senderismo Poza Azul, Raja de Manquehua.

Tabla N° 26: Actividades Turísticas.

Recursos turísticos / Nombre		Actividades turísticas
1	Plaza de Armas	Paseos familiares, espacio recreativo, culturales y deportivos, observación de flora y fauna.
2	Fábrica de cervezas artesanales Las Brujas	Sala de producción, venta y degustación de cerveza artesanal.
3	Parque urbano Salamanca	Espacio recreativo, eventos culturales y deportivos, zona de artesanías.
4	Parque acuático Oasis	Paseos familiares, centro acuático, zona de quinchos.
5	Cerro Héroes De La Concepción (Cerro Chico)	Trekking, observación de flora y fauna, petroglifos, zona de caudales de agua, bosque nativo, zona picnic.
6	Cerro La Campana	Trekking nivel medio, observación de flora y fauna, lugar histórico arqueológico.
7	Cerro La Cruz	Trekking básico, observación de flora y fauna, petroglifos, miradores, lugar histórico y arqueológico.
8	Cerro Tres Puntas	Trekking alto, observación de flora y fauna, avistamiento de cóndores, vista panorámica a la ciudad y rio de Chalinga.
9	Cerro El Colorado	Trekking alto, observación de flora y fauna, avistamiento de cóndores.
10	Llanos de Talhuen (El Consuelo)	Planicie, observación de flora y fauna, avistamiento de cóndores, trekking medio.
11	Semana Santa (marzo - abril)	Fiesta religiosa, evento cultural, organización de bazares, (feria comercial).
12	Campeonato nacional de cueca (15-16-17 febrero)	Encuentro nacional de cueca, participación de la comunidad.

13	Rodeo chileno	Evento cultural, paseos en familia.
14	Centro Cultural Estación M.H.	Paseos familiares, eventos culturales y deportivos.
15	Monumento Nacional estación cultural	Construcción antigua, galería de artes, arqueológico (Museos).
16	Museo arqueológico paleontológico Cha Gasta Kakan	Paseos familiares, museo, construcción antigua, sala de exhibición.
17	Iglesia Parroquial Nuestra Señora De Rosario	Construcción antigua, salón de oración.
18	Puente fiscal	Construcción antigua e histórica.
19	Festival de la uva Salamanca (febrero)	Evento cultural.
20	Agroturismo El Palquial (El Palquial)	Quesería, frutillas orgánicas, observación de flora y fauna, avistamiento de aves, petroglifos.
21	Heladería El Estero (Colliguay)	Variedades de helados artesanales, venta de alimentos, lugar campestre.
22	Embalse los Corrales	Observación de flora y fauna, paseos cercanos, represa de agua, astro turismo.
23	El Estero ¿camisas?	Miradores, reconocimiento de flora y fauna, balneario, pesca deportiva.
24	Bosque Encantado (Tahuinco)	Zona de picnic, senderos cercanos, observación de flora y fauna, avistamiento de aves.
25	Iglesia de Colliguay	Construcción antigua e histórica.
26	Piuquenes crossing (Chillepín)	Piscina, restaurant, avistamiento de aves, astro turismo, observación de flora y fauna, refugios (alojamiento).
27	Agrocamping Los Costeños (Chillepín)	Piscina, sendero petroglifos, vertientes, río, camping, cabañas, spa.
28	Entretenciones Torito (Tahuinco)	Paseo familiar, juegos didácticos para niños.
29	Ghc observatorio astronómico turístico (Chillepín)	Telescopios de alta gama, transportable o en instalaciones, guía turístico.

30	Petroglifos	Senderos por habilitar, alta distribución en los valles, paseos familiares o de investigación.
31	Los Frailes (Almendrillo - Batuco)	Trekking de alta montaña, avistamiento de aves, observación de flora y fauna, lugar histórico.
32	Ruta arqueológica Nucuy (Coirón)	Sendero familiar, observación de flora y fauna, avistamiento de aves, petroglifos.
33	Río Salto Del González (Almendrillo - Batuco)	Trekking de alta montaña, caída de agua cordillerana, petroglifos, avistamiento de aves, observación de flora y fauna.
34	Las Tinajas del Consuelo	Zona de balneario, observación de flora y fauna, trekking medio, petroglifos.
35	Cerro Mallakun (Llimpo)	Mayor cumbre, trekking nivel alto, observación de flora y fauna, petroglifos.
36	Los Muros (Tahuinco)	Zona de picnic, pesca deportiva, observación de flora y fauna, miradores, balneario.
37	Laguna El Pelado (Almendrillo - Batuco)	Trekking de alta montaña, represa de agua que se junta con rio cordillerano.
38	Viñedos	Ruta no habilitada, existencia de miradores en la ruta a valle Choapa.
39	Las Tazas de Quelén (Quelén Alto)	Lugar señalizado, trekking, observación de flora y fauna, petroglifos, lugar histórico, caída de agua cordillerana.
40	Fiesta del tránsito El Tambo (15 agosto)	Evento cultural.
41	Iglesia el Tambo	Construcción antigua e histórica.
42	Centro cultural Santa Rosa	Galería de artes (museo), petroglifos, paseo familiar o de investigación, eventos culturales y deportivos.
43	Puente colgante de Coirón	Construcción antigua, petroglifos, trekking cercano, paseos familiares, observación de flora y fauna.
44	Hacienda de Chuchiñi	Construcción antigua e histórica, lugar por habilitar.
45	Hornos de tabaco en Tahuinco	Lugar por habilitar, construcción antigua e histórica.
46	Hornos de tabaco en la Higuerilla	Construcción antigua e histórica.

47	Escuela De La Higuerilla	Construcción antigua e histórica.
48	Casa Patronal De Quelén Bajo	Construcción antigua e histórica.
49	Puente Endesa Batuco	Construcción antigua e histórica.
50	Festival de las Estrellas Chillepín (febrero)	Evento cultural.
51	Centro turístico Taukan (El Tebal)	Cabañas, piscina, spa, lugar de relajo y bienestar, identidad ancestral.
52	Pircas de Arboleda (Arboleda Grande)	Cabañas familiares, spa, lugar de relajo y bienestar.
53	Mirador de Zapallar (Zapallar)	Cabañas, avistamiento de aves, petroglifos, estrellas conexión ancestral, cuenta con tour circuito diaguitas, por habilitar spa.
54	Productoras de chicha y chacolo (Cancha Brava)	Sala de procesos, paseos familiares, degustación, compra.
55	Plataforma al cielo (Zapallar)	Cabañas, senderos, zona de terapias alternativa, alimentos orgánicos.
56	Santuario de la naturaleza Poza Azul (La Jarilla)	Senderos habilitados, trekking, cabalgatas, avistamiento de flora y fauna, miradores, petroglifos.
57	Santuario de la naturaleza Raja De Manquehua	Trekking, cabalgatas, observación de flora y fauna, miradores, leyendas, petroglifos.
58	Pozas El Chiapero y Mayten (Zapallar)	Trekking, observación de flora y fauna, petroglifos.
59	Los círculos de la Palmilla (Zapallar)	Petroglifos, astro turismo, observación de flora y fauna, lugar histórico, mitos y leyendas
60	Sitio arqueológico El Peñón (San Agustín)	Observación de flora y fauna, astronomía, petroglifos, bosques relictos.
61	Pueblo de San Agustín	Construcciones antiguas, astronomía, petroglifos, bosques relictos.
62	Fiesta religiosa San Juan De Dios (8 De marzo O 1° Domingo)	Fiesta religiosa, evento cultural.
63	Fiesta religiosa El Señor De La Tierra (1° Semana De Enero)	Fiesta religiosa, evento cultural.

64	Fiesta religiosa de Manquehua (12 octubre)	Fiesta religiosa, evento cultural.
65	Bodegón Pare Bien (Cancha Brava)	Paseos familiares, museo, construcción antigua, observación de flora y fauna.
66	Iglesia El Señor De La Tierra	Fiesta religiosa, evento cultural.
67	Iglesia de Huanque	Construcción antigua, pueblo pintoresco, paseos cercanos.
68	Iglesia de Manquehua	Construcción antigua, pueblo pintoresco, paseos cercanos.
69	Iglesia de Chalinga	Construcción antigua, pueblo pintoresco, paseos cercanos.
70	Festival de verano (Carnaval de Chalinga)	Evento cultural.
71	Fiesta de la Virgen del Carmen, Chalinga: 2° domingo de septiembre	Fiesta religiosa, evento cultural.
72	Fiesta del campesino	Evento cultural.
73	Aniversario comuna de Salamanca.	Evento cultural.
74	Vivero Cascanueces	Observación de flora
75	Ex estación de trenes (Tahuinco)	Construcción antigua e histórica.
76	Plaza Pie de Monte	Paseos familiares, espacio recreativo, culturales y deportivos.
Fuente: Elaboración Propia		

4.2.5 Identificación del Equipamiento e Instalaciones Turísticas.

El Servicio Nacional de Turismo SERNATUR, en conjunto con sus Direcciones Regionales, tiene como objetivo al año 2020, la inscripción del registro de forma obligatoria por la Ley Nº20.423, según Decreto 222 a los siguientes servicios; Alojamiento Turísticos, Agencias de Viajes y Tour Operadores, Guías Especializados y Actividades de Turismo Aventura. A su vez estos podrían optar de manera voluntaria, al Sello de Calidad Turística, otorgado por SERNATUR, los cuales, en su efecto, deberán regirse por las Normas Chilenas, del Instituto de Normalización Chilena, INN correspondientes para cada servicio o actividad (NCh2760.of2012 Alojamiento Turístico, NCh3067.of2013 Tour operadores u operadores mayoristas, NCh 2950.of2005 Guía Especializados. NCh 3068.of2007 Agencias de Viajes, NCh 3062.of2007 Turismo Aventura).

La Planta Turística, corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas que en este caso presenta la comuna de Salamanca y que se definen a continuación:

4.2.5.1 Alojamientos Turísticos

La comuna presenta diferentes tipos de alojamientos, que proveen de un servicio que según la NCh2760.of2012, se consideran de acuerdo con su clasificación, calificación y terminología de los establecimientos turísticos. De acuerdo con los establecimientos existentes en la comuna de Salamanca, se definen los siguientes términos relativos al alojamiento turístico:

Cabañas: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico en unidades habitacionales del tipo cabaña, con estacionamiento, con capacidad mínima de un vehículo por cada unidad habitacional. Disponen, además como mínimo de servicio de recepción para el registro de huéspedes y entrega de información general, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios.

Camping: Recinto de campamento establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en un terreno debidamente delimitado ubicado en un entorno natural (campo, montaña, playa y similares), asignándole un sitio a cada persona o grupo de personas que hacen vida al aire libre y que utilicen carpas, casas rodantes u otras instalaciones similares para pernoctar. Debe contar como mínimo con servicio de recepción de 12 h y baños.

Hotel: Establecimiento que provee alojamiento turístico mayoritariamente en habitaciones, en un edifico o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo. Disponen además como mínimo del servicio de recepción durante las 24 h y el servicio de desayuno estando o no incluido en la tarifa, servicio de mucamas, servicio de conserjería y servicio de custodia de equipaje, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuando el establecimiento cuente con habitaciones con acceso desde el nivel del suelo y con estacionamiento frente a las habitaciones o dentro del recinto, se puede denominar motel.

Hostal: Establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en habitaciones mayoritariamente privadas, cuyas características constructivas dicen relación con las de una casa habitación, y que ofrece el servicio de desayuno de manera facultativa.

Residencial: Establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en habitaciones privadas, cuyas características constructivas dicen relación con las de una casa habitación, y que ofrece además el servicio de alimentación en las modalidades de media pensión o pensión completa incluido en el precio.

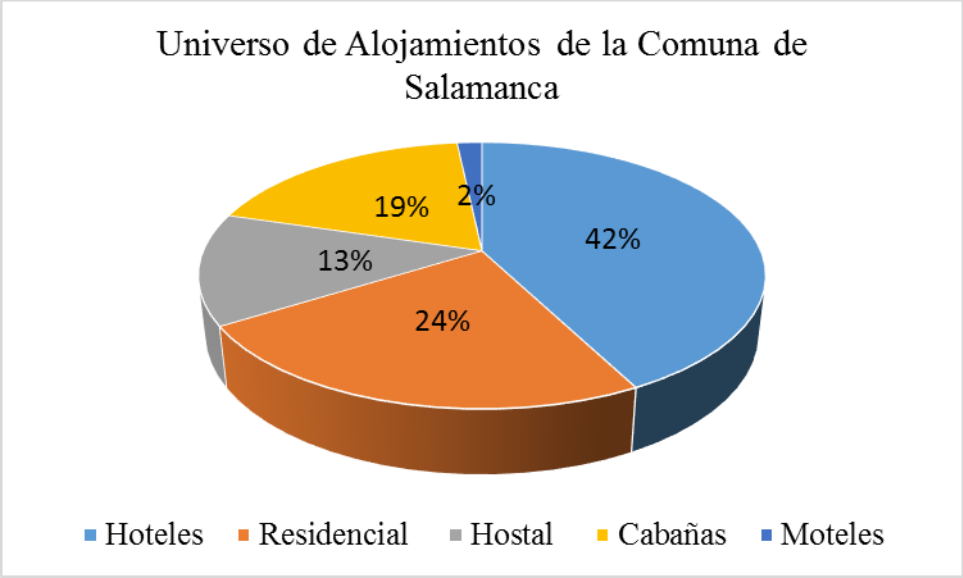
De acuerdo a lo anterior, el universo de alojamientos en Salamanca y alrededores según la base de datos de la Oficina de Turismo Municipal son de un total de 94 alojamientos de diferentes categorías. El detalle de los resultados por tipo de alojamiento se muestra en la Tabla N° 27:

Tabla N° 27: Universo de Alojamientos en Salamanca y Alrededores.

Universo de Alojamientos de la Comuna de Salamanca						
Tipo de Alojamiento	Alojamientos Urbanos	Alojamientos Rural	Cantidad de Camas Urbano	Capacidad Camas Rural	Total Cantidad	Total Capacidad
Hoteles	13	12	328	688	25	1026
Residencial	11	3	214	74	14	288
Hostal	2	6	42	376	8	418

Cabañas	0	11	0	212	11	212
Moteles	0	1	0	12	1	12
Total	26	33	584	1362	59	1956
Fuente: Elaboración Propia.						

Gráfico N° 14: Alojamientos Turísticos



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra los porcentajes de los alojamientos turísticos según su clasificación, en donde los hoteles poseen la cantidad más alta con un 42%, y en cuanto al tipo de alojamiento más bajo se encuentran los moteles con un 2%.

Es importante mencionar que un gran porcentaje de los servicios de alojamiento que se encuentran en la comuna de Salamanca están dirigidos a empresas del sector minero. Por otro lado, también existe un alto porcentaje de servicios sin patente comercial o informales, como por ejemplo los camping y piscinas.

4.2.5.1.1 Servicios de Alojamiento Inscritos en SERNATUR

La inscripción en los registros de alojamientos turísticos es obligatoria por ley a nivel nacional. Este registro les permite a los turistas, contar con información oficial y clara respecto a la oferta formal del turismo nacional, lo que genera mayor seguridad para el viajero.

Las empresas que conforman el Registro Nacional son formales, cuentan con patente municipal y han iniciado actividades en el Servicio de impuestos Internos SII, situación que protege los derechos de los consumidores. A su vez cabe señalar, que las empresas para mantener vigentes sus registros, deberán renovar sus patentes en la Municipalidad correspondiente y volver adjuntar su documentación en la oficina de SERNATUR.

Beneficios del Registro:

- Formar parte de la oferta turística nacional.
- Ser publicado de manera gratuita en el buscador de servicios de SERNATUR.
- Acceder a capacitaciones y otros beneficios de organismos públicos.
- Conectarse con herramientas de fomento asociadas al sector turístico.
- Ser parte de las acciones de promoción de SERNATUR en todos sus canales de atención: oficinas de información turística, sitios web, folletería, ferias, entre otros.

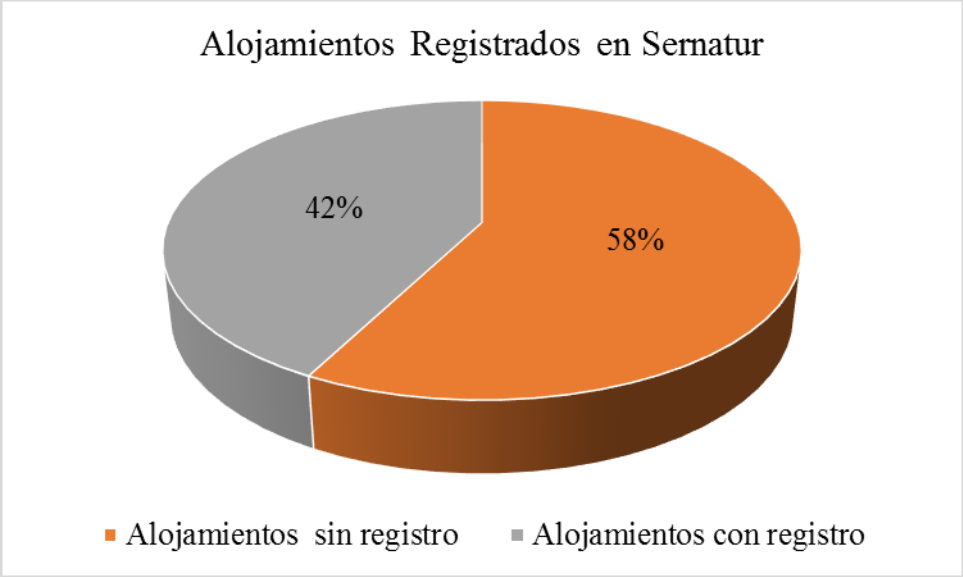
La identificación del equipamiento e instalaciones turísticas presentes en la comuna (urbanos y rurales), hoteles y similares inscritos en los registros de SERNATUR al mes de diciembre del 2019 se presentan en la siguiente tabla:

Tabla N° 28: Servicios de Alojamiento Inscritos en SERNATUR.

N°	Tipo Se Servicio	Nombre Del Establecimiento	Ubicación
1	Hotel	Hotel Infante	Infante 201, Centro
2	Hotel	Hotel San Enrique	J.J. Pérez 720
3	Hotel	Hotel My House	Infante 451, Centro
4	Hotel	Pircas De Arboleda	Hijuela 17, El Tebal
5	Hotel	Hotel 4 Vertientes	Huérfanos 485
6	Hotel	Hotel Entrerios	Julio Echavarría 701
7	Hotel	Hotel El Poeta	Pablo Neruda 2 Chillepin
8	Hotel	Hotel Casa De Piedra	Irarrazabal 731
9	Hotel	Hotel El Recanto	Santa Rosa S/N Ruta D-835
10	Hotel	Hotel Los Rosales	Bruno Larraín 421
11	Hotel	Hotel Salamanca	Infante 1061
12	Hotel	Hotel Valle Mineral	Irarrazabal 651
13	Hotel	Hotel Vasco	Bulnes 120
14	Hotel	Hotel Village Chillepin	Parc. 54-D S/N, Ruta D-835
15	Hotel	Hotel San Lorenzo	Irarrázaval 311
16	Hotel	Hotel Magdan	Camino A Cuncumén Parc. 22-D
17	Hostal	Hostal Mily	JJ. Pérez 581
18	Hostal	Casona La Estancia	Bulnes 131
19	Hospedería	Ghc Hospedajes	Galvarino 16-B Chillepin
20	Hospedería	Hospedaje Rural La Doña	Arboleda Grande Hijuela 1a Cerc Medi
21	Residencial	Residencial Casa Blanca	Irarrazabal 501
22	Residencial	Residencial Antilaf	Huérfanos 398
23	Residencial	Residencial Entre Ríos	Matilde Salamanca 61
24	Cabañas	Cabañas Los Parronales	Parc. 23 Chillepin
25	Centro Turístico	Centro Turístico Taukan	El Tebal 103, Hijuela 3
Fuente: Elaboración propia.			

El registro que SERNATUR posee, y en relación con el listado de patentes comerciales entregadas por la Municipalidad de Salamanca, registra que 25 servicios están inscritos en SERNATUR, siendo obligatorio por La Ley de Turismo N° 20.423 que cuentan con todas las normas establecidas vigentes.

Gráfico N° 15: Alojamientos Registrados en SERNATUR



Fuente: Elaboración propia.

En el presente gráfico podemos apreciar que existe un gran porcentaje de alojamientos sin registros en SERNATUR con un 58% versus un 42% que si se encuentran registrado en SERNATUR, dato significado de analizar y mejorar.

4.2.5.2 Restaurantes y Similares

La comuna presenta diferentes tipos de servicios gastronómicos, los cuales se puedan clasificar según diferentes criterios y autores, ya que no existe una sola definición de las diversas clasificaciones de restaurantes debido a su gran extensión en el negocio. Por lo tanto, se utiliza la siguiente clasificación Según MORFIN, M.C. (2001) Administración de comedor y bar. Se clasifican utilizando la variedad del servicio que ofrece:

Restaurantes de autoservicio: estos se encuentran normalmente dentro de plazas comerciales, aeropuertos, ferias, etc. En estos establecimientos el consumidor encuentra una amplia variedad de platillos quien puede combinar a su gusto. Estos establecimientos cuentas con precios bajos por la poca cantidad de empleados que laboran ahí.

Restaurantes de menú y a la carta: los primeros ofrecen una cantidad limitada de platillos a un precio moderado, y los a la carta, cuentan con mayor variedad de platillos que el comensal puede combinar de acuerdo a lo que se le antoje, y tienen precios considerables. Estos tipos de restaurantes pueden dividirse a su vez en:

De lujo: Servicio más personalizado y refinado. Comidas de tipo internacional, servicio francés y cuenta con una carta de vinos.

De primera y tipo medio: Cuentan con comida nacional o internacional más limitados, servicio americano, sin carta de vino.

De tipo económicos: Alimentos que se preparan con sencillez, estilo americano.

Cafeterías, drive-in, restorrutas y similares: las primeras ofrecen comida sencilla, rápida y bebidas ligeras, en los siguientes, se proporciona el servicio directo en el automóvil o pasando por una zona autorizada en la que se ordena los alimentos, se pagan y se les hace entrega. Los restorrutas es encuentran en las carreteras, ofrecen servicio en la mesa o en el automóvil y servicio adicionales como pueden ser gasolineras, tiendas o información turística.

De acuerdo a lo anterior, se obtienen los siguientes resultados del universo de servicios de alimentación en la comuna de Salamanca, denotados en la Tabla N° 29:

Tabla N° 29: Universo de Restaurantes en Salamanca.

Cantidad	**Tipo se servicio**	**Capacidad**
5	Restaurantes de autoservicio:	55
15	Restaurantes de menú y a la carta Sin venta de alcohol	600
37	Restaurantes de menú y a la carta Con venta de alcohol	2726
3	Cafeterías, drive-in, restorrutas y similares:	80
60	**TOTAL**	**3461**

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar la comuna de Salamanca tiene 4 categorías de servicios gastronómicos, alcanzando un total de 60 servicios formales y una capacidad de hasta 3461 personas.

Tabla N° 30: Servicios de Restaurantes Sector Urbano y Rural

	Cantidad	**Tipo se servicio**	**Capacidad**
URBANO	5	Restaurantes de autoservicio:	55
	15	Restaurantes de menú y a la carta Sin venta de alcohol	600
	21	Restaurantes de menú y a la carta Con venta de alcohol	1738
	3	Cafeterías, drive-in, restorrutas y similares:	80
	44	**TOTAL**	**2473**
RURAL	0	Restaurantes de autoservicio:	
	0	Restaurantes de menú y a la carta Sin venta de alcohol	0
	16	Restaurantes de menú y a la carta Con venta de alcohol	988
	0	Cafeterías, drive-in, restorrutas y similares:	0
	16	**TOTAL**	**988**

Fuente: Elaboración propia

En relación al sector urbano y rural, se muestra en la tabla que existe una concentración de los servicios gastronómicos en el sector urbano con un total de 44 servicios, por su parte el sector rural

reside solo a 16 servicios gastronómicos. Es decir que los servicios del sector rural representan un 27% y los servicios urbanos un 73% del total de servicios gastronómicos de Salamanca.

Gráfico N° 16: Servicios de Alimentación de la Comuna



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra que según el tipo de servicio de alimentación podemos encontrar con mayor porcentaje los restaurantes de menú y a la carta con venta de alcohol, siendo un servicio con gran potencial en la comuna. En cuanto al de menor porcentaje encontramos las cafeterías.

4.2.5.2.1 Servicios de Alimentación Inscritos en SERNATUR.

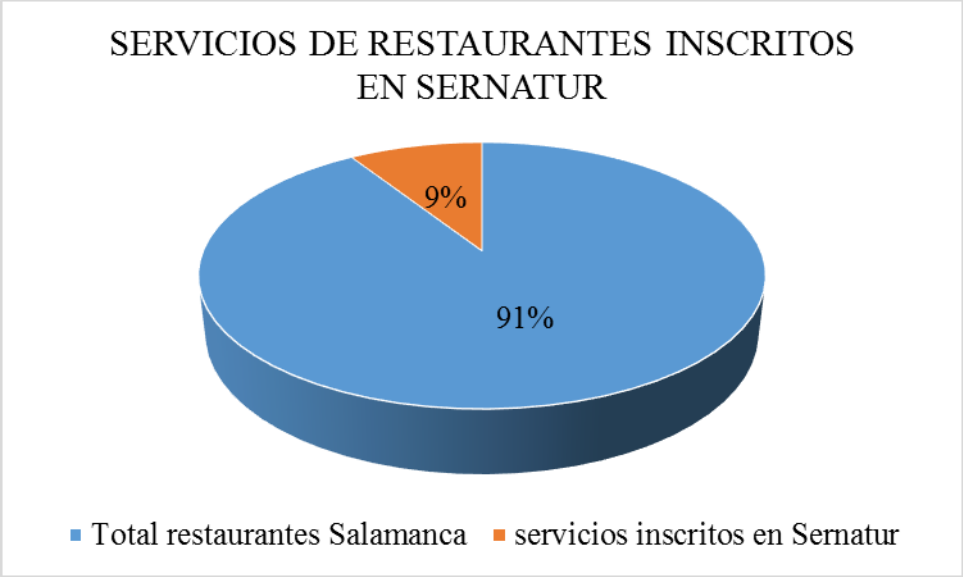
Del universo total de restaurantes en la comuna, los servicios de alimentación registrados en SERNATUR identificados se presentan en la siguiente tabla según su ubicación. Este servicio aún no es de carácter obligatorio para la inscripción o registro en SERNATUR. Sin embargo, es una determinación de cada servicio, destacándose los siguientes:

Tabla N° 31: Registros Servicios de Alimentación en SERNATUR.

	Actividad Económica	Nombre Del Establecimiento	Ubicación
1	Restaurant	Restaurant El Rancho	M. Bulnes 131
2	Restaurant	Restaurant Delicias De El Tebal	Camino Publico Nº108, El Tebal
3	Restaurant	Restaurant Las Brujas	Manuel Bulnes 420
4	Restaurant Y Heladería	Restaurant El Estero	Camino Colliguay S/N
5	Restaurant	Restaurant El Encanto de Salamanca	Llimpo 13-B
6	Restaurant	Restaurant Tebal	El Tebal 103 Hijuela 3

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 17: Restaurantes Inscritos en SERNATUR.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de los restaurantes inscritos en SERNATUR, los cuales solo representa al 9%, versus un 91% de restaurantes sin registro. Este tipo de servicio no es de carácter obligatorio de inscripción en SERNATUR, pero no deja de ser un porcentaje muy bajo.

4.2.5.3 Agencias de Viaje y Operadores Turísticos.

Según la OMT, tienen consideración de agencias de viajes las empresas constituidas en forma de sociedad mercantil, anónima o limitada. Se dedican profesionalmente y comercialmente a las actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos.

4.2.5.3.1 Tipos de Agencias de Viajes.

En el mercado del turismo las agencias de viajes tienen una importante función esta es la promoción de los servicios turísticos existentes, dando a conocer a estos servicios de manera local, nacional e internacional, permitiendo un mayor ingreso monetario hacia esta actividad económica, estas agencias se dividen en diferentes categorías las cuales son:

Agencias de viajes mayorista: son consideras las empresas que proveen, organizan y dirigen todo tipo de servicio relacionado con el turismo. También se encargan de abastecer a las agencias minoristas.

Agencias de viajes minoristas: se dedican a vender todos los viajes organizados por las agencias de viajes mayoristas. También desempeñan el papel de organizar, y de realizar ofertas propias para ofrecerlas.

Agencias tour operadoras: estas agencias son las que realizan los servicios especializados como alojamiento, transporte, entre otras. Este tipo de agencias tienen contacto directo en la prestación de los servicios.

Agencias emisoras: proporcionan información a los usuarios. Se encuentran en lugares donde se desarrolla la actividad comercial, encontrando personas que están dispuestas a realizar viajes.

Agencias receptivas: actúan como representantes de las agencias emisoras. Las agencias receptivas son las encargadas de recibir, acomodar y dar toda la información necesaria a los turistas. Se encuentran en sitios donde llegan turistas.

4.2.5.3.2 Agencias de Viaje y Operadores Turísticos y/o actividades de esparcimiento.

Según listado de patentes comerciales de la Municipalidad de Salamanca, las Agencias de Viajes y Operadores turísticos existentes en la comuna y registrados en SERNATUR son los siguientes:

Tabla N° 32: Agencias y Operadores Patentes Municipales e Inscritas en SERNATUR.

Agencias y operadores inscritas en SERNATUR			
1	Tour Operador Receptivo	Castillo E.I.R.L.	Hijuela Nº26 - A, El Tebal (P)
2	Tour Operador Receptivo	Turismo Salamanca	Arturo Pérez Canto Nº129, Salamanca (P)
3	Tour Operador Receptivo	Huellas Del Choapa	Irarrázaval Nº731, Salamanca (P)
4	Tour Operador Receptivo	Kawsay	Julio Echeverria Nº511, Salamanca (P)
Fuente: Elaboración propia.			

4.2.6 Análisis de Instalaciones de Recurso Turístico.

Las instalaciones de los recursos turísticos permiten disfrutar de los atractivos de manera satisfactoria, ofreciendo desde servicios básicos, hasta lugares específicos de descanso. Son instalaciones que le dan un valor agregado a la experiencia, los cuales son identificados en la Tabla N° 33 en donde se identifican los diferentes recursos turísticos de Salamanca y las instalaciones con las que estos cuentan.

Tabla N° 33: Instalaciones Turísticas.

	Nombre Del Recurso Turístico	Instalaciones Turísticas																				
		Servicios Básicos	Barreras De Protección	Caseta / Oficina De Control	Mirador	Señalética	Red De Senderos	Cabeza De Sendero	Quincho	Delimitación	Escalera	Espacio Para Comunidad	Estacionamiento	Mobiliario Exterior	Parador	Portón De Acceso	Puente	Refugio Remoto	Servicio Higiénicos	Soporte De Información	Zona De Picnics	Lugar De Descanso	Sitio Para Acampar
Zona Urbana	Plaza De Armas	X				X	X	X		X		X	X	X	X				X	X		X	
	Fábrica De Cervezas Artesanales Las Brujas	X		X									X	X		X			X				
	Parque Urbano, Fundación Mi Parque	X	X				X			X		X		X		X			X	X		X	
	Parque Acuático Oasis	X	X			X	X		X	X			X	X		X			X		X	X	
	Cerro Héroes De La Concepción (Cerro Chico)		X		X	X	X	X	X			X				X				X	X	X	
	Cerro La Campana				X		X									X							
	Cerro La Cruz				X		X			X		X	X	X		X							
	Cerro Tres Puntas						X											X				X	
	Cerro El Colorado						X											X				X	

	Llanos De Talhuen (El Consuelo)						X															X	
	Semana Santa (marzo - abril)	X				X				X		X							X				
	Campeonato Nacional De Cueca (15-16-17 febrero)	X								X		X		X					X				
	Rodeo Chileno (semana santa)	X	X	X						X	X	X	X	X		X			X				
	Centro Cultural Estación M.H.	X	X	X			X			X		X	X	X		X			X	X			
	Museo Arqueológico Paleontológico Cha Gasta Kakan	X	X	X				X		X		X		X		X			X	X			
	Iglesia Parroquial Nuestra Señora De Rosario	X		X				X		X		X	X	X		X			X				
	Puente Fiscal		X			X				X							X						
	Festival De La Uva Salamanca (febrero)	X								X		X		X					X				
	Aniversario Comuna de Salamanca	X								X		X	X	X									
	Parque Estación	X	X				X			X		X	X	X		X			X	X	X	X	
	Fiesta de la Virgen del Carmen, Chalinga: 2° domingo de septiembre									X		X							X				
	Vivero Cascanueces		X							X		X	X			X				X			
	Plaza Pie de Monte					X				X			X	X								X	

Valle De Camisas	Agroturismo El Palquial (El Palquial)	X				X				X			X	X		X			X			X	
	Heladería El Estero (Colliguay)	X				X				X			X	X		X			X	X		X	
	Embalse Los Corrales		X		X					X			X			X							
	El Estero						X					X									X	X	
	Bosque Encantado (Tahuinco) +	X			X		X		X	X		X	X	X		X			X		X	X	
	Iglesia De Colliguay									X		X				X							
	Fiesta del Campesino	X	X			X			X	X		X	X	X		X			X		X	X	
Valle Del Choapa	Piuquenes Crossing (Chillepín)	X	X		X		X		X				X	X		X	X		X			X	
	Agrocamping Los Costeños (Chillepín)	X	X																				X
	Entretenciones Torito (Tahuinco)	X	X	X					X	X				X		X			X				
	Ghc Observatorio Astronómico Turístico (Chillepín)	X		X	X		X						X						X	X			
	Petroglifos		X		X	X	X									X							
	Los Frailes (Almendrillo - Batuco)			X	X		X			X						X		X					

	Ruta Arqueológica Nucuy (Coirón)		X		X	X	X	X		X		X										
	Rio Salto Del González (Almendrillo - Batuco)			X			X			X						X						
	Las Tinajas Del Consuelo						X													X		
	Cerro Mallakun (Llimpo)						X															
	Los Muros (Tahuinco)				X							X								X		
	Laguna El Pelado (Almendrillo - Batuco)			X			X			X						X						
	Viñedos				X					X						X						
	Las Tazas De Quelén (Quelén Alto)			X	X	X	X	X		X		X	X			X		X		X		
	Fiesta Del Tránsito El Tambo (15 Agosto)	X								X		X										
	Iglesia El Tambo			X								X				X						
	Centro Cultural Santa Rosa	X	X	X		X	X				X	X	X	X		X			X			
	Puente Colgante De Coirón		X		X		X			X					X		X					
	Hacienda De Chuchiñi															X						
	Hornos De Tabaco En Tahuinco													X		X						

	Hornos De Tabaco En La Higuerilla													X									
	Escuela De La Higuerilla					X							X	X		X			X	X x			
	Casa Patronal De Quelén Bajo																						
	Puente Endesa Batuco				X					X				X									x
	Festival De Las Estrellas Chillepín (Febrero)	X										X		X					X				
	Ex Estación de Trenes (Tahuinco)					X										X						X	
Valle De Chalinga	Centro Turístico Taukan (El Tebal)			X	X	X	X		X	X			X	X		X			X			X	
	Pircas De Arboleda (Arboleda Grande)		X	X	X	X	X			X			X	X		X			X	X		X	
	Mirador De Zapallar (Zapallar)			X	X	X	X		X	X			X	X		X			X			X	
	Productoras De Chica Y Chacolo (Cancha Brava)					X				X			X			X							
	Plataforma Al Cielo (Zapallar)			X	X	X	X		X	X			X	X		X			X			X	
	Santuario De La Naturaleza Poza Azul (La Jarilla)		X		X	X	X	X		X		X			X	X				X		X	
	Santuario De La Naturaleza Raja De Manquehua		X	X	X	X		X		X		X				X							

	Pozas El Chiapero Y Mayten (Zapallar)						X																
	Los Círculos De La Palmilla (Zapallar)						X																
	Sitio Arqueológico El Peñón (San Agustín)						X																
	Pueblo De San Agustín						X			X		X		X	X								
	Fiesta Religiosa San Juan De Dios (8 De marzo O 1° Domingo)									X		X							X				
	Fiesta Religiosa El Señor De La Tierra (1° Semana De Enero)		X			X	X			X		X		X		X			X				
	Fiesta Religiosa De Manquehua (12 octubre)						X			X		X		X					X				
	Bodegón Pare Bien (Cancha Brava)	X		X		X						X	X	X		X			X	X			
	Iglesia El Señor De La Tierra		X							X		X	X	X		X							
	Iglesia De Huanque				X		X			X		X				X							
	Iglesia De Manquehua						X			X		X											
	Iglesia De Chalinga		X							X		X											
	Festival De Verano (Carnaval De Chalinga)						X			X		X							X				

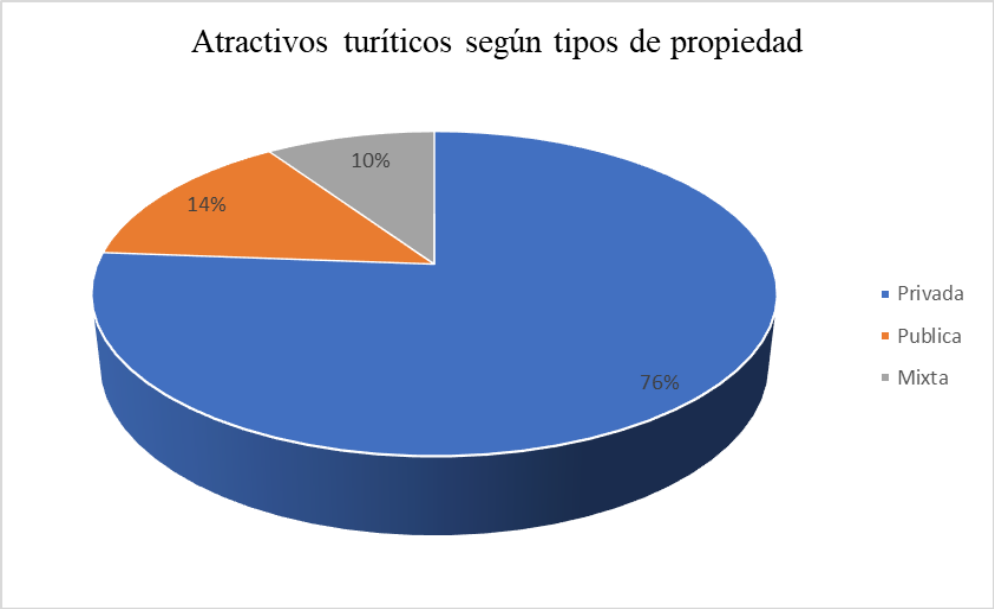
La tabla muestra el total de recursos turísticos identificados en la comuna en relación a las instalaciones que ellos poseen, como: Servicios Básicos, Barreras De Protección, Caseta /Oficina de Control, Mirador, Señalética, Red de Senderos, Cabeza de Sendero, Quincho, Delimitación, Escalera, Espacio Para Comunidad, Estacionamiento, Mobiliario Exterior, Parador, Portón de Acceso, Puente, Refugio Remoto, Servicio Higiénicos, Soporte de Información, Zona de Picnics, Lugar de Descanso y Sitio para Acampar. Paralelamente esta información detalla específicamente las condiciones en las que se encuentra cada recurso turístico y su nivel de desarrollo.

4.2.7 Situación del Medio Ambiente Turístico.

El escenario de los recursos turísticos se desprende del análisis obtenido a través de las fichas Cicatur, en donde se clasificaron los recursos según el tipo o categoría (Atractivos Turísticos, Sitios Naturales, Museos y Manifestaciones culturales, Eventos y Acontecimientos Programados y Folklore) y se evalúan según variados aspectos que se presentan a continuación:

4.2.7.1 Atractivos turísticos

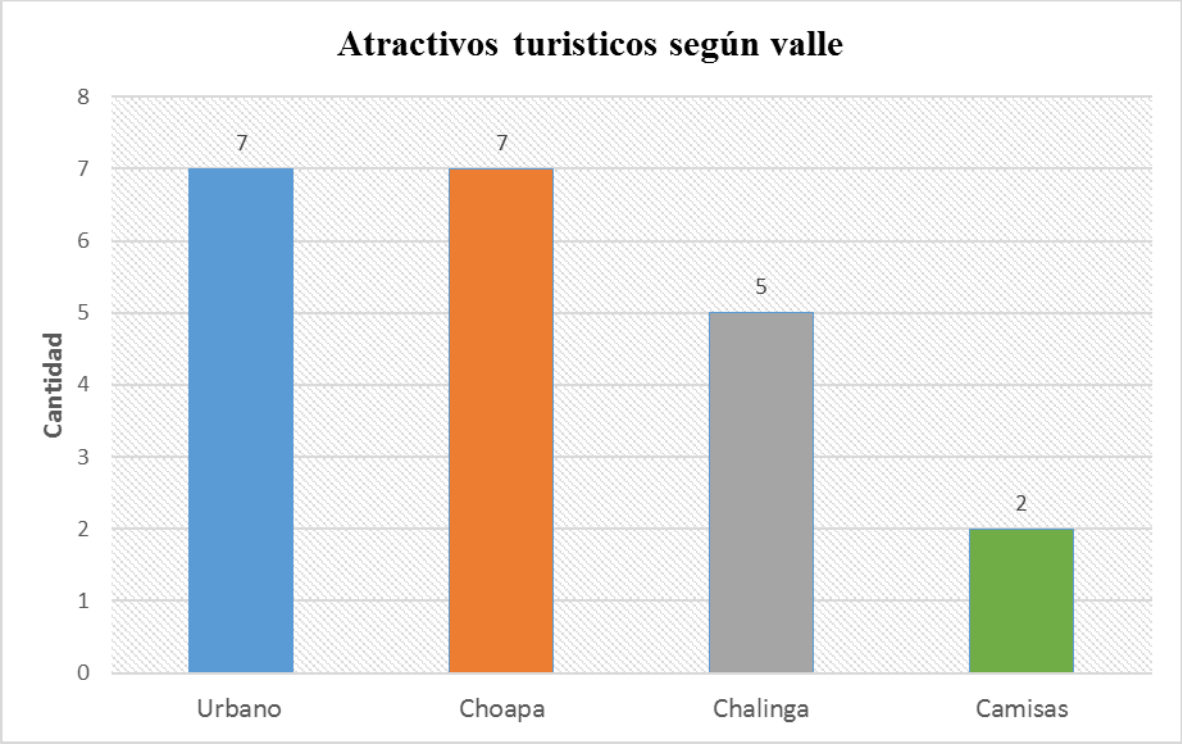
Gráfico N° 18: Atractivos Turísticos Según Tipos de Propiedad.



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico presenta los atractivos turísticos de la comuna de Salamanca según tipos de propiedad, en donde la gran parte de estos atractivos turísticos son de propiedad privada (76%), seguido de propiedad mixta (10%) y en último lugar de propiedad pública (14%).

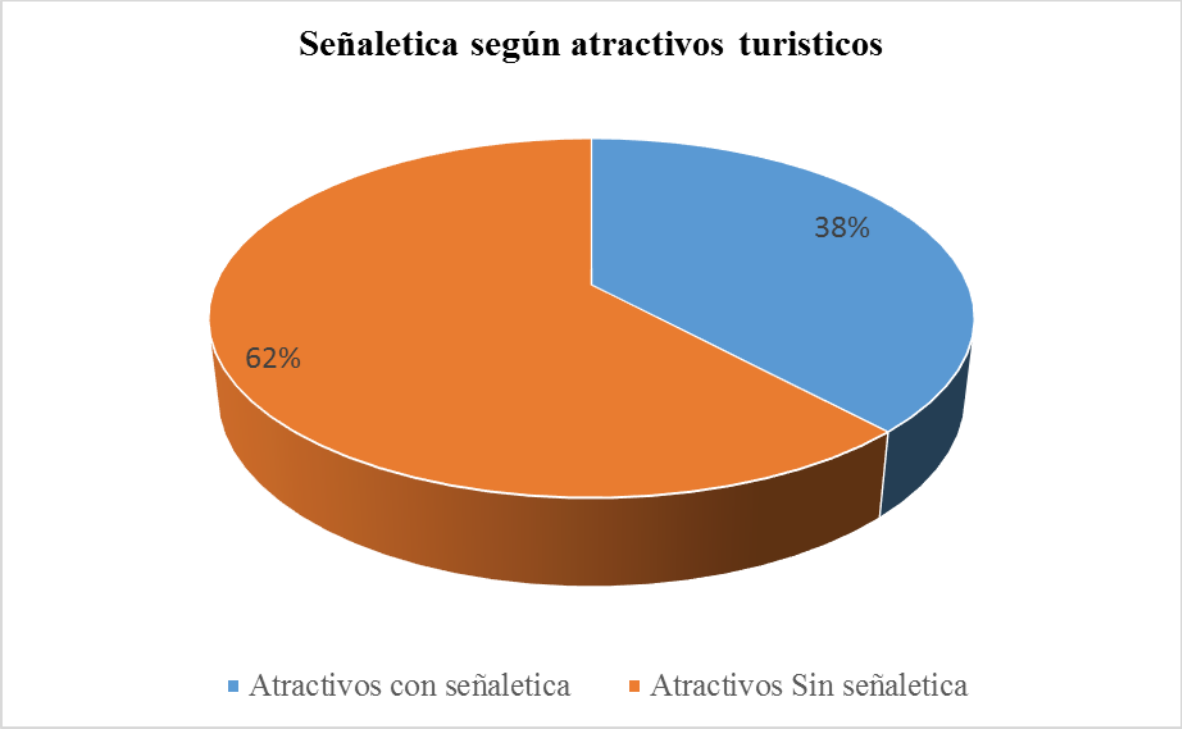
Gráfico N° 19: Atractivos Turísticos según Valles.



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico presenta la cantidad de atractivos turísticos que se encuentran en Salamanca urbano y en los valles de la comuna. En el valle del Choapa se encuentran 7 atractivos, en el valle de Chalinga 5, Salamanca urbano cuenta con 7 atractivos turísticos y por ultimo destacamos que el valle de camisas solo se posee 2 atractivos turísticos, no obstante, presenta un gran potencial.

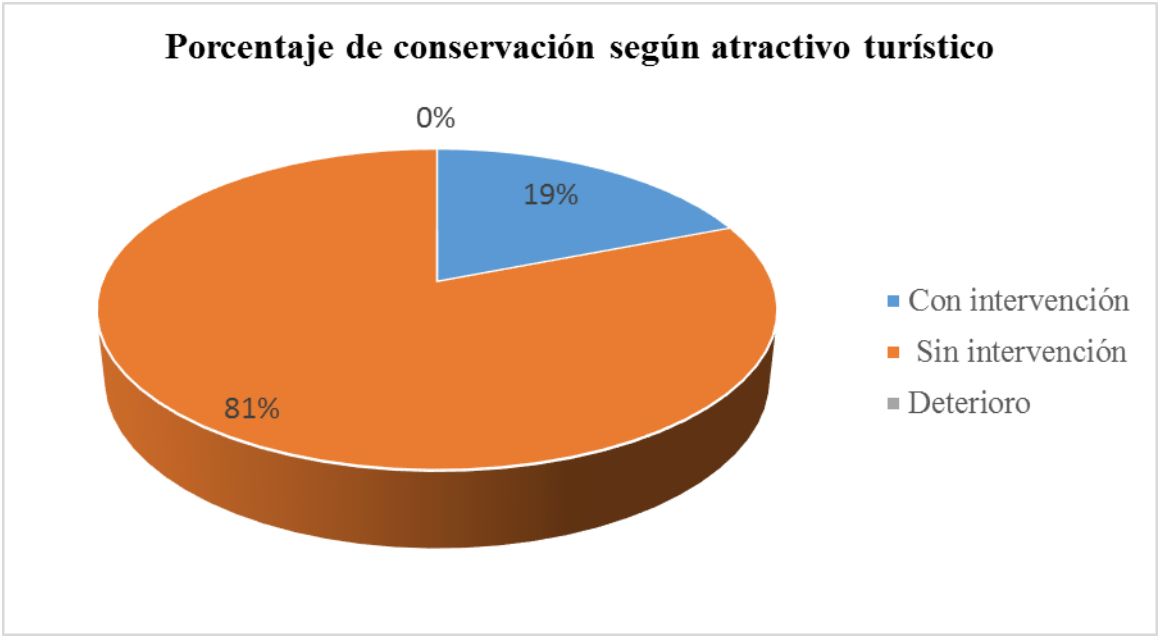
Gráfico N° 20: Señalética según Atractivos Turísticos.



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico presenta el porcentaje de atractivos con señalética y sin señalética de la comuna de Salamanca. Muestra que el 62% de los atractivos se encuentra sin señaléticas, versus un 38% que si posee señalética.

Gráfico N° 21: Porcentaje de Conservación según Atractivos Turísticos.

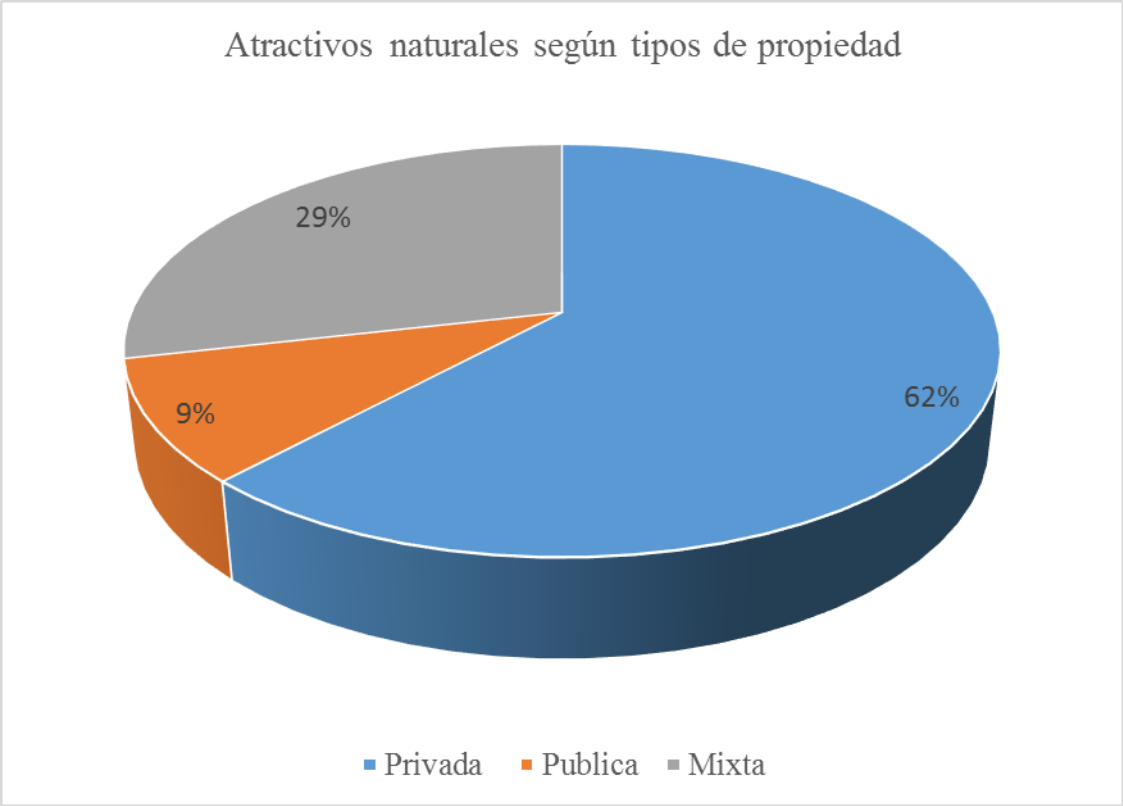


Fuente: Elaboración propia.

El gráfico presenta los porcentajes de conservación de los atractivos turísticos, en donde el 81% se encuentra sin intervención y el 19% se encuentra con intervención.

4.2.7.2 Sitios Naturales o Atractivos Naturales

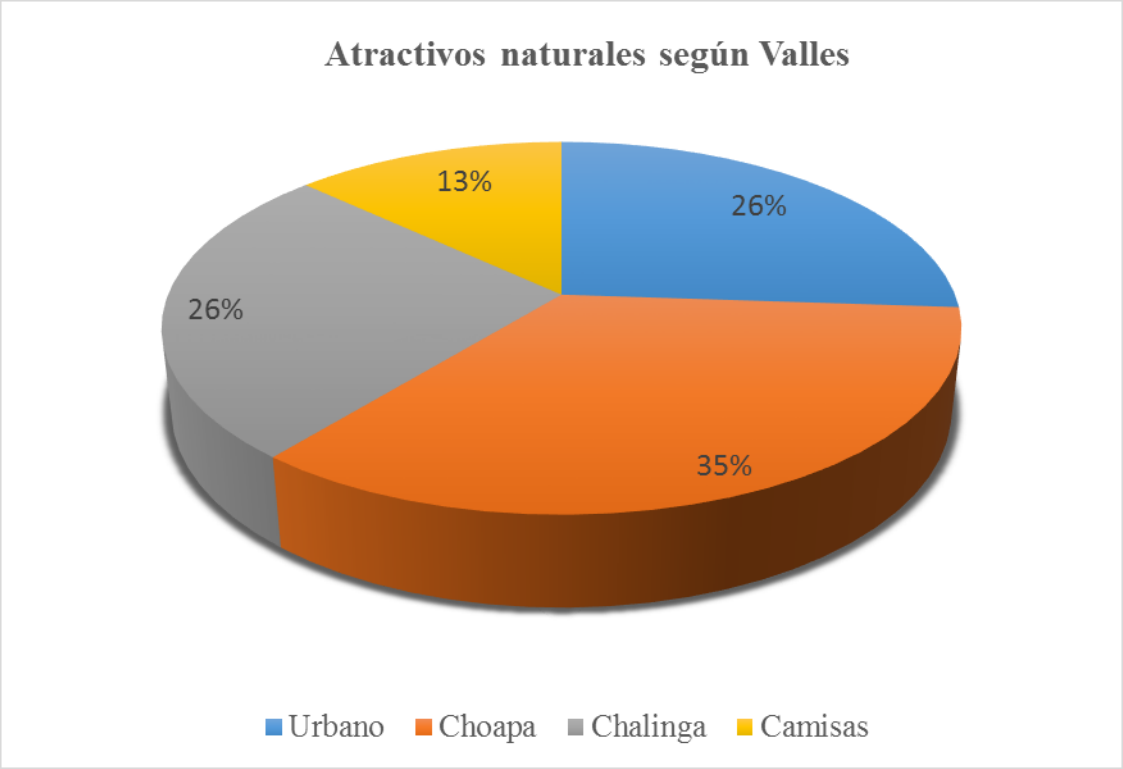
Gráfico N° 22: Atractivos Naturales según Tipo de Propiedad.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje correspondiente a los atractivos naturales según tipo de propiedad, en donde se puede apreciar que existe un gran porcentaje en lo que respecta a propiedad privada con un 62% y 29% de propiedad mixta. Por otra parte, se destaca el bajo porcentaje de atractivos naturales pertenecientes a la propiedad pública.

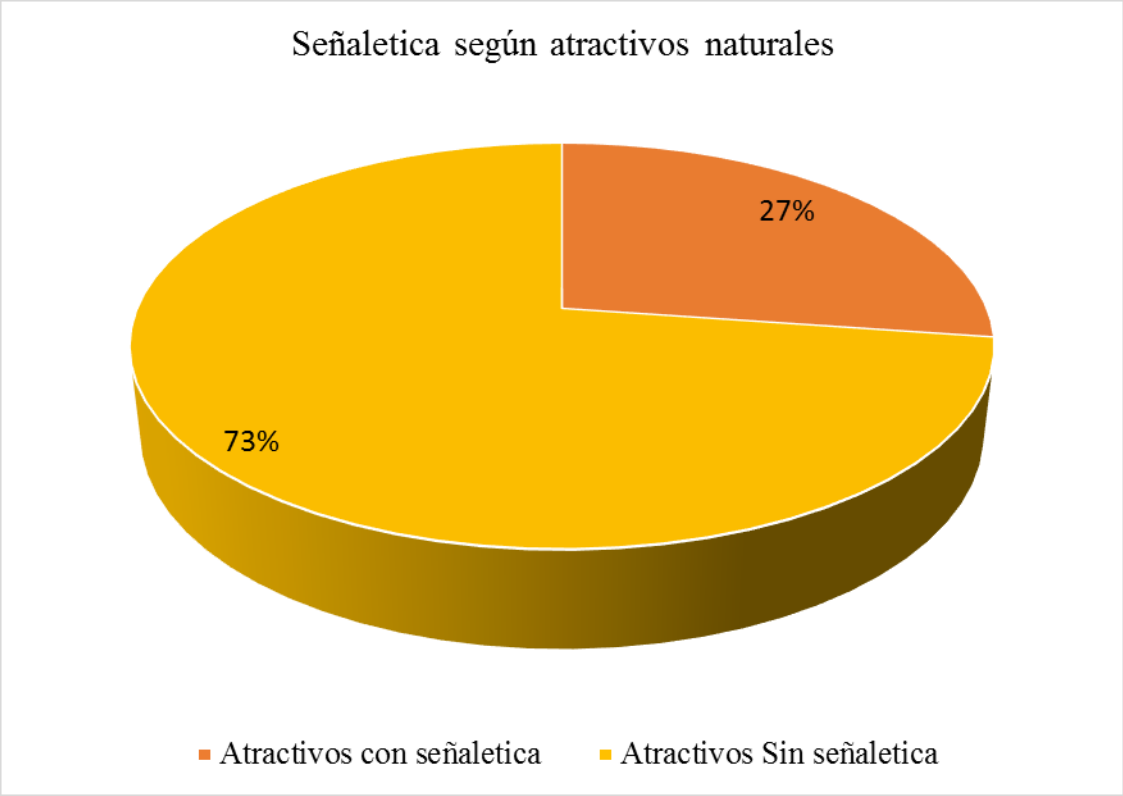
Gráfico N° 23: Atractivos Naturales según Valles.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de atractivos naturales que ofrecen los valles de la comuna de Salamanca, en donde Salamanca urbano posee un 26%, el valle del Choapa un 35%, el valle de Chalinga un 26% y el valle de Camisas un 13%. Destacando al valle del Choapa por su gran y enriquecedora naturaleza.

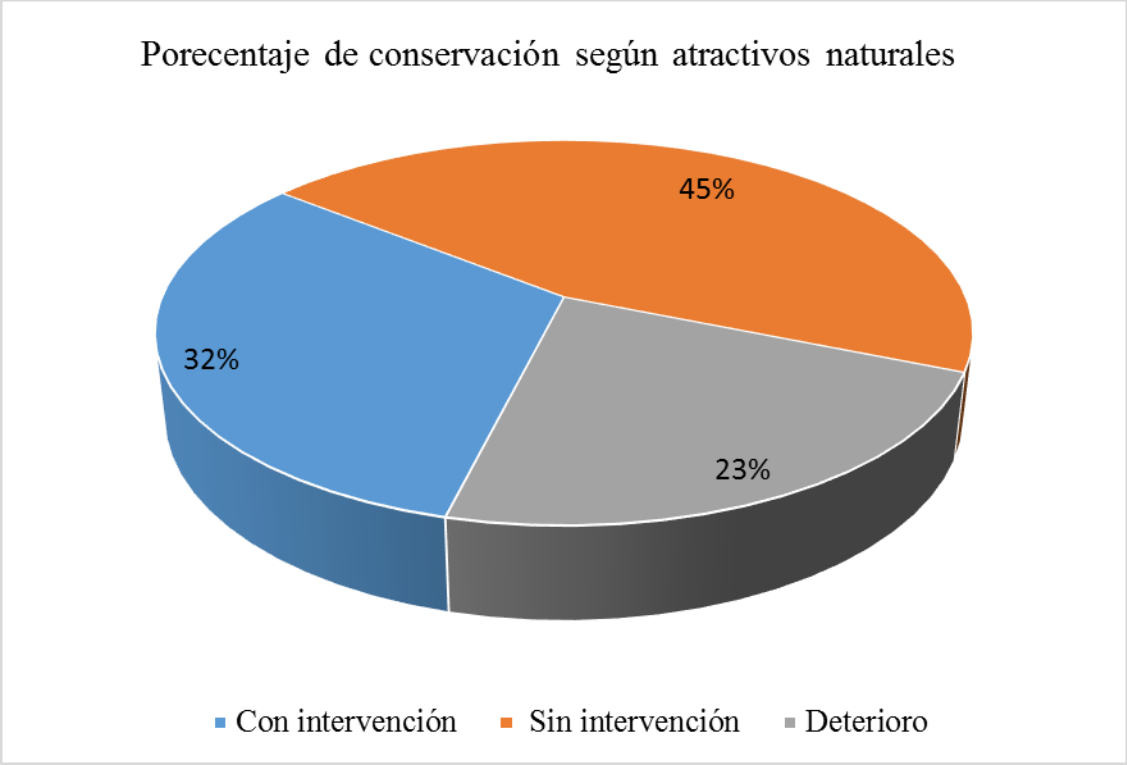
Gráfico N° 24: Señalética según Atractivos Naturales.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el significativo porcentaje en cuanto a los atractivos naturales que no poseen señalética, con un 73% versus solo un 27%, que sí posee señalética. Es importante destacar que las señaléticas en los atractivos turísticos son de suma importancia para el turista, a la hora de recorrer, reconocer y respetar el sitio.

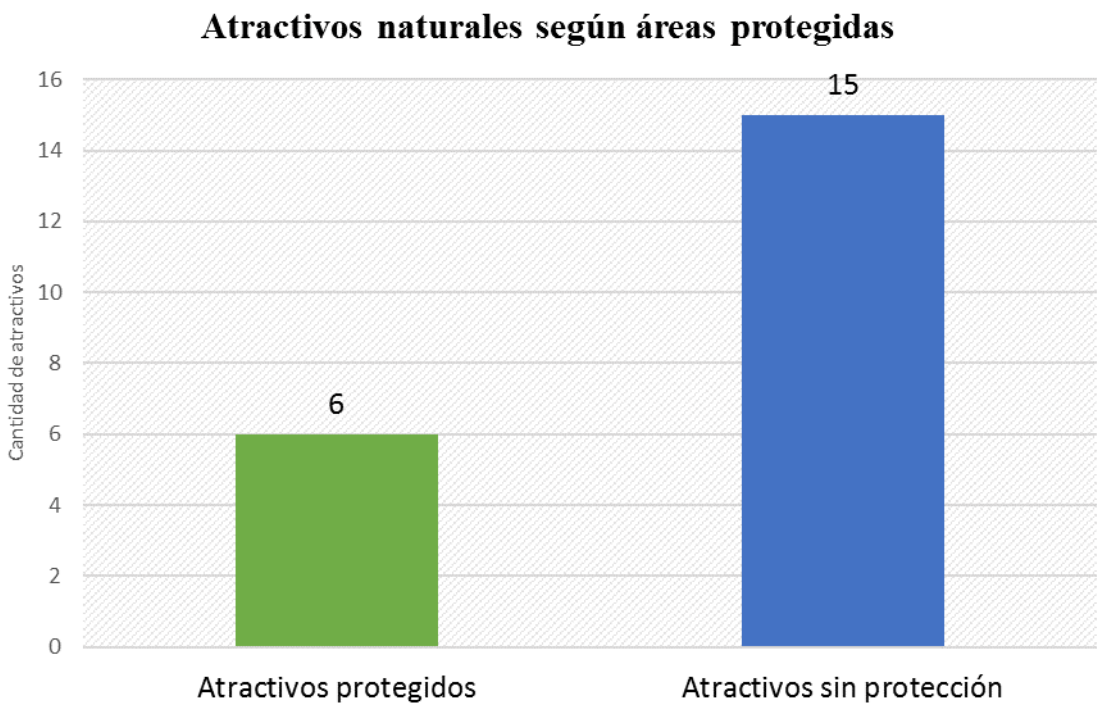
Gráfico N° 25: Porcentaje de Conservación según Atractivos Naturales.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico señala que con 45% existe una conservación de los atractivos naturales, en donde no se ha generado ninguna intervención del hombre. Pero también se debe destacar que existe un gran porcentaje de atractivos naturales con intervención (32%), alterando el atractivo natural y un 23% presenta un deterioro, generando una inminente preocupación.

Gráfico N° 26: Atractivos Naturales según Áreas Protegidas.

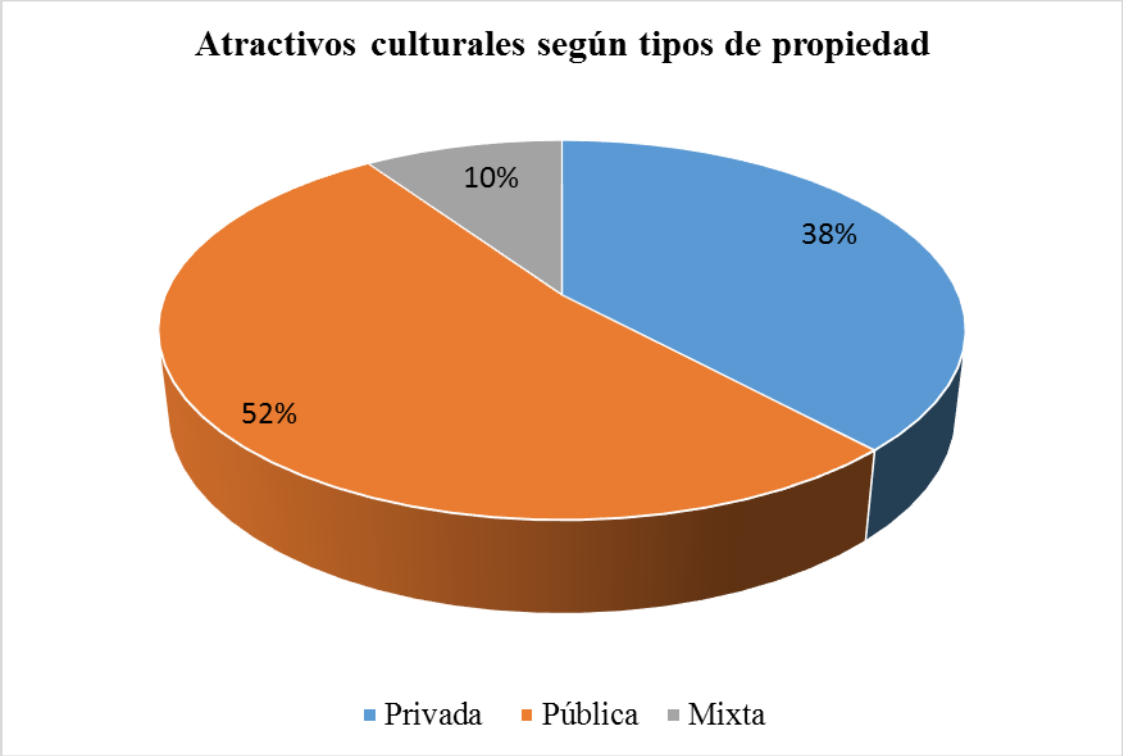


Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico señala que en la comuna de Salamanca se encuentran 6 atractivos naturales protegidos, conservando las riquezas del lugar, sin alteraciones ni intervenciones. Se destaca de igual forma el alto número (15) de atractivos sin protección.

4.2.7.3 Manifestaciones culturales o atractivos culturales

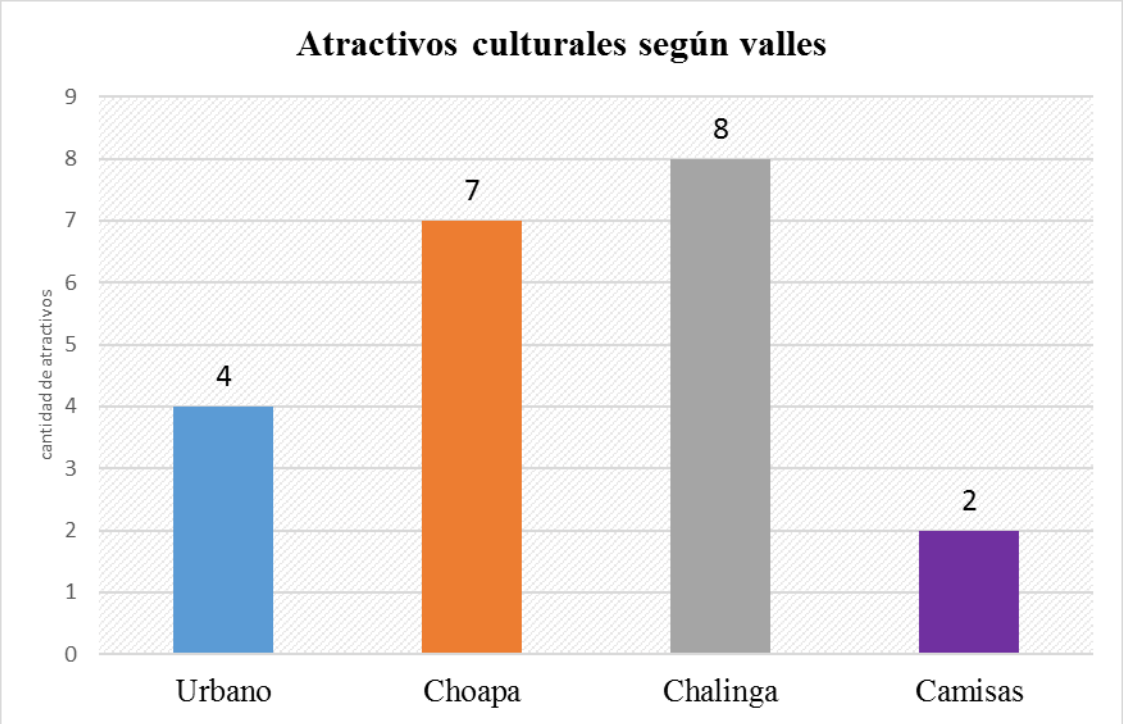
Gráfico N° 27: Atractivos Culturales según Tipo de Propiedad.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra los atractivos culturales según tipos de propiedad, en donde existe un amplio porcentaje de atractivos culturales de propiedad pública (52%), seguido por propiedad privada (38%) y en último, la propiedad mixta (10%).

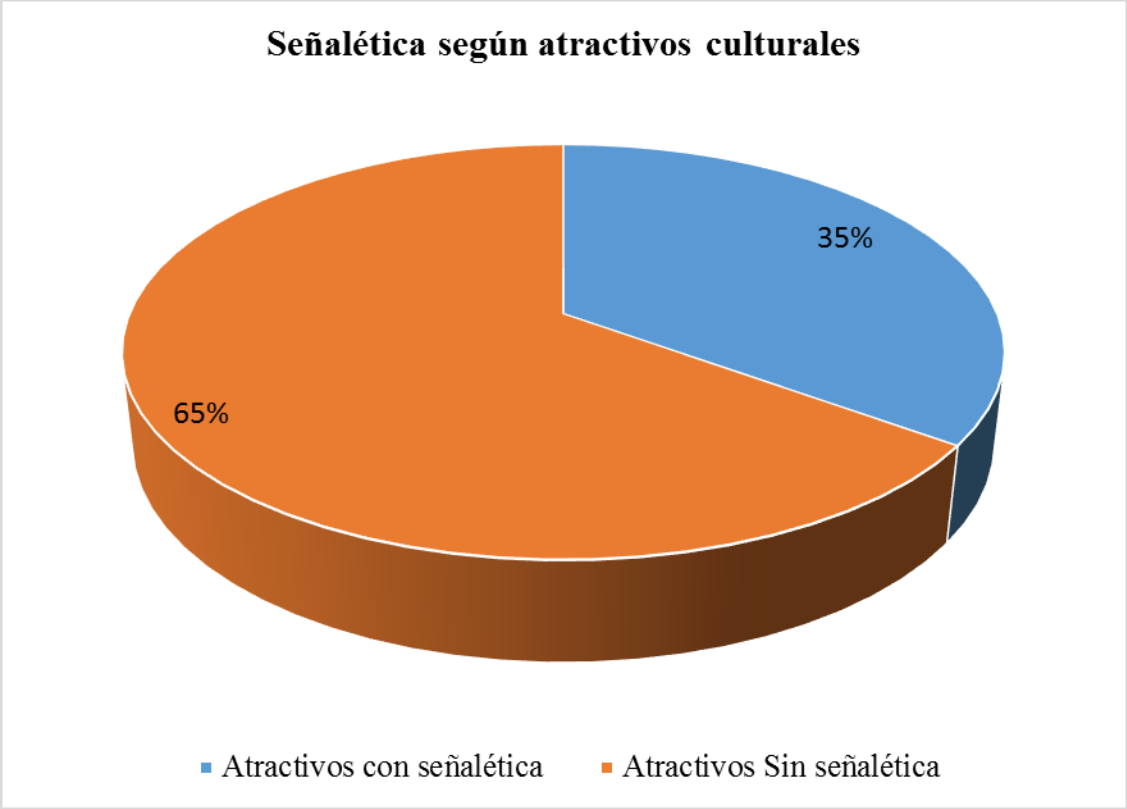
Gráfico N° 28: Atractivos Culturales según Valles.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra la cantidad de atractivos culturales que encontramos según el valle de la comuna de Salamanca. Encontrando 4 atractivos en el sector urbano, 7 atractivos culturales en el valle del Choapa, 8 en el valle de Chalinga y 2 en el valle de Camisas. Es importante señalar que los atractivos culturales establecen identidad, concentrándose en la cultura del lugar, son más exigentes, pero menos estacional.

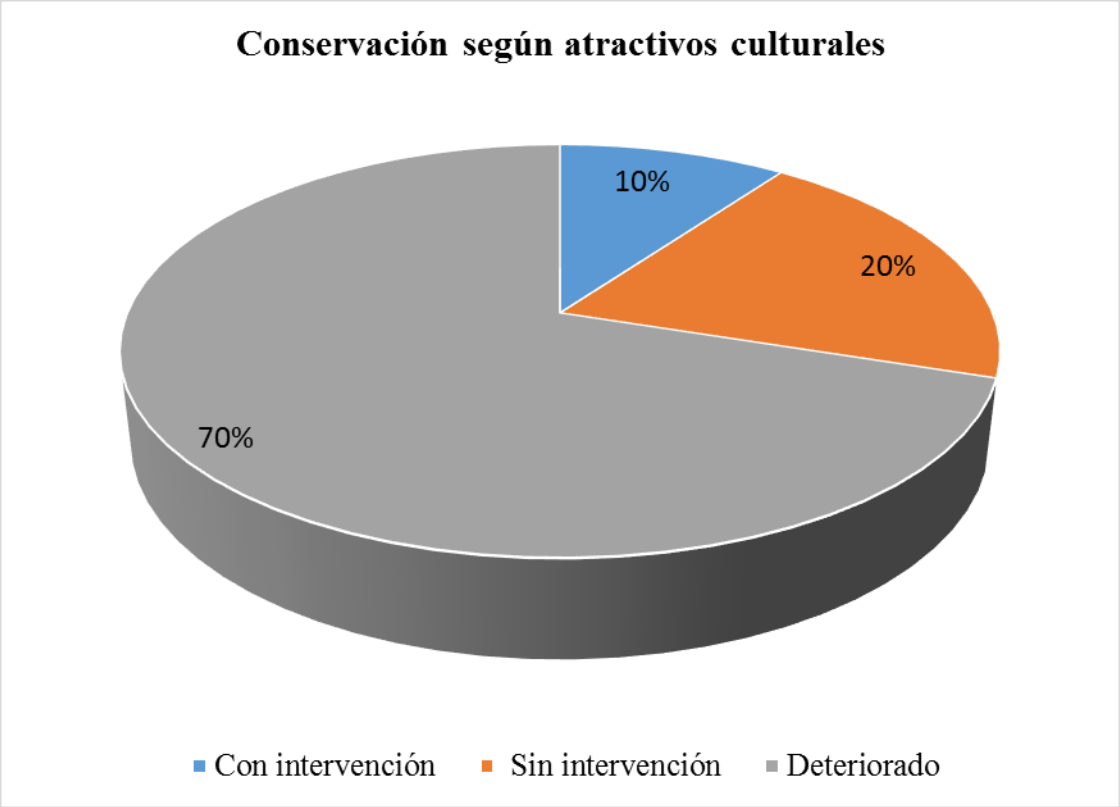
Gráfico N° 29: Señalética según Atractivo Cultural.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de atractivos culturales con señalética y sin señalética, con un 35% y un 65% respectivamente. Destacando que existe un alto porcentaje de atractivos sin señalética, generando dificultades para promocionar y conservar los atractivos.

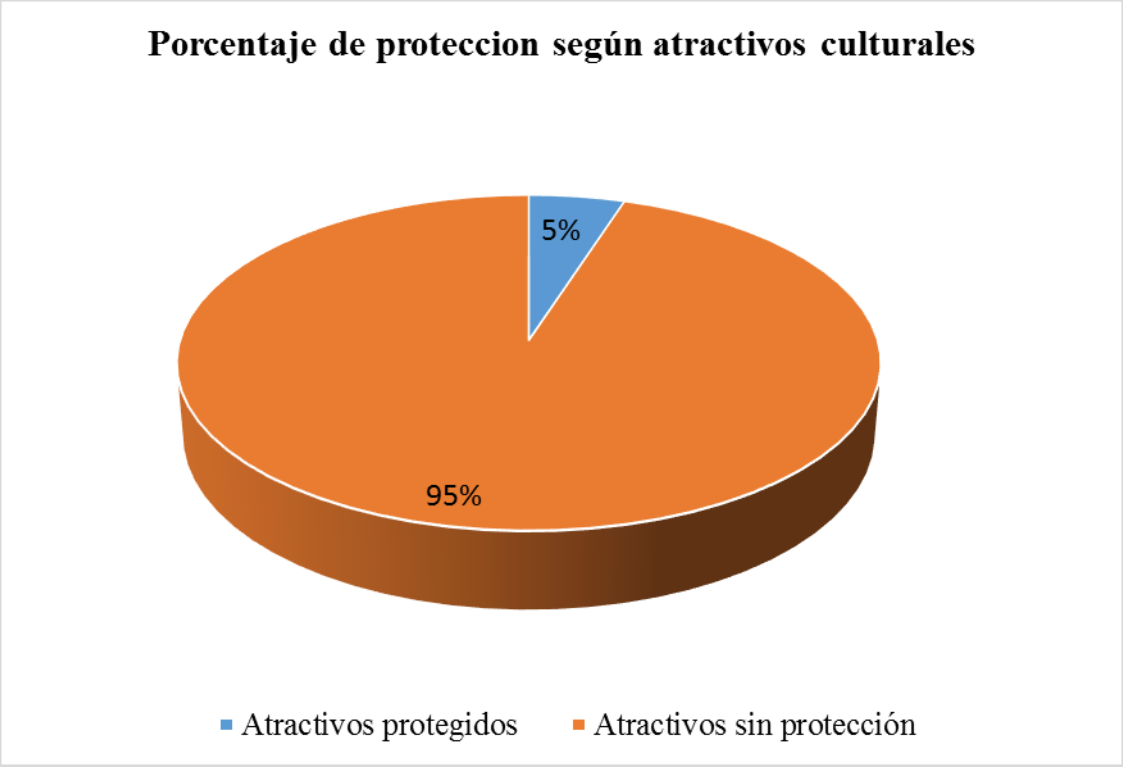
Gráfico N° 30: Conservación según Atractivos Culturales.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de conservación de los atractivos culturales, en donde podemos apreciar que existe intervención en un 10%, sin intervención un 20% y destacamos el porcentaje de deterioro de un 70%, donde existe un empeoramiento o decadencia del atractivo cultural.

Gráfico N° 31: Porcentaje de Protección según Atractivo Cultural.

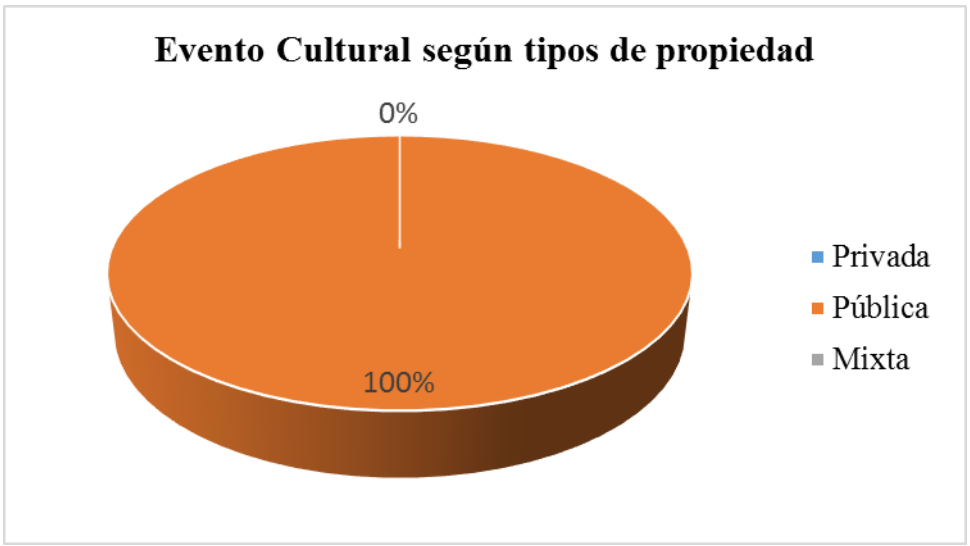


Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de los atractivos culturales protegidos y los atractivos sin protección, con un 5% y un 95% respectivamente, diferencia significativa.

4.2.7.4 Eventos

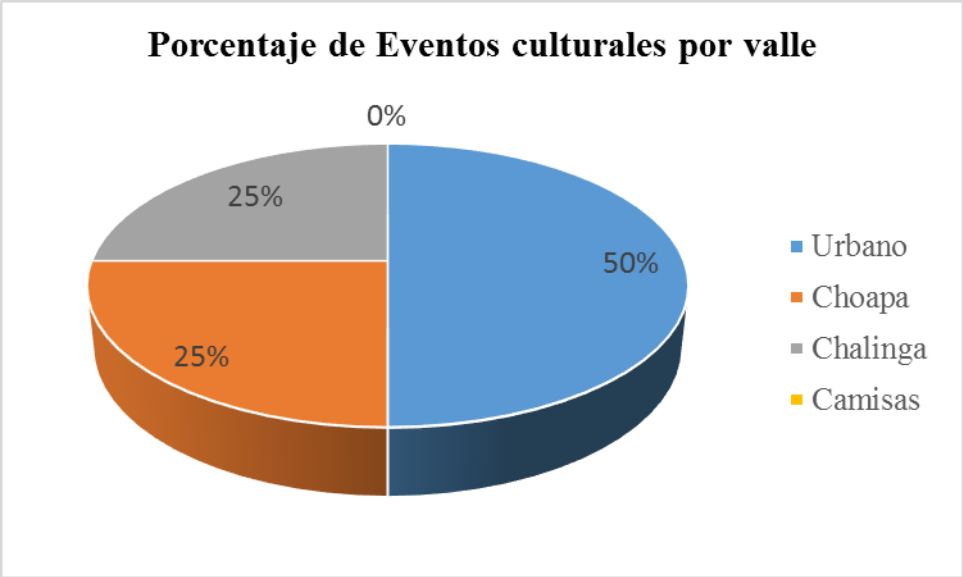
Gráfico N° 32: Eventos Culturales según Tipo de Propiedad.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra los eventos culturales que se realizan en la comuna de Salamanca, según tipo de propiedad, en donde se destaca que el 100% son de propiedad pública.

Gráfico N° 33: Eventos Culturales Según Valles.

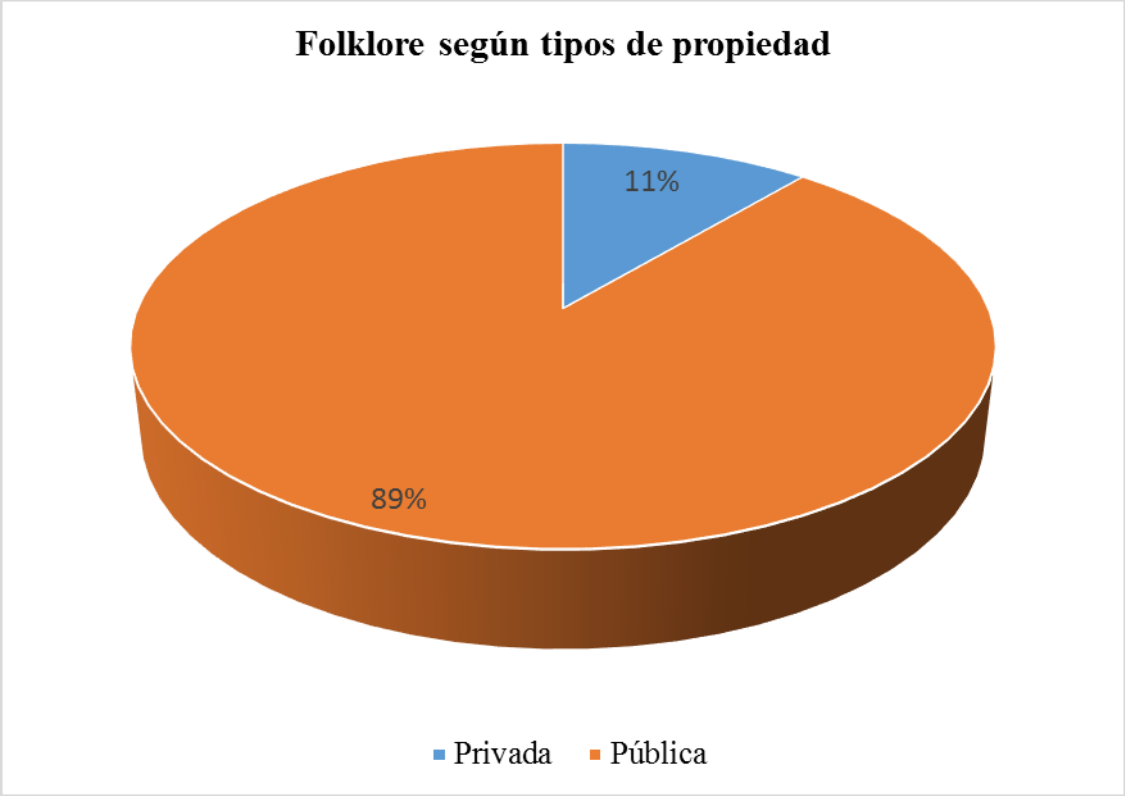


Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra el porcentaje de eventos culturales según valles, en donde se encuentran este tipo de eventos en los valles del Choapa con un 25%, el valle de Chalinga con un 25% y un 50% en Salamanca urbano.

4.2.7.5 Folklore

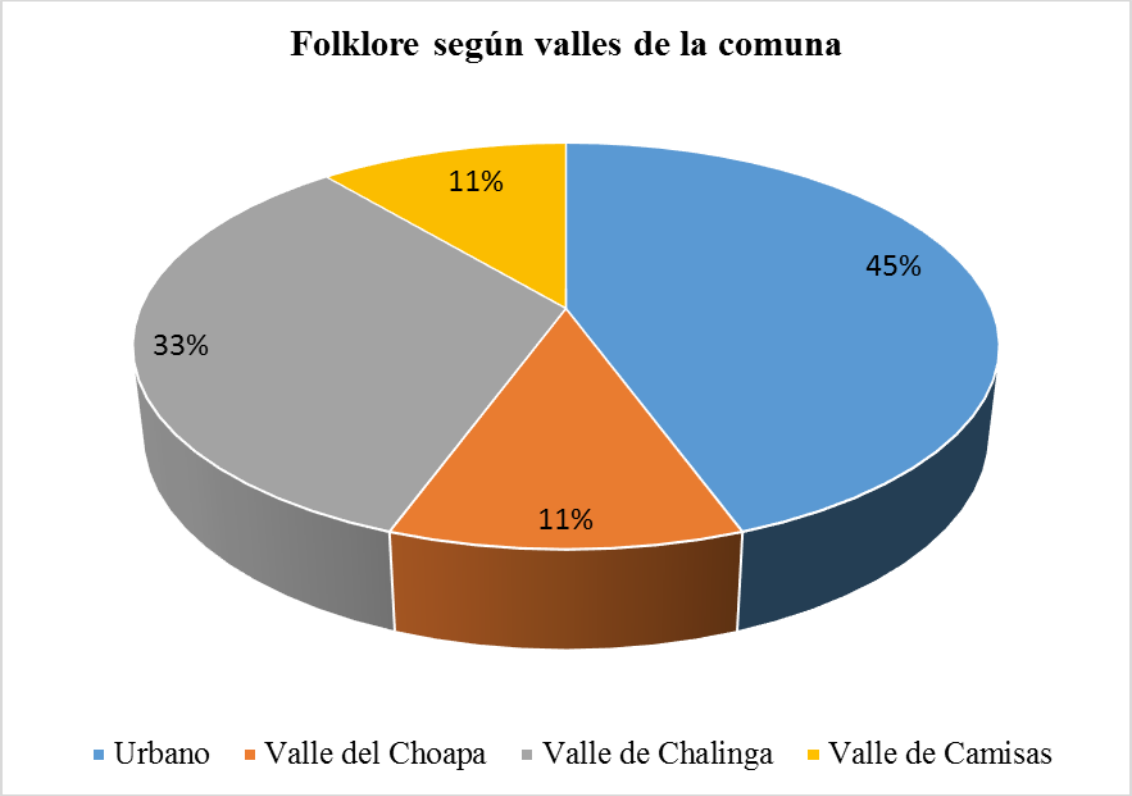
Gráfico N° 34: Folklore según Tipo de Propiedad.



Fuetente: Elaboración propia

El presente gráfico muestra el porcentaje de eventos culturales según el tipo de propiedad, en donde se encuentra que un 89 % son de carácter público y solo un 11% son privados.

Gráfico N° 34: Folklore Según Valles.



Fuente. Elaboración propia

El presente gráfico muestra el porcentaje de recursos de folklore según valles, en donde se encuentran este tipo de eventos en Salamanca urbano en un 45%, los valles del Choapa con un 11%, el valle de Chalinga con un 33% y un 11% en el valle de camisa.

4.2.8 Institucionalidad de Apoyo para la Actividad Turística.

En la planificación y la gestión de una comuna o un destino turístico es clave identificar cuáles son las instituciones públicas que facilitan la coordinación y organización de la actividad turística a nivel nacional, regional y local. En este contexto se presenta específicamente quienes son los actores que hoy tienen un rol fundamental para el desarrollo del área, la estructura de gestión, las políticas y planes, los centros de enseñanza y los mecanismos de financiamientos que existen a nivel regional y local.

4.2.8.1 Organización del Sector Turismo.

La organización Mundial de Turismo (OMT), es un organismo internacional, el cual tiene como propósito promover la actividad turística en el mundo. Dicho organismo fue creado en 1925.

En Chile se encuentra el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), teniendo como objetivo investigar, planificar, fomentar, controlar, promover y coordinar la actividad turística de Chile. La cual se creó el 8 de noviembre de 1975.

La directora nacional de SERNATUR es Andrea Wolleter, Ingeniera comercial, quien está encargada de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística en Chile. Además, SERNATUR cuenta con subdirecciones, de marketing, desarrollo y administrativa, como también encontramos departamentos de gestión institucional, gestión de coordinación territorial y estadísticas.

En lo que respecta a la Región de Coquimbo, la directora regional de SERNATUR a la fecha es Angélica Funes, Ingeniera comercial y administrador turístico. Y en cuanto a la Comuna de Salamanca podemos encontrar diferentes actores que se encuentran relacionados con el turismo, como es la oficina de turismo de la Municipalidad de Salamanca.

4.2.8.2 Estructura de Gestión.

La estructura de gestión de una comuna dependerá del grado de desarrollo de un territorio, dado que cada territorio es único y se articula de acuerdo con sus características y necesidades, la gestión debe ser flexible y adaptarse, tanto a las circunstancias políticas, sociales, ambientales y económicas, como a las características productivas del territorio, con el fin de compatibilizar el turismo con otros sectores productivos presentes en la comuna. Para el caso de Salamanca se analiza la estructura de gestión en base al nivel de desarrollo turístico que presenta actualmente la comuna.

El Ciclo de vida de los destinos turísticos

Los destinos turísticos cuentan con un análisis de las fases evolutivas del desarrollo de estos, este modelo teórico se llama “ciclo de vida de los destinos turísticos” el cual cuenta con niveles que van desde la exploración hasta el punto que estos deberán reorientarse para así rejuvenecerse y consolidarse como sitio turístico o terminar en un declive el cual puede ser gradual o abrupto.

Para determinar y definir las fases de esta teoría se describen de la siguiente manera:

- Fase de exploración: en esta fase el destino es descubierto y visitado por un número pequeño de visitantes, aventureros por naturaleza, que evitan el viaje organizado.
- Fase de implicación: en la fase de implicación crece el número de visitantes, debido a que la población local se involucra generando nuevos servicios.
- Fase de desarrollo: se produce la llega de una gran cantidad de turistas al destino, que puede superar a la población local en temporada alta.
- Fase de consolidación: en la consolidación se comienza a disminuir de forma progresiva la tasa de incremento de llegadas de visitantes.
- Fase de estancamiento: el número de turistas alcanza su máximo y no crece más.
- Fase de declive: se produce una pérdida de visitantes a favor de nuevos destinos emergentes.

- Rejuvenecimiento: esta fase implica la búsqueda de nuevos usos, clientes o canales de distribución.

Además de poder clasificar los destinos turísticos en fusión de su nivel de desarrollo se pueden clasificar según sus características geográficas y su vocación turística, por lo que en Chile se reconocen los siguientes distintos tipos de destinos turísticos:

- Destinos turísticos litorales: está relacionado con actividades turísticas que se desarrollan en el mar, dando origen a un tipo de turismo denominado "turismo de sol y playa"
- Destinos turísticos urbanos: la actividad turística se desarrolla o reúne en la ciudad, su mayor atractivo radica en el comercio, servicios y cultura.
- Destinos turísticos rurales y de naturaleza: tienen como denominador común que se localizan en zonas rurales y en áreas naturales.
- Destinos turísticos de montaña: se encuentran conformados por un centro poblado e instalaciones de apoyo. Se realizan actividades o deportes de montaña y montaña alta.
- Destinos turísticos lacustres y fluviales: ubicado en riveras de lagos, lagunas y ríos.
- Destinos turísticos insulares: constituyen la base para el destino insular los archipiélagos e islas, estos se destacan por la conexión tierra/mar.

Según un estudio realizado por la Subsecretaria de Turismo, Sernatur Nacional y las diferentes direcciones regionales en el año 2014 se realizó en catastro de los destinos nacionales para delimitar los destinos turísticos. En donde se propuso el siguiente sistema con tres calificaciones:

- Destino Potencial: destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de exploración.
- Destino Emergente: destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de implicación y desarrollo.
- Destino consolidado: destinos cuyo ciclo de vida está en la etapa de consolidación o estancamiento.

Se identificaron 89 destinos y considerando el ciclo de vida de los destinos turísticos propuesto por Butler (1980), se determinaron los siguientes para la región de Coquimbo:

Tabla N° 34: Destinos turísticos Región de Coquimbo.

Región	Destino	Calificación	Tipología	Comunas
Coquimbo	Punta de Choros – RN Pingüino de Humbolt	Emergente	Rural y de Naturaleza	La Higuera
	La Serena – Coquimbo	Consolidado	Urbano y Litoral	La Serena – Coquimbo
	Ovalle – PN Fray Jorge	Emergente	Rural y de Naturaleza	Ovalle – Rio Hurtado
	Valles del Limarí (Monte Patria –	Potencial	Rural y de	Combarbalá –

	Combarbalá)		Naturaleza	Monte Patria
	Valle del Elqui	Consolidado	Rural y de Naturaleza	Vicuña – Paihuano
	Litoral Los Vilos - Pichidangui	Consolidado	Litoral	Los Vilos
Fuente: Manual de destinos, 2007, Sernatur, "elementos para la gestión de destinos turísticos"				

En la tabla n° 34 se puede observar que en la Región de Coquimbo existen diez comunas identificadas como destinos turísticos, en diferentes etapas de calificación. La comuna de Salamanca sin embargo no está considerada como un destino turístico, aunque según el presente estudio da indicios de ser un destino turístico potencial.

Considerando lo expuesto anteriormente y para poder generar una estructura de gestión o de gobernanza en un destino turístico dependerá en gran medida del nivel de desarrollo del destino, puesto que Salamanca hoy presenta estar en una fase exploratoria solo se analizará este factor desde la perspectiva teórica vinculada con la realidad nacional y regional.

La Gobernanza turística está orientada a dirigir eficientemente al sector turístico en los distintos niveles de gobierno, mediante formas de coordinación y colaboración entre ellos para realizar las metas compartidas por redes de actores que inciden en el sector.

En la estructura de gobernanza de destinos, en el caso de los servicios públicos encontramos: SERNATUR, la Subsecretaria de Turismo, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Salud, Carabineros de Chile, Conaf, SAG, en otras, todos a disposición de solucionar problemas que podrían afectar el bienestar y estancia del turista en el destino.

En el caso del sector privado se debe participar en cámaras de turismo, asociaciones gremiales, corporaciones de desarrollo y otras instancias corporativas.

En general, los principales actores y aspectos a considerar en la estructura de gobernanza son los siguientes:

- Municipalidades
- Gremios turísticos
- Servicios públicos
- Organizaciones de la sociedad civil
- Instituciones académicas
- Organizaciones no gubernamentales
- Corporaciones vinculadas al desarrollo productivo
- Fundaciones vinculadas al medio ambiente y la cultura
- Centros de investigación
- Gobierno regional

Factores de éxito para la puesta en marcha de la estructura de Gobernanza

- Compromiso de la autoridad máxima local en el destino: se debe generar una visión estratégica para orientar decisiones vinculadas con el sector turismo.
- Participación de las instituciones públicas proveedoras de información sectorial: asegurar la transparencia oportuna y transparente de la información, mediante la creación de una base de datos para un trabajo conjunto.
- Participación del sector privado: elemento clave para generar una vinculación de confianza y poder lograr una participación que valide las decisiones.
- Vinculación entre la gestión para el desarrollo sustentable del turismo y manejo de información: el sistema de información a nivel local pondrá su atención la atención de los responsables para establecer registros, procesamiento y difusión de datos.

Modelo de Gobernanza para la gestión de un destino turístico

- Comunidad local
- Sistema de monitoreo de sustentabilidad
- Estructura de gestión público-privado (Gobernanza)
- Instrumentos de planificación del destino
- Red de actores
- Gestión municipal
- Demanda turística
- Territorio del destino

Es indispensable conocer cuáles son los factores, elementos e instituciones que se deben considerar para una correcta gobernanza del territorio, teniendo en cuenta la importancia de trabajar con planes de acción comunes, es fundamental que se conforme algún tipo de estructura organizacional representativa y validada por los actores locales. Esta condición es importante debido a que un destino gestionado bajo un esquema de participación requiere de la confianza colectiva de sus integrantes. Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR. (2016). Manual de destinos, elementos para la gestión de destinos turísticos.

4.2.8.3 Políticas y Planes Vigentes para el Área.

La Política Nacional de Turismo tiene como objetivo posicionar a Chile como destino turístico, estableciendo como eje de desarrollo el turismo de naturaleza y de intereses especiales, particularmente para los mercados de larga distancia, y, al mismo tiempo, ampliando y diversificando la oferta de productos y las oportunidades de acceso al turismo interno. Los principios que sustentan a La Política Nacional de Turismo son: sustentabilidad, credibilidad, innovación, equidad, colaboración y facilitación.

Dentro de esta política se distinguen los siguientes ejes:

- Turismo prioridad nacional
- Turistas satisfechos, superación de expectativas
- Promoción turística

- Ordenamiento territorial turístico
- Coordinación pública-privada
- Innovación y desarrollo de mercados
- Turismo social

La implementación de esta Política, que se concreta en los ejes mencionados, requiere de la participación de numerosos actores de la vida nacional y regional, para hacer realidad el desafío de convertir a Chile en un destino turístico de excelencia, que conjugue la calidad de una oferta con estándares internacionales, la inclusión de las comunidades locales y la protección del patrimonio cultural y ambiental para hacer sustentables los destinos turísticos. (Decreto N°93. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Santiago, Chile, 4 de abril de 2005)

4.2.8.4 Regulaciones y Normativas que Afectan al Sector del Turismo.

En relación a las regulaciones y normativas, se encuentra el código ético mundial del turismo, que está dirigido a gobiernos, comunidades turísticas y empresas turísticas. Posee componentes tanto económicos, sociales, culturales y ambientales.

Consta de 10 artículos de los cuales destacan:

- Art. 1, respeto entre mujeres y hombres, basado en valores éticos.
- Art. 3, desarrollo sostenible, proteger medio ambiente y recursos naturales.
- Art.7, derecho al turismo, entendido derecho al descanso y ocio con libre acceso a las riquezas del mundo para todos los habitantes.
- Art.9, derecho de los trabajadores, garantiza derechos fundamentales y formación inicial y continua.

Por su parte el turismo en Chile se regula mediante la ley 20.423 promovida en el año 2010, la cual tiene como propósito determinar los objetivos, acciones y prioridades que rigen al sector turístico, también promoverá el desarrollo de programas sociales. Crea un comité de ministros del turismo, encargado de asesorar al presidente de la República en la fijación de los lineamientos de la política gubernamental para el desarrollo de la actividad turística. Además, la normativa regula las zonas de interés turístico. Ley N°20.423. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Santiago, Chile, 12 de febrero de 2010.

Esta ley regula a la industria turística en Chile, como a miembros o agentes, ya sean empresas, turistas, gobierno y localidades. Cuenta con 8 títulos y 52 artículos, en donde podemos encontrar:

- Planificación y coordinación del sector (objetivo, acciones y prioridades)
- Subsecretaria de turismo (Ministerio de economía, fomento y turismo)
- Zonas de interés turístico (condiciones especiales para atracciones turísticas)
- Áreas silvestres protegidas (cumplen condiciones)
- Promoción (nivel nacional e internacional)
- Clasificación, calidad y seguridad (prestadores de servicios turísticos)

4.2.8.5 Centros de Enseñanza Especializada.

La enseñanza del turismo, académicamente hablando se inició en el año 1950, en donde el sector del turismo sufrió un gran crecimiento, requiriendo profesionales y especialistas en el tema.

Hoy en día para las empresas es fundamental contar con profesionales idóneos para que lleven a cabo la actividad turística.

En Chile los centros de enseñanza especializada en el área del turismo son muy diversas. Encontrando liceos técnicos, centros de formación técnica y universidades.

En la región de Coquimbo podemos encontrar desde colegios técnicos hasta universidades que ofrecen carreras y cursos en el rubro del turismo. En la región se destacan dos instituciones en esta área, las cuales son:

Inacap: cuenta con especializaciones en centro de formación técnica, ofreciendo las carreras de, Turismo, Gastronomía Internacional y Hotelería y servicios. En cuanto a su instituto profesional, encontramos las carreras de Administración Turística Internacional, Administración Gastrónoma Internacional y Administración en Hotelería y Servicios. Con sede en la ciudad de La Serena.

Universidad de La Serena: ofrece la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas, con licenciatura en Turismo. Ubicada en la Serena.

En la comuna de Salamanca podemos encontrar solamente centros que ofrecen cursos de capacitación en áreas del turismo, como cursos de capacitación en maestro de cocina, ayudando a promover la gastronomía local. Al igual que el curso de Astroturismo, gracias a los hermosos cielos que podemos apreciar en la comuna de Salamanca.

4.2.8.6 Mecanismos de Financiamiento y Asistencia Técnica.

Tabla N° 35: Mecanismos de Financiamiento y Asistencia Técnica.

Institución	Descripción del programa	Nombre del programa
SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica)	Apoya la puesta en marcha de nuevos negocios, liderados por mujeres y con oportunidad de participar en el mercado.	Capital Abeja Emprende
SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica)	Fondo concursable que apoya la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado. Incluye acciones de gestión empresarial (capacitación, asistencia técnica y acciones de marketing) e inversiones en bienes necesarios para cumplir el objetivo del proyecto.	Capital Semilla Emprende Turismo
SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica)	Atiende a micro y pequeños/as empresarios/as y emprendedores/as. Por su vocación productiva, perteneciente a los sectores de	Centro De Desarrollo De Negocios

	turismo, agrícola, pesquero, minero, comercio y servicios.	
INDAP (Instituto Nacional de desarrollo Agropecuario)	Destinado a apoyar a los pequeños agricultores y sus familias que ofrecen turismo rural. De esta forma los turistas tienen la oportunidad de compartir y vivir la cultura y tradiciones campesinas.	Turismo Rural Y Artesanías
INDAP	Permiten acceder a incentivos económicos no rembolsables destinados a confeccionar asesorías técnicas especializadas para ampliar las capacidades, fortalecer y/o diversificar los negocios.	Servicio de Asesoría Técnica (SAT)
SENCE (Servicio Nacional de Capacitación y Empleo)	Busca aportar a la mejora de la competitividad y la productividad de los grupos objetivos que contempla el programa (dueños, socios y representantes de micro y pequeñas empresas, trabajadores por cuenta propia)	Bono Empresa y Negocios
SENCE (Servicio Nacional de Capacitación y Empleo)	Iniciativa del Gobierno de Chile que busca aumentar las posibilidades de inserción laboral de hombres y mujeres vulnerables, entre 16 y 65 años, mediante un modelo de capacitación integral entregada por entidades formadoras, especializadas en formación de oficios.	Capacitación en Oficios
SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo)	Busca distinguir a productos turísticos innovadores de todo el país, que estén diseñados de acuerdo a tendencias de los nuevos consumidores y que aporten una experiencia turística que entregue más valor al mercado turístico.	Concurso Más Valor Turístico
SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo)	De manera gratuita busca mejorar la competitividad de la industria turística a través de herramientas de capacitación y asistencia técnica.	Programa SIGO
SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo)	Distintivo entregado por SERNATUR que se les otorga a los prestadores de servicios turísticos, que están certificados en alguna de las 49 normas técnicas certificables divididas de calidad turística, las que dividen tres grandes áreas: alojamiento turístico, agencias de viajes y tour operadores, y guías de turismo.	Sello De Calidad Turística

	Cuenta con al menos un curso gratuito de capacitación técnica.	
SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo)	Reconocido gráficamente como Sello S, garantiza al visitante que el servicio turístico que cuenta con este distintivo, cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos.	Sello De Sustentabilidad
SOMOS SALAMANCA	Su objetivo es fortalecer y apoyar las capacidades de las comunidades para el desarrollo de proyectos comunitarios que busquen mejorar los espacios de participación y convivencia.	Promueve
SOMOS SALAMANCA	Es un programa que busca valorar la producción e identidad local. La iniciativa apunta a conseguir un sello diferenciador y dar a conocer los productos rurales más destacados.	Cosecha
SOMOS SALAMANCA	Proyectos que abordan terrenos públicos que han sido identificados como lugares que perdieron su uso tradicional, son inseguros y/o tienen potencial turístico y patrimonial importante.	Programa recreo

4.2.9 Infraestructura Complementaria.

La infraestructura es clave en la competitividad del destino, pues facilita el acceso al territorio y su habilitación, dando soporte a la realización de diversas actividades económicas y productivas.

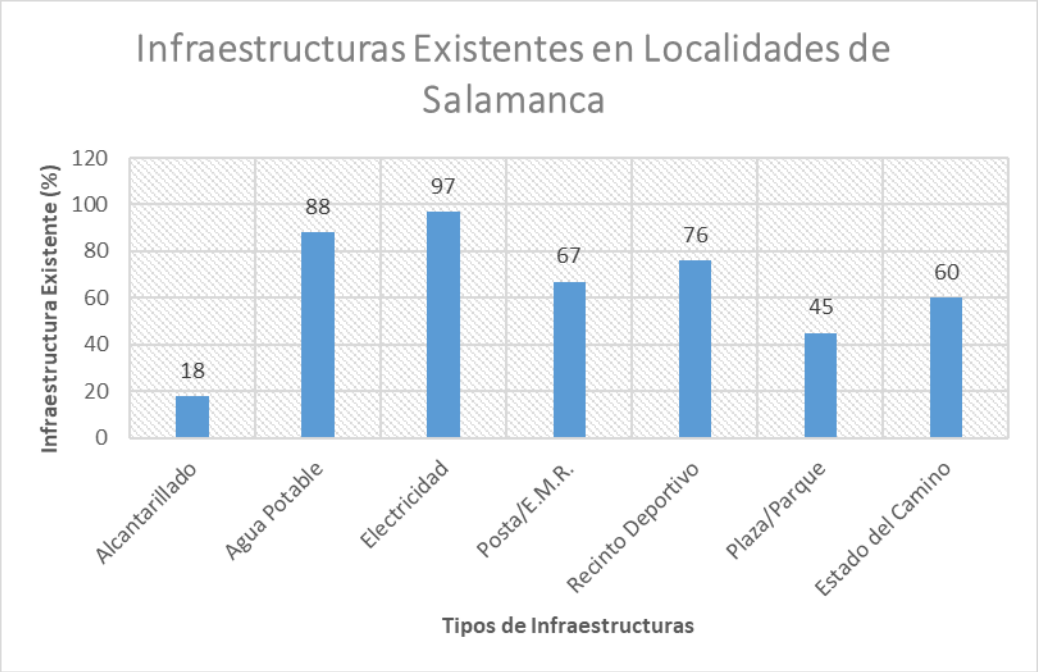
El turismo es un conjunto de instalaciones e instituciones que constituyen la base material y organizacional para el desarrollo del turismo. La infraestructura es la base para que todo destino se encuentre en condiciones que permitan a los turistas desenvolverse con facilidad, permitiendo el desarrollo turístico. Forman parte servicios básicos (agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc), transporte (puertos, aeropuertos, buses, taxis), caminos (rutas existentes y estado de ellas), y servicios (comercio, salud, educación, comunicaciones), como se demuestra en la tabla N° 36 las diferentes localidades y la infraestructura pública que estas tienen.

Tabla N° 36: Infraestructura Pública Existente en las Localidades de Salamanca.

Infraestructura Pública Existente En Las Localidades De Salamanca							
Localidades	Alcantarillado	Agua Potable	Electricidad	Posta/ E.M.R.	Recinto Deportivo	Plaza/Parque	Estado Del Camino
El Tambo	X	X	X	X	X	X	Asfalto
Tahuinco	X	X	X	X	X	X	Asfalto
El Queñe		X	X	X	X	X	Asfalto

La Higuerilla		X	X	X	X	X	Asfalto
Panguesillo	X	X	X	X	X	X	Asfalto
Quelén Bajo		X	X	X	X		Asfalto
Quelén Alto			X	X		X	Tierra
Santa Rosa		X	X				Asfalto
Jorquera		X	X	X	X	X	Asfalto
Llimpo		X	X	X	X	X	Asfalto
Coirón	X	X	X	X	X	X	Asfalto
Punta Nueva		X	X				Tierra
Chillepín	X	X	X	X	X	X	Asfalto
Tranquilla	X	X	X	X	X	X	Asfalto
Cuncumén		X	X	X	X	X	Asfalto
Batuco		X	X	X	X		Tierra
Chuchiñi		X	X	X	X		Asfalto
El Boldo		X	X		X		Asfalto
Collihuay		X	X	X	X	X	Asfalto
El Palquial		X	X		X		Asfalto
El Arrayan		X	X	X	X		Asfalto
Peladeros		X		X	X		Asfalto
Chalinga		X	X		X	X	Asfalto
El Tebal		X	X		X		Tierra
La Arboleda		X	X	X	X		Tierra
Cancha Brava		X	X				Tierra
Huanque		X	X		X		Tierra
Manquehua			X				Tierra
El Señor De La Tierra		X	X			X	Tierra
Cunlagua		X	X	X			Tierra
Las Jarillas			X				Tierra
San Agustín		X	X	X	X		Tierra
Zapallar			X	X	X		Tierra
33	6	29	32	22	25	15	20
	18%	88%	97%	67%	76%	45%	60%
Fuente: PLADECO, 2020.							

Gráfico N° 35: Infraestructura Pública.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra la infraestructura existente en las localidades de Salamanca, en donde se refleja un bajo porcentaje respecto a alcantarillado, no obstante, las viviendas de las localidades si poseen en su gran mayoría servicios básicos como, agua potable y electricidad.

4.2.9.1 Análisis del Transporte en la Comuna de Salamanca.

Salamanca es una comuna con una alta población rural, en donde el transporte se caracteriza principalmente por desarrollar ese tipo de recorridos a los diferentes sectores de la comuna. Así mismo es importante considerar la infraestructura vial existente debido a su alto desgaste en el tiempo y alta concentración de tránsito, incorporando las facultades del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

4.2.9.1.1 Medios de Transporte

Este tipo de transporte está compuesto por el transporte público, que se compone a su vez por 23 líneas de buses y colectivos, los cuales están divididos entre urbanos, interurbanos y rurales. De acuerdo con la siguiente definición:

Transporte Urbano: El transporte mayor de la ciudad lo componen los colectivos o taxis de la zona rural llamados comúnmente taxis. Estos generalmente son ligeros de pequeña capacidad siendo operados por 4 sindicatos. Mientras que el transporte menor de la ciudad está compuesto por micros rurales que generalmente recorren los días lunes, miércoles y viernes, el cual cumple una función similar.

Transporte Inter – Urbano: La ciudad no cuenta con terminales de buses establecidos. Sin embargo, cada línea de transporte tiene su calle establecida. Las empresas que mayormente operan de manera

interprovinciales con destinos a las principales ciudades importantes, como Santiago, La Serena, Calama, El Salvador, Viña del Mar, Valparaíso, Calera, con paso por las localidades provinciales entre ellas Illapel, Canela Alta, Canela Baja, entre otros.

Transporte Rural: El transporte rural es de gran connotación dentro de la comuna, sin embargo, este funciona de lunes a sábado y en algunas localidades solo genera el recorrido el lunes, miércoles y viernes.

La ciudad cuenta con dos aeródromos, uno es perteneciente a la municipalidad ubicado en la localidad El Tambo, ruta D-825. En cuanto al aeródromo privado se encuentra en la minera Los Pelambres.

A continuación, se presenta la Tabla N° 37, identificando los tipos de transporte que realizan y sus características:

Tabla N° 37: Diagnóstico de Transporte en Salamanca, 2019.

Diagnóstico de Transito en Salamanca, 2019.				
Urbano				
N°	Empresa	Recorridos	Frecuencia de salidas a la semana	Flota
1	Buses Gálvez	Salamanca – Illapel.	10 veces a la semana, de lunes a viernes.	4
2	Buses Sol y Valle	Chalinga – El Pardo – Sta. Rosa – Las Encinas – Recorrido Local.	12 salidas a la semana, de lunes a sábado.	3
3	Taxis Paradero N° 1	Salamanca – Intermedios.	140 salidas a la semana, de lunes a domingo.	17
4	Taxis Paradero N°2	Salamanca – Intermedios.	77 salidas a la semana, de lunes a domingo.	17
5	Sindicato Taxis – Colectivos	Salamanca – Intermedios.	90 salidas a la semana, de lunes a sábado.	14
Rural				
N°	Empresa	Recorridos	Frecuencia de salidas	Flota
1	Colectivos Salamanca – Chillepín	Salamanca – Chillepín – Intermedios.	24 salidas a la semana, de lunes a sábado.	16
2	Colectivo el Tambo	Salamanca – El Tambo – Tahuinco – Panguesillo – Quelén Alto.	70 salidas a la semana, de lunes a sábado.	10
3	Buses Sergio Rivera	Zapallar – San Agustín – Huanque – Cancha Brava.	6 salidas a la semana, lunes, miércoles y viernes.	1
4	Buses Blas Gonzales Barraza	El Tebal – Cunlagua.	36 Salidas a la semana, de lunes a sábado.	2
5	Buses Herman González Barraza	Salamanca – Cunlagua – Las Jarillas.	12 salidas a la semana, de lunes a sábado.	3

6	Buses Ávila	Salamanca – Llimpo – Intermedios.	24 salidas a la semana, de lunes a sábado.	2
7	Buses El Pirata	Salamanca – Quelén Alto – Intermedios.	12 salidas a la semana y 6 para estudiantes, de lunes a sábado.	2
8	Buses Chávez	Salamanca – Cuncumén – Intermedios.	10 salidas a la semana, los lunes , miércoles, viernes y domingos.	5
9	Buses José Gálvez	El Tambo Centro y Oriente.	168 veces a la semana, de lunes a sábado.	2
10	Buses Siria	Tranquilla – Intermedios.	6 salidas a la semana.	1
11	Microbuses Gálvez	Salamanca – Peladeros – Intermedios. El Arrayan.	Salamanca – Peladeros 4 veces a la semana. El Arrayan 1 vez a la semana.	2
12	Buses Barraza	San Agustín – Salamanca – Intermedios.	12 veces a la semana , de lunes a sábado.	1
Interurbano				
N°	Empresa	Recorridos	Frecuencia de salidas	Flota
1	Buses Entre Valles	Salamanca – Calera – Viña del mar.	37 salidas a la semana, de lunes a domingo.	8
2	Buses Cejer	Salamanca – Santiago.	28 salidas a la semana, de lunes a domingo.	25
		Salamanca – Valparaíso.	35 salidas a la semana, de lunes a domingo.	
3	Buses Pullman	Salamanca – Santiago.	49 salidas a la semana, de lunes a domingo.	12
		Chillepín – Santiago.	7 salidas a la semana, de lunes a domingo.	
		Salamanca – La Serena.	5 salidas a la semana, de lunes a domingo.	
		Salamanca – Calama.	7 salidas a la semana, de lunes a domingo.	
		Salamanca – El Salvador – Intermedios	7 salidas a la semana, de lunes a domingo.	
4	Buses Expreso Norte	Salamanca – Calama.	70 salidas a la semana, de lunes a domingo.	10
		Salamanca – Santiago – Intermedios.		
5	Buses Intercomunal	Salamanca – Valparaíso - Intermedios	21 salidas a la semana, de lunes a domingo.	4
Fuente: Elaboración propia				

La comuna de Salamanca cuenta con una amplia oferta en cuanto al transporte, permitiendo a los habitantes de la comuna trasladarse de manera segura y cómoda. Contando con diferentes horarios tanto para trasportarse a la zona rural como para salir de la comuna. Cuenta con 11 empresas que ofrecen traslado a las 33 localidades de la comuna, con 5 empresas que ofrecen salidas fuera de la comuna y con 8 en lo que respecta a lo urbano.

4.3 Análisis de la Demanda Turística.

La demanda turística de la comuna de Salamanca es un aspecto difícil de medir, considerando que la comuna no es un destino turístico y que por lo tanto las estadísticas regionales solo reflejan datos de la ciudades más grandes y turísticas de la región. Sin embargo, para esta investigación se utilizará la información obtenida a partir del módulo de información turística implementado en la ciudad el verano año 2019, además de eso se analizarán las estadísticas de los programas de SERNATUR que tiene como destino la comuna en sus viajes de tercera edad del año 2018. Del análisis de esta información se podrá obtener datos como, la opinión del turista, sus intereses, lugar de procedencia, etc. Obteniendo información estadística de la demanda turística, que marcará un precedente para los futuros años.

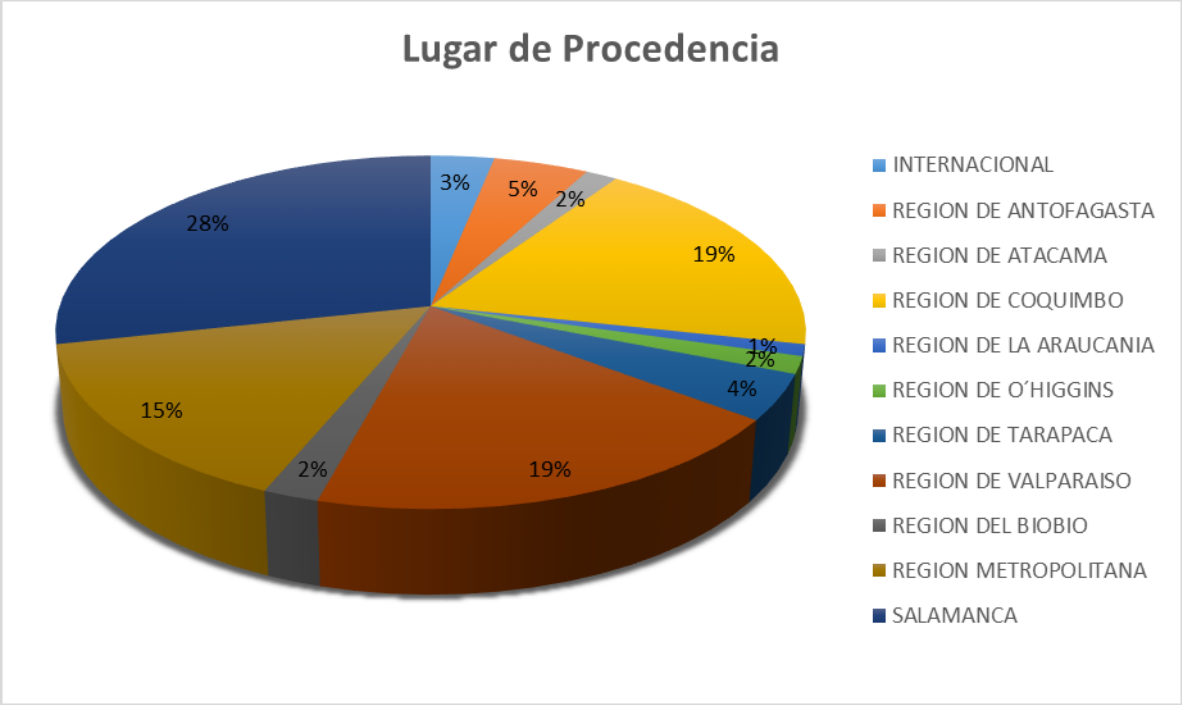
4.3.1 Análisis Módulo de Información Turística.

El módulo de información turística se instaló en la plaza de armas de Salamanca en la última semana del mes de diciembre del 2018, su objetivo es proveer de información a los turistas potenciales y turistas que visitan el lugar, con el fin de facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino Salamanca. Además de cumplir con este objetivo, se ha definido utilizar este medio como fuente de información para elaborar una base de datos de los turistas que visitan la comuna, considerando aspectos como; lugar de procedencia, intereses, tipos de turistas, entre otros.

Durante los meses de enero, febrero y marzo del año 2019, el módulo de información turística recibió a 190 turistas y visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales. Para el análisis de esta información se consideraron aspectos que se presentan a través de gráficos y su posterior interpretación.

4.3.1.1 Lugar de Procedencia.

Gráfico N° 36: Lugar de Procedencia del Turista.

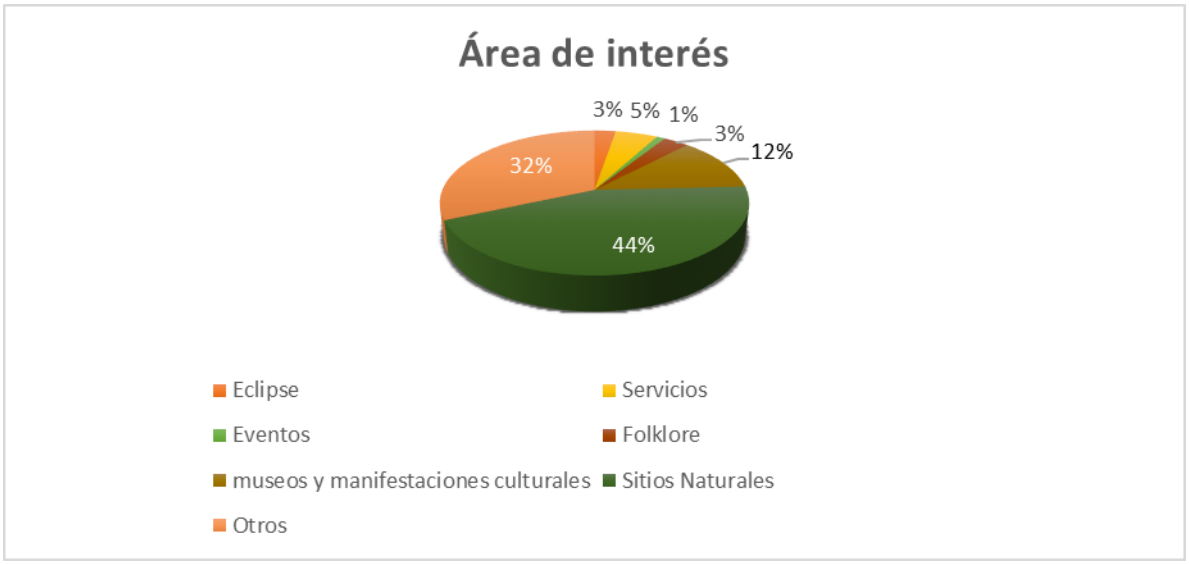


Fuente: Elaboración propia.

El gráfico presenta que la mayor cantidad de personas que visitó el módulo de información turística fueron personas de la misma comuna de Salamanca alcanzando un 28%, luego lo visitaron personas provenientes de la región de Valparaíso y con el mismo porcentaje personas provenientes de la misma región de Coquimbo.

4.3.1.2 Área de Interés.

Gráfico N° 37: Área de Interés.



Elaboración propia

Según el gráfico expuesto anteriormente, se puede observar que la mayoría de los turistas que llego a Salamanca tiene un fuerte interés por el área natural de la zona. Saber cuál es su incentivo de visita puede servir como herramienta potenciar el sector de interés, ya que existe una demanda y una oferta existente por potenciar.

Gráfico N° 38: Procedencia de Turistas.



Elaboración propia.

En el siguiente cuadro podemos observar la llegada de los turistas extranjeros está muy por debajo de los turistas nacionales, sin embargo, el registro provincial demuestra un alto flujo dentro del verano 2018, sin dejar de mencionar la relación de llegadas de turistas a través de SERNATUR.

Como conclusión del análisis de la información obtenida a través del módulo, destacan las siguientes interpretaciones:

- Bajo conocimiento de la comunidad local por la comuna de Salamanca.
- Gran cantidad de turistas provenientes de Santiago y de ciudades al sur de Salamanca.
- Alto interés por el turismo de naturaleza, situación acorde con la oferta del destino.
- Alta cantidad de interés por rutas diseñadas y activas permanentemente.

4.3.2 Análisis Programas Viajes Tercera Edad SERNATUR.

Durante el año 2018 la comuna de Salamanca recibió a 240 turistas provenientes de diferentes ciudades de la región de Coquimbo a través de los programas de SERNATUR. Para conocer más del nivel de satisfacción del turista en relación con el destino Salamanca se analizarán estos datos con el fin de poder desarrollar un minucioso análisis de la demanda turística.

4.3.2.1 Satisfacción Genera

Gráfico N° 39: Satisfacción General del Turista.



Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra los porcentajes de satisfacción de los turistas provenientes de diferentes ciudades de la Región de Coquimbo, a través de los programas de SERNATUR, a nuestra comuna, en donde se puede apreciar que la mayoría de los encuestados quedaron totalmente satisfechos, con un 93%, destacando que solo un 4% es indiferente.

4.3.2.2 Dispuesto a Pagar más Dinero por la Extensión del Servicio.

Gráfico N° 40: Disposición a Pagar más Dinero.

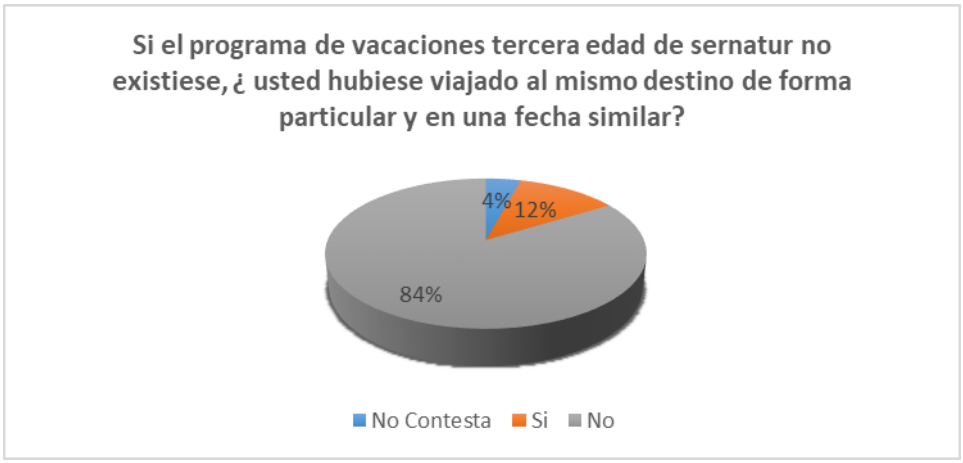


Fuente: Elaboración propia.

El presente gráfico muestra los porcentajes de que, si pagaría más dinero por la extensión del servicio, en donde la mayoría de los encuestados si aceptaría pagar más (53%), versus un 22% que no estaría dispuesto a pagar más. Destacando que un 25% decidió no contestar.

4.3.2.3 Interés por Viajar al Destino Salamanca.

Gráfico N° 41: Interés por Viajar al Destino Salamanca sin el Subsidio de SERNATUR.



Fuente: Elaboración propia

El presente gráfico muestra la opción que tomaría cada encuestado a la hora de no existir el programa "vacaciones tercera edad" de SERNATUR, considerando realizar o no el mismo viaje de forma particular, en donde la mayoría no realizaría el viaje (84%), de lo contrario un 12% si lo realizaría y el 4% se limitó a contestar.

CAPÍTULO 5: ANÁLISIS Y EVALUACIÓN TÉCNICA.

En el análisis y evaluación técnica se considera primero la realización de dos FODA efectuados a los actores relevantes, a través de focus group y entrevistas. Donde los resultados de estos estudios

se analizarán para determinar las condiciones internas y externas que presenta la comuna en el desarrollo del turismo. Seguido de la confección de un árbol de problemas y objetivos, que identifica la problemática prioritaria y los objetivos para su solución, de las condiciones encontradas en el análisis de los FODA, y por último la identificación de la imagen objetivo, misión y visión que se quiere lograr en función del turismo de la comuna.

5.1 Análisis FODA.

El análisis FODA es una herramienta esencial que provee de información necesaria al proceso de planeación estratégica desarrollando la implementación de acciones, medidas correctivas y la generación de nuevos planes. Esta herramienta también permite realizar un análisis de la situación, examinando la interacción entre las características particulares de la Comuna, así como también el entorno en el cual este compite.

Como se mencionó en el Capítulo 5, Tomo II- Metodología PLADETUR Comuna de Salamanca, se realizan dos análisis FODA, el primero se realiza en base al trabajo hecho con los actores sociales que participaron en los talleres, reuniones y entrevistas, este se puede apreciar en la Tabla N° 38 y Tabla N° 39, Luego de realizados los análisis se elabora una evaluación y clasificación de los puntos tratados en los dos FODAS dando paso a confeccionar un documento que incorpore y sintetice de una forma real la información recogida, mejorando su comprensión y utilidad en la planificación estratégica.

Tabla N° 38: FODA Entrevistas.

FODA ENTREVISTAS "TURISMO EN SALAMANCA"	
FECHA	17/10/2018
LUGAR	Comuna de Salamanca

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Aumento en la diversidad de productos y servicios turísticos.	1. Recursos naturales propios de la zona.
2. Recursos y atractivos naturales como potencial turístico.	2. Voluntad política para para desarrollar el turismo.
3. Interés local por el desarrollo de turismo en Salamanca.	3. Nuevos nichos para el desarrollo turístico: Turismo rural, Turismo aventura, Astro turismo.
4. Alternativa turística no masificada y poco saturada.	4. Turismo interno desatendido
5. Creciente interés de las administraciones regionales y locales para la creación y gestión de instrumentos de planificación y desarrollo de turismo.	5. Mayor valoración por parte de los turistas por las experiencias o servicios sostenibles.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
1. No existen cifras reales que den cuenta del número de personas que realmente llegan a la Comuna de Salamanca.	1. Falta de infraestructura para servicios turísticos.
2. El tiempo de estadía de los turistas en la zona es muy breve.	2. Estacionalidad de la demanda.
3. El gasto promedio de los turistas en el destino es muy bajo.	3. Débil encadenamiento con otras actividades locales.

4. Falta de servicios turísticos los fines de semana y feriados.	4. Nivel de precios altos para mercados emergentes.
	5. Deficiencias en la coordinación y colaboración público-privada.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 39: Estudio FODA a los Actores Relevantes para el Desarrollo del Turismo Local.

FOCUS GROUP "TURISMO EN SALAMANCA"	
FECHA	25/10/2018 – 13/02/2019
LUGAR	Bruno Larraín #470, Salamanca

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Disposición de la Comuna para el desarrollo turístico local.	1. Existencia de atractivos naturales y culturales con nula intervención.
2. Instituciones públicas y privadas con disposición para el desarrollo turístico comunal y regional.	2. Mayor inversión en infraestructura vial y de servicios básicos por las diferentes entidades municipales y estatales.
3. Creciente interés por parte del empresariado hacia el desarrollo turístico.	3. Profundo sentido de territorio en los salamanquinos, lo que facilita generar bondades en cada destino.
4. Pasión y sentido de pertenencia por el Valle del Choapa. En donde empresarios muestran interés por trabajar en provincia.	4. Existe predisposición por ofrecer ofertas para turistas que realicen viajes con intereses especiales.
5. Conciencia de la necesidad de capacitación por parte de instituciones públicas para desarrollar un turismo que sea rentable, pero a la vez sostenible.	5. Ruralidad interés extranjero. Caminos de tierra, Casas pintorescas, (Falta Explotar) Ejemplo: Sugerir que comercios nuevos y grandes sean acorde a lo rural.
6. Amabilidad, cercanía, espíritu entre las Personas de Salamanca (Recepción a quien llega).	6. El sello brujo existe, pero es ideal que se refieran a los meicos de la zona. (Médicos que sanan de empacho, mal de aire, mal de ojos, etc).
7. Diversidad de productos y oferta. (Artesanía local, vinos y pisco, servicios).	7. Somos parte de la Región estrella
8. Limpieza en las calles y valle.	8. Arte rupestre, cielos limpios, historia, Tradiciones, Costumbres.
9. Almacenes pequeños en zona urbana y rural.	9. Dentro de las tres plazas más grandes de

	chile.
	10. Minera Los Pelambres
	11. Influencias para trabajar el agua y conservar el recurso. Ejemplo: Adquirir copas para agua potable, estancar agua de lluvia para regadíos.
	12. Potenciar el turismo agrícola, étnico, alimento. (Agroalimentario) (Turismo cultural).
	13. Existen variadas agrupaciones en la zona realizar trabajos de la mano al turismo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Ausencia de Actividades locales de promoción a nivel local y regional.	1. Agotamiento severo del recurso hídrico.
2. Pictografía y señalética deficiente.	2. Se observa migración obligatoria de jóvenes a centros urbanos con oferta educacional y de trabajo.
3. Ausencia de normas ambientales en la comuna.	3. Oferta gastronómica sin identidad local.
4. Falta de incentivos que promuevan el emprendimiento desde la Educación básica y media.	4. Relación de precio, calidad desigual en algunos servicios.
5. Poca información de Turismo. Concienciar en colegios (Capsulas-radios).	5. Impacto ambiental por la explotación minera.
6. No contar con una oficina en donde se registre o solicite permisos para visitar atractivos.	6. Un solo banco, no hay casas de cambio, servicios.
7. Taxis sin taxímetro (baja la confianza del turista).	7. No hay actividades por realizar en Salamanca.
8. Reconocimiento en valles (Petroglifos VALLE LIMARI, Cielos Limpios VALLE ELQUI).	8. Agua no aceptada en valles para la producción económica. Solo para consumo humano. (Resolución sanitaria).
9. No hay punto de reciclaje protección del patrimonio cultural y natural	9. Contaminación lumínica (ordenanza ambiental protección del patrimonio natural)

10. Falta de tecnología (Código QR, mapa internet, Página Web con servicios Turísticos).	
Fuente: Elaboración propia.	

Procedimiento análisis FODA.

El primer paso del procedimiento establecido para el análisis de los FODA realizados es la identificación de los criterios de análisis. Estos criterios se seleccionaron analizados por medio de una mesa de expertos, la información entregada por las encuestas, entrevistas a actores relevantes y a los Focus Group con la población general. Hay que señalar que un criterio de análisis es un factor a elegir, que se considera relevante en el desarrollo de una actividad, puede coincidir con un área del turismo o puede especificarse de una manera particular. En la Tabla N° 40 se denotan los criterios identificados para la evaluación.

Tabla N° 40: Criterios de Análisis FODA.

Criterios de Análisis	
1.-	Servicios de alojamiento.
2.-	Servicios de alimentación.
3.-	Servicios de turísticos.
4.-	Transporte turístico.
5.-	Promoción turística.
6.-	Atractivos turísticos.
7.-	Recursos turísticos.
8.-	Identidad local.
9.-	Institucionalidad de apoyo para la actividad turística.
10.-	Desarrollo minero.
11.-	Conocimiento de la comunidad local por la actividad turística.
12.-	Desarrollo agrícola.
13.-	Demanda turística.
Fuente: Elaboración Propia	

Una vez identificados los criterios de análisis, se determinan las condiciones reales de actuación con relación a las variables internas (Fortalezas, debilidades) y externas (oportunidades, amenazas) del análisis para cada uno de ellos, esto se realizó con los datos entregados por las entrevistas, encuestas y los focus group, además del análisis en conjunto con los profesionales de la Oficina de turismo. Conjuntamente, se asignó la ponderación para cada uno de los criterios, de acuerdo a la escala establecida en el Capítulo 5, Tomo II- Metodología PLADETUR.

A partir de esto, se determinó la calificación a la lista para indicar el grado de cada variable, de esta manera poder establecer las diferencias entre ellas que permita jerarquizarlas, estos datos se pueden aprecia en la Tabla N° 41.

Tabla N° 41 Análisis FODA.

Análisis FODA.

Criterios	Fortaleza	Nivel	Oportunidades	Nivel	Debilidades	Nivel	Amenazas	Nivel
Servicios de alojamiento	Adecuada infraestructura.	(3)	Generación de empleos.	(3)	Poca oferta de alojamiento para la demanda turística.	(3)	Altos precios de alojamiento.	(3)
	Variedad turística en la comuna.	(3)	Desarrollo hotelero en la comuna.	(2)	Alta informalidad de establecimientos para el turismo.	(3)	Desarrollo de otras actividades productivas como la minera y agricultura.	(3)
Servicios de alimentación	Variedad de opciones de servicio.	(3)	Generación de empleos.	(3)	Oferta gastronómica sin identidad local.	(2)	Escases de servicios básicos complementarios.	(3)
	Presencia en diferentes valles de la comuna.	(2)	Desarrollo gastronomía local.	(2)	Poca calidad del servicio para la demanda turística.	(3)	Servicios alimentos enfocado al sector minero.	(3)
Servicios turísticos	Existencia de servicios turísticos en la comuna.	(2)	Aumento de interés por consumir servicios turísticos.	(3)	Escaza promoción de los servicios turísticos.	(3)	Malas prácticas de operadores turísticos externos.	(3)
	Creciente desarrollo del servicio turístico.	(2)	Aprovechamiento recursos socioculturales y naturales.	(3)	Poca oferta turística en la comuna.	(2)	Poco acceso a zonas rurales o zonas turísticas.	(2)
Transporte turístico	Buena infraestructura vial urbana.	(2)	Desarrollo económico local.	(3)	Poca frecuencia transporte rural.	(2)	Falta de inversión.	(3)
	Crecimiento del servicio de transporte.	(3)	Mejorar acceso a productos y/o servicios turísticos.	(3)	Falta de instalaciones (señaléticas turísticas) en la comuna.	(2)	Infraestructura vial vulnerable a riesgos de desastres naturales.	(2)

Promoción turística	Buena disposición de los servicios para promoción.	(3)	Mayor desarrollo a las empresas turísticas locales.	(3)	Falta de fondos para promoción turística en la comuna.	(3)	Descoordinación público-privado.	(2)
	Existencia de instalaciones de promoción turística.	(2)	Incorporar la transformación digital a la promoción.	(2)	Ausencia de promoción a nivel regional, nacional e internacional.	(3)	Aprovechamiento ineficiente de los recursos para promoción.	(2)
Atractivos turísticos	Alta cantidad de patrimonio cultural y natural.	(3)	Mayor aprovechamientos recursos naturales y culturales.	(2)	Poca infraestructura y equipamiento turístico.	(3)	Impacto ambiental negativo por actividades productivas (minería, agrícolas, etc.).	(3)
	Diversificación de atractivos turísticos.	(3)	Posicionamiento a nivel nacional e internacional.	(3)	Pocas actividades complementarias en los atractivos turísticos.	(2)	Deterioro del atractivo turístico por saturación y malas prácticas de turistas.	(3)
Recursos turísticos	Gran variedad de recursos naturales y culturales.	(3)	Generación de nuevos nichos turísticos.	(3)	Poca información de los recursos turísticos.	(3)	Mayor industrialización en la comuna.	(3)
	Recursos naturales y socioculturales no saturados.	(3)	Desarrollo económico local.	(3)	Alto porcentaje de recursos naturales en propiedad privada.	(3)	Perdida de la identidad etnográfica.	(2)
Identidad local	Existencia de costumbres y actividades locales.	(2)	Mayor desarrollo de productos propios de la zona.	(3)	Poca información sobre patrimonio cultural por la comunidad local.	(3)	Llegada de inmigrantes causan cambios de hábitos y costumbres locales.	(3)

	Existencia de productores y artesanos con identidad local.	(3)	Aprovechamiento de recursos socioculturales.	(3)	Poca identidad etnográfica y de la autoestima local.	(2)	Discontinuidad de identidad etnográfica y de la autoestima local.	(3)
Institucionalidad de apoyo para la actividad turística.	Recursos disponibles a nivel público.	(3)	Mas instituciones con fondos disponibles para el turismo.	(2)	SERNATUR no cuenta con financiamiento directo.	(3)	Mayor prioridad a otros temas productivos.	(3)
	Proyectos disponibles a nivel privado.	(3)	Generación de convenios público privado.	(3)	Poco normativa y fiscalización dentro del sector turístico.	(2)	Poca inversión para grandes proyectos.	(2)
Desarrollo minero	Desarrollo de acciones por parte de la empresa minera para invertir en la industria turística.	(3)	Potencial demanda turística en el trabajador minero.	(3)	Inexistente aprovechamiento de sectores mineros para realizar turismo.	(3)	Impacto negativo de medio ambiente por actividad minera.	(3)
	Alto desarrollo económico en la comuna.	(3)	Generación de sectores mineros como atractivos turísticos.	(3)	Falta de convenios entre el sector minero y sector turístico.	(3)	Problemáticas sociales generadas por actividad minera en la zona.	(3)
Conocimiento de la comunidad local por la actividad turística	Interés por parte de la comunidad en temas turísticos.	(2)	Generación de competencias y educación en turismos.	(2)	Poco conocimiento técnico del concepto de actividad turística.	(2)	Alto desarrollo de otras industrias en la comuna.	(3)
	Identificación y reconocimiento por parte de la comunidad de los atractivos turísticos.	(3)	Mayor protección de la identidad y autoestima local.	(3)	Poca protección de los atractivos y recursos turísticos.	(2)	Escasez de desarrollo turístico en la comuna.	(2)
Desarrollo agrícola	Interés para generar proyectos turísticos.	(3)	Generación de procesos de coordinación entre la actividad agrícola y el sector público.	(2)	Descoordinación de sector agrícola con sector turístico.	(2)	Ocupación de espacios (territorio) potencial para turismo.	(2)
	Generación de desarrollo económico.	(3)	Generación desarrollo turístico rural.	(3)	Poco aprovechamiento de sectores agrícola para turismo.	(2)	Impacto negativo a medio ambiente por actividad agrícola.	(3)

Demanda turística	Alto flujo de turistas en verano a nivel regional.	(3)	Generación de estrategias acorde a la realidad turística.	(2)	No se considera en los instrumentos del INE.	(2)	Falta de seguridad ciudadana, alta delincuencia en la comuna.	(2)
	Generación gastos por parte de la demanda turística.	(3)	Apertura de nuevos mercados y mayor presencia en la comuna, a fin de reducir la estacionalidad.	(3)	Desconocimiento de las características y necesidades de los nuevos mercados turísticos.	(2)	Gran competitividad en el mercado turístico a nivel nacional.	(3)
Fuente: Elaboración propia								

Establecida la asignación de ponderación por actuaciones internos y externos de cada uno de los criterios de análisis, se dio paso al cálculo de los resultados obtenidos. Para ello, se realizaron dos procedimientos, el primero el análisis por criterio, en el cual se sumaron el total de números asignados en la lista de cada una de las variables correspondiente a cada uno de los criterios de análisis, obteniendo un total expresado en porcentaje. Y para el segundo, se calcularon los porcentajes individuales de cada una de las variables por criterios. En la Tabla N° 42 se muestran los resultados de los procedimientos detallados anteriormente.

Tabla N° 42: Calculo Criterios FODA.

Criterios FODA: Servicios de Alojamiento				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(3)	(3)	(3)	12
(3)	(2)	(3)	(3)	11
Total= 6 (26%)	Total= 5 (22%)	Total= 6 (26%)	Total= 6 (26%)	20 (100%)
Criterios FODA: Servicios de Alimentación				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(2)	(3)	(2)	(3)	10
(2)	(2)	(3)	(3)	10
Total= 4 (20%)	Total= 5 (25%)	Total= 5 (25%)	Total= 6 (30%)	20 (100%)
Criterios FODA: Servicios Turístico				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(2)	(3)	(3)	(3)	11
(2)	(3)	(2)	(2)	9
Total= 4 (20%)	Total= 6 (30%)	Total= 5 (25%)	Total= 5 (20%)	20 (100%)
Criterios FODA: Transporte Turístico				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(2)	(3)	(2)	(3)	10
(2)	(3)	(2)	(2)	9
Total= 4 (21%)	Total= 6 (32%)	Total= 4 (21%)	Total= 5 (26%)	19 (100%)
Criterios FODA: Promoción Turística				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(3)	(3)	(2)	11
(2)	(2)	(3)	(2)	9
Total= 5 (25%)	Total= 5 (25%)	Total= 6 (30%)	Total= 4 (20%)	20 (100%)
Criterios FODA: Atractivos Turísticos				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(2)	(3)	(3)	11
(3)	(3)	(2)	(3)	11
Total= 5 (27%)	Total= 5 (23%)	Total= 5 (23%)	Total= 5 (27%)	22 (100%)
Criterios FODA: Recursos Turísticos				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(3)	(3)	(3)	12
(3)	(3)	(3)	(2)	11
Total= 6 (26%)	Total= 6 (26%)	Total= 6 (26%)	Total= 5 (22%)	23 (100%)
Criterios FODA: Identidad Local				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(2)	(3)	(3)	(3)	11
(3)	(3)	(2)	(3)	11

Total= 5 (23%)	Total= 6 (27%)	Total= 5 (23%)	Total= 6 (27%)	22 (100%)
Criterios FODA: Institucionalidad de apoyo para actividad turística				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(2)	(3)	(3)	11
(3)	(3)	(2)	(2)	10
Total= 6 (29%)	Total= 5 (24%)	Total= 5 (24%)	Total= 5 (24%)	21(100%)
Criterios FODA: Desarrollo Minero				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(3)	(3)	(3)	12
(3)	(3)	(3)	(3)	12
Total=6 (25%)	Total= 6 (25%)	Total= 6 (25%)	Total= 6 (25%)	24 (100%)
Criterios FODA: Conocimiento de la comunidad local por la actividad turística				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(2)	(3)	(2)	(3)	9
(3)	(3)	(2)	(2)	10
Total= 5 (26%)	Total= 6 (32%)	Total= 4 (21%)	Total= 5 (26%)	19 (100%)
Criterios FODA: Desarrollo Agrícola				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(2)	(2)	(2)	(9)
(3)	(3)	(2)	(3)	(10)
Total= 6 (30%)	Total= 5 (25%)	Total= 4 (20%)	Total= 5 (25%)	19 (100%)
Criterios FODA: Demanda turística				
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
(3)	(2)	(2)	(3)	10
(3)	(3)	(2)	(3)	11
Total= 6 (29%)	Total= 5 (24%)	Total= 4 (19%)	Total= 6 (29%)	21 (100%)
Fuente: Elaboración propia				

Una vez obtenido los resultados del cálculo por criterio, fue efectuado el análisis global de la actuación de las variables internas y externas de todos los criterios. Con ese fin, fue realizada la suma por columna de todas las calificaciones asignadas a las variables, resultando en el total de cada una de ellas, seguido de la suma horizontal de los totales por variable generando un gran total. Para determinar la contribución individual de cada variable se dividió estas por el gran total obtenido anteriormente. Los resultados de los cálculos mencionados se denotan en la Tabla N° 43.

Tabla N° 43: Cálculo de Análisis Global de Actuación de Variables Internas y Externas.

Criterios	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Total
Servicios de alojamiento	6	5	6	6	23
Servicios de alimentación	4	5	5	6	20
Servicios turísticos	4	6	5	5	20
Transporte turístico	4	6	4	5	19
Promoción turística	5	5	6	4	20
Atractivos turísticos	6	5	5	6	22
Recursos turísticos	6	6	6	5	23
Identidad local	5	6	5	6	22
Institucionalidad de apoyo para la actividad turística.	6	5	5	5	21

Desarrollo minero	6	6	6	6	24
Conocimiento de la comunidad local por la actividad turística	5	6	4	5	20
Desarrollo agrícola	6	5	4	5	20
Demanda turística	6	5	4	6	21
Total	69	71	65	70	261
Porcentaje total [%]	25	26	24	25	100
Fuente: Elaboración propia					

Obtenidos los datos globales del paso anterior, fue determinado el balance estratégico a través de los factores de optimización y riesgo. El balance se aplicó tanto para el análisis por criterios horizontal, como para el análisis global (vertical). Los resultados del balance estratégico se aprecian en Tabla N° 44.

Tabla N° 44: Cálculo del Balance Estratégico de Criterios.

Balance Estratégico FODA						
Criterio	F+O	D+A	F+O [%]	D+A [%]	Total	Total [%]
Servicios de alojamiento	11	12	48	52	23	Aprox. 100
Servicios de alimentación	9	11	45	55	20	Aprox. 100
Servicios turísticos	10	10	50	50	20	Aprox. 100
Transporte turístico	10	9	53	47	19	Aprox. 100
Promoción turística	10	9	53	47	19	Aprox. 100
Atractivos turísticos	11	11	50	50	22	Aprox. 100
Recursos turísticos	12	11	52	48	23	Aprox. 100
Identidad local	11	11	50	50	22	Aprox. 100
Institucionalidad de apoyo para la actividad turística.	11	10	52	48	21	Aprox. 100
Desarrollo minero	12	12	50	50	24	Aprox. 100
Conocimiento de la comunidad local por la actividad turística	11	9	55	45	20	Aprox. 100
Desarrollo agrícola	11	9	55	45	20	Aprox. 100
Demanda turística	11	10	52	48	21	Aprox. 100
Total	140	135	51	49	275	Aprox. 100
Fuente: Elaboración propia.						

5.1.1 Análisis de los Resultados.

Una vez desarrollado el cálculo de los datos en el apartado anterior, estos fueron analizados, donde se puede apreciar en el Gráfico N° 42, que de los trece (13) criterios identificados, siete (7) de ellos tienen un balance favorable para el desarrollo potencial de la actividad turística en la comuna, estos criterios son;

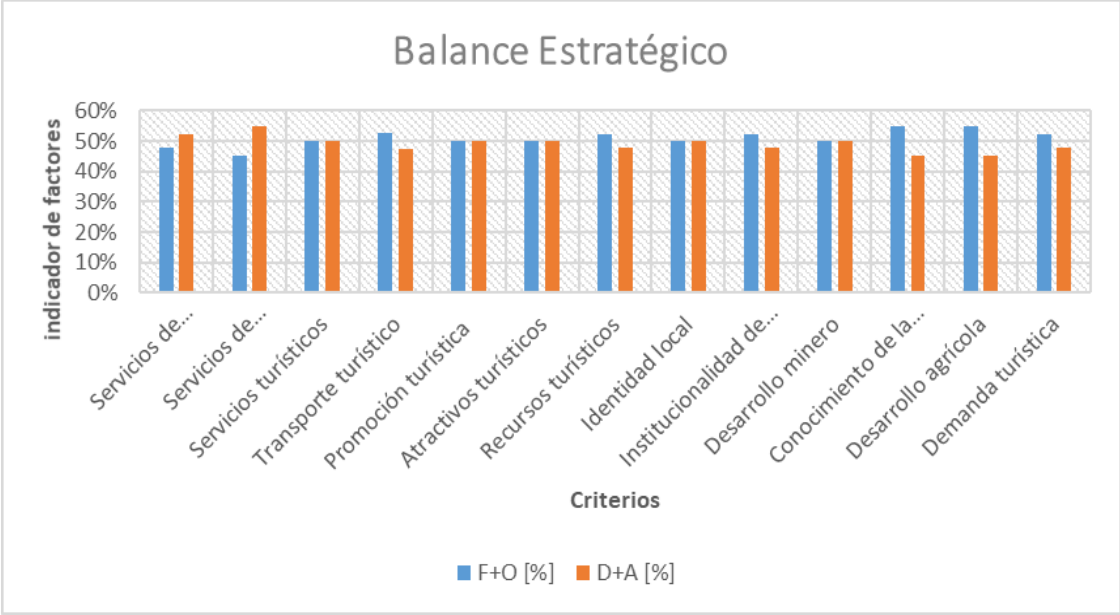
Conocimiento de la comunidad local por la actividad turística y el criterio de Desarrollo agrícola, que en el análisis cuantitativo obtuvieron un factor de optimización de 55% contra un 45% en factor de riesgo;

Los criterios de Transporte turístico y Promoción turística, con un 53% de optimización y en cuanto a riesgo tuvieron un 47%;

Por último, Recursos turísticos obteniendo un 52% optimización y 48% de riesgo, al igual que Institucionalidad de apoyo para la Actividad turística y Demanda turística.

Sin bien, se aprecia que los resultados de estos criterios tienen un factor de optimización más alto que el factor de riesgo, la diferencia porcentual entre los factores es mínima, entre un 4% a un 6% dependiendo del criterio analizado, lo que en términos globales el balance es negativo, debido a que no se presenta una marcada diferencia entre los factores (Ramírez, 2009). Por consiguiente, independientemente de tener un factor favorable en optimización que en principio contribuye positivamente al desarrollo de la actividad, se deben tomar medidas y planes para que el factor de riesgo no aumente en un futuro y que estos se transformen en una limitante para el desarrollo de la actividad turística en la comuna.

Gráfico N° 42: Balance Estratégico. Factor de Optimización y de Riesgo por Criterio.



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, los criterios que tuvieron un balance estratégico sin inclinación por algún factor, ya sea de optimización o de riesgo, teniendo un 50% en el factor de optimización y un 50% en el factor de riesgo, se identificaron los siguientes criterios;

- Servicios turísticos;
- Atractivos turísticos;
- Identidad local;
- Desarrollo minero.

Aunque en estos criterios se aprecia igualdad en los factores de optimización y de riesgo, no se determina que los criterios estén en una opción favorable en el desarrollo turístico. Más bien, es un escenario desfavorable para el desarrollo de la actividad, debido a lo mencionado anteriormente,

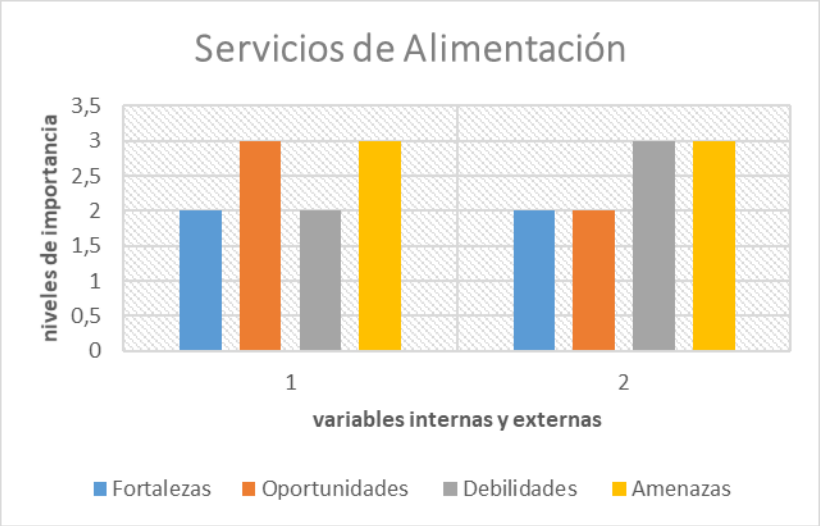
considerando que la diferencia porcentual de los factores es baja o nula. Por consiguiente, estos criterios se pueden transformar, al igual que los criterios favorables, en una limitante a mediano o largo plazo para el desarrollo turístico local. Por lo que se deben tomar medidas para corregir las debilidades y minimizar las amenazas que afectan de manera negativa los criterios mencionados, y a su vez, proteger las variables internas y externas que contribuyen positivamente al criterio.

Por último, los criterios que tiene un balance desfavorable con una inclinación al factor de riesgo son;

- Servicio de alojamiento con un factor de optimización de un 48% y un factor de riesgo de un 52%;
- Servicios de Alimentación, con un factor de optimización de un 45% y un factor de riesgo de 55%.

Teniendo una diferencia entre un 4% a un 5% a favor del factor de riesgo. Estos criterios están claramente en un escenario de desventaja competitiva para el desarrollo del turismo en la comuna, si bien, son servicios que se desarrollan de manera activa en la comuna, estos no están enfocados a la actividad turística sino más bien a otras actividades productivas como la minería, teniendo que tomar medidas inmediatas para corregir las variables de actuación que afectan negativamente a estos factores de desarrollo, y por ende tener un alcance positivo del criterio en el desarrollo del turismo local.

Gráfico N° 43: Ponderación de Importancia Variables de Actuación de Servicio de Alimentación.

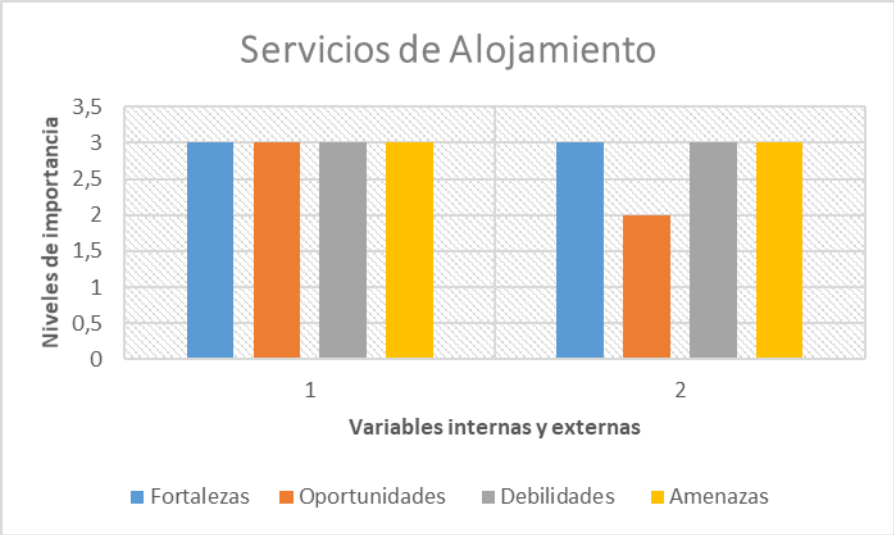


Fuente: Elaboración propia.

Para una visión más clara el **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, detalla los niveles de importancia de los factores de actuación del criterio Servicio de Alimentación, en las variables internas (fortalezas, debilidades) y externas (oportunidades, amenazas). En él se puede observar que las amenazas son las de mayor nivel de importancia, con nivel 3 el más alto, seguidas

por las debilidades junto con las oportunidades y por ultimo las fortalezas, que tienen un nivel 2 por debajo de los factores desfavorables, denotando que se deben realizar medidas de corrección y minimización inmediatas en las amenazas, que son la escasez de servicios básicos externos y el servicio de alimentos enfocados al sector minero, que afectan a este criterio, y reforzando las variables internas, para el desarrollo favorable del turismo.

Gráfico N° 44: Ponderación de Importancia Variables de Actuación Servicio de Alojamiento.



Fuete: Elaboración Propia

En el caso del criterio Servicio de alojamiento, como se puede apreciar en el gráfico N° 44 los factores de actuación tienen niveles de importancia similares, el único factor de actuación que presenta una disminución en su nivel es en la variable de oportunidad del desarrollo hotelero en la comuna de Salamanca, generando que el balance estratégico de este criterio tenga un factor de riesgo para el desarrollo de la actividad turística.

5.1.2 Conclusión.

A modo general se determina que el desarrollo actual del turismo de la comuna en cierta forma es desfavorable, si bien se observan que hay criterios analizados con un balance positivo, es decir, un porcentaje mayor en el factor de optimización con respecto al factor de riesgo, estos criterios cuentan con un rango de diferencia entre factores mínimos (porcentaje), que, a nivel global, representan un escenario de riesgo para el desarrollo de la actividad turística de la comuna.

Esto es evidenciable en la oferta turística con los servicios de alimentación y alojamiento, que, al momento de ser analizados, se puede apreciar una tendencia a desarrollarse y especializarse en otras actividades productivas como la minería y la industria agrícola, que en la actualidad son las actividades económicas más relevantes y conocidas en la comuna, acaparando la totalidad de la oferta, ya sea infraestructura, productos y personal de estos servicios. Por esta razón, se pierde el interés y el enfoque en la actividad turística, bajando la calidad de los servicios y dotaciones para esta actividad.

A su vez, los servicios turísticos de la comuna presentan poco desarrollo en sus actividades para responder a la demanda turística. Aunque, es apreciable un balance neutro en el análisis que se ha desarrollado, los valores en las fortalezas y oportunidades como en las debilidades y amenazas son los mismos. Sin una medida preliminar a corto plazo esto podría producir un factor de riesgo, causando una estacionalidad en la demanda más pronunciada, que la presentada en la actualidad y también la creación de servicios dirigidos a otras actividades productivas.

En cuanto a los atractivos y recursos turísticos, la comuna tiene un gran potencial para el aprovechamiento y puesta en valor de estos recursos. El patrimonio natural es muy diverso, contando con la presencia del santuario de la naturaleza "Raja de Manquehua y Poza Azul", sectores naturales vírgenes, zonas inexploradas y con alta calidad de los cielos. Condiciones favorables para realizar diferentes tipos de turismo como; turismo rural, turismo astronómico, turismo cultural, turismo aventura, entre otros. En lo que respecta al patrimonio cultural, la comuna tiene una nutrida gama de tradiciones, costumbres y representantes del patrimonio vivo de Salamanca implantado por el desarrollo agrícola de la zona. Este último es uno de los recursos más significantes y con mayor potencialidad para el desarrollo turístico de la comuna, a través del turismo rural.

La incorporación de la actividad turística al sector rural ha presentado una tendencia al aumento en los últimos años a nivel nacional, incluso apoyado por organizaciones e instituciones públicas. Por lo que el desarrollo de este tipo de turismo puede ser una estrategia de crecimiento con gran potencialidad, compatible con la realidad local de la comuna, considerando que se cuenta con la presencia de factores como el desarrollo agrícola, el conocimiento de la comunidad por la actividad turística y la identidad local, criterios que en este análisis resultaron favorables. Por consiguiente, desarrollar el turismo rural puede generar grandes beneficios no tan solo económicos sino socioculturales, ambiente y socio-productivos, además evita el éxodo del campo incorporando a la mujer y a los jóvenes como protagonistas.

En virtud de lo anterior, se deben tomar medias y estrategias con un enfoque de corrección de las variables que afectan negativamente y que limiten el desarrollo turístico en estos factores, al mismo tiempo proteger los factores de influencia que estén en un rango positivo, para que en un futuro próximo no se transforme en una limitante o problema para el desarrollo turístico de la comuna. Generando una mejora en la implementación de un mercado inteligente dentro de la oferta turística.

5.2 Árbol de Problema y Árbol de Objetivo.

Esta etapa consiste en la identificación de problemas prioritarios que afectan el desarrollo turístico de la comuna, para esto se utilizará el árbol de problemas. Una vez determinado el árbol de problemas se procederá a la elaboración del árbol de objetivos o también llamado árbol de medios y fines, para dar respuesta a las problemáticas identificadas y obtener las directrices para desarrollar las acciones que puedan subsanar estas problemáticas.

5.2.1 Árbol de Problema.

El turismo como fenómeno social y como actividad económica es, de hace unos años, una realidad asumida. Puede decirse, según la literatura especializada, que actualmente el sector turístico está

viviendo una etapa de desarrollo y crecimiento destacable a nivel país. Esto es evidenciable, con los viajes, los movimientos turísticos y el nivel de gasto aumentando continuamente. Aumento entre regiones o zonas de destino turístico, como a su vez un mayor conocimiento de los efectos económicos y sociales. Además, de mayor importancia desde el sector público en el papel del dinamismo en el turismo y dominio de las tecnologías para facilitar la promoción y acceso a la información del turismo local.

En el orden nacional, el turismo representa la responsabilidad del Estado, por tal motivo es el encargado de formular la política turística general, instalando el sector en el contexto de la economía nacional, fijando objetivos, medios y estrategias para alcanzarlas y promoviendo la actividad en el interior y exterior del país. El Estado, a través de los mecanismos de la administración pública, se encarga de instrumentar las políticas y acciones que definen la actividad turística, aplicando instrumentos de planificación que establezcan los mecanismos de acción para actuar de forma coordinada, y contemplar una gestión que propicie la participación de las instituciones públicas y privadas en beneficio de la comunidad.

En este sentido, en la actualidad, la comuna de Salamanca no contaba con una gestión adecuada para el desarrollo turístico. Esto se debe, entre otras causas, a que por varios años no había existido una planificación estratégica para el desarrollo del turismo local, responsabilidad que deben liderar las máximas autoridades locales. La falta de estudios sectoriales u opinión de expertos, la falta de coordinación de instituciones turísticas, y por último la insuficiencia voluntad política, influenciado por la falta de coordinación público-privado, conducen a la falta de presupuesto para el desarrollo del turismo como área clave de crecimiento.

Además de la falta de planificación, la comuna cuenta con un sistema de promoción e imagen de la comuna deficiente, causado por no contar con una promoción sostenible y tener una imagen desordenada y no compartida. A su vez, a una comunidad que es ajena al desarrollo turístico local, por la falta de acciones que involucren a la población y establecimiento educacionales. Lo que genera un escaso conocimiento por parte de la población sobre el turismo de la comuna.

Finalmente, otra carencia que se evidencia es la falta o escaza oferta turística local que presenta la industria turística de la zona, si bien es cierto, que se desarrollan actividades turísticas en la comuna, estas muestran una escasa respuesta a la demanda, debido a la falta de inversión, falta de profesionalismo en el capital humano y a la falta de consideración del turismo como actividad económica prioritaria. También, a la baja ocupación media de turistas en la comuna y a la falta de desarrollo sostenible de los recursos y atractivos turísticos.

Los efectos de una mala gestión afectan directamente al desarrollo económico, gestión pública y al patrimonio sociocultural y medioambiente. Algunos de los efectos que se pueden evidenciar son:

- Baja calidad de empleo;
- Servicios turísticos deficientes;
- Bajo ingresos en la industria turística;
- Descoordinación y superposición de esfuerzos públicos;
- Efectos negativos sobre el patrimonio sociocultural;
- Efectos negativos sobre el patrimonio natural de la comuna.
- Perdida en la calidad de vida de los habitantes de la comuna de Salamanca.

- Perdida en el desarrollo económico de la comuna.

Debido a lo anterior, es esencial que se trabaje en una solución para desarrollar la actividad turística en la comuna, con una gestión integral, con énfasis en proteger el patrimonio cultural, natural e identidad local, y generar un desarrollo económico utilizando como un eje central la industria turística. Todo lo anterior con el objetivo de convertir a Salamanca en un destino turístico, a fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad local, diversificar la economía de forma sustentable y duradera en el tiempo.

A continuación, en el Esquema N° 3, se muestra el árbol problema con las causas, efectos y el problema central identificado.

5.2.2 Árbol de Objetivos.

Bajo aprovechamiento de los recursos turísticos, explotación del recurso natural no sustentable, escaza diversidad económica en la comuna, inexistencia de un plan de desarrollo turístico.

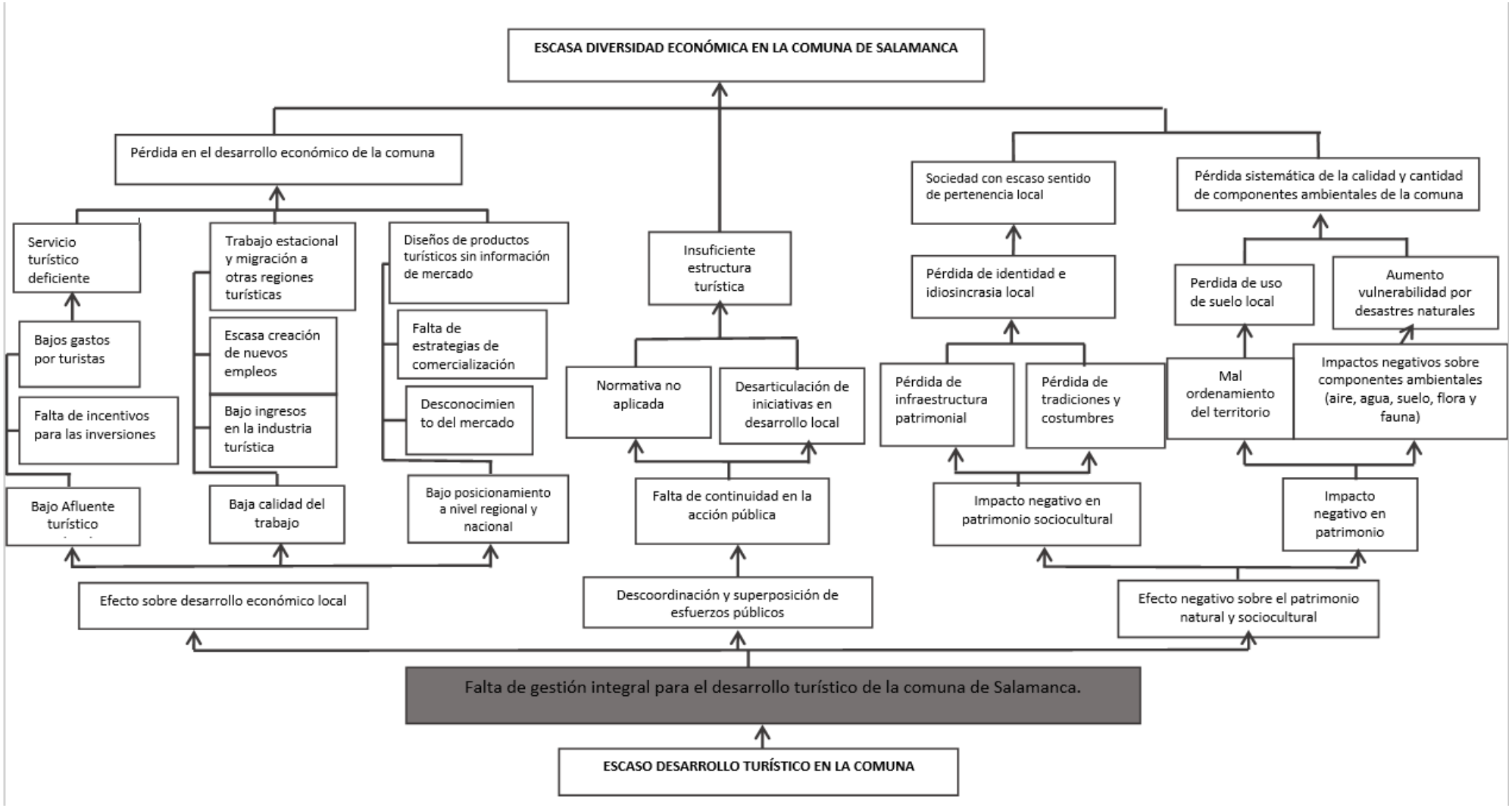
La problemática por resolver es la deficiencia gestión para el desarrollo turístico de la comuna. Por consiguiente, el proyecto busca establecer una óptima gestión de la actividad turística, minimizando la perdida de patrimonio sociocultural, identidad local y protección del patrimonio ambiental, con eficiencia en los costos asociados y asegurando un desarrollo sustentable y eficiente para la comuna. Además de lo anterior, se busca desarrollar y mejorar infraestructuras adecuadas para las actividades turísticas, implementar planes para todas las etapas del desarrollo turístico, priorizando la incorporación de la actividad en la realidad productiva de la comuna; integrar de forma armónica la gestión del turismo con las demás actividades de desarrollo de la comuna.

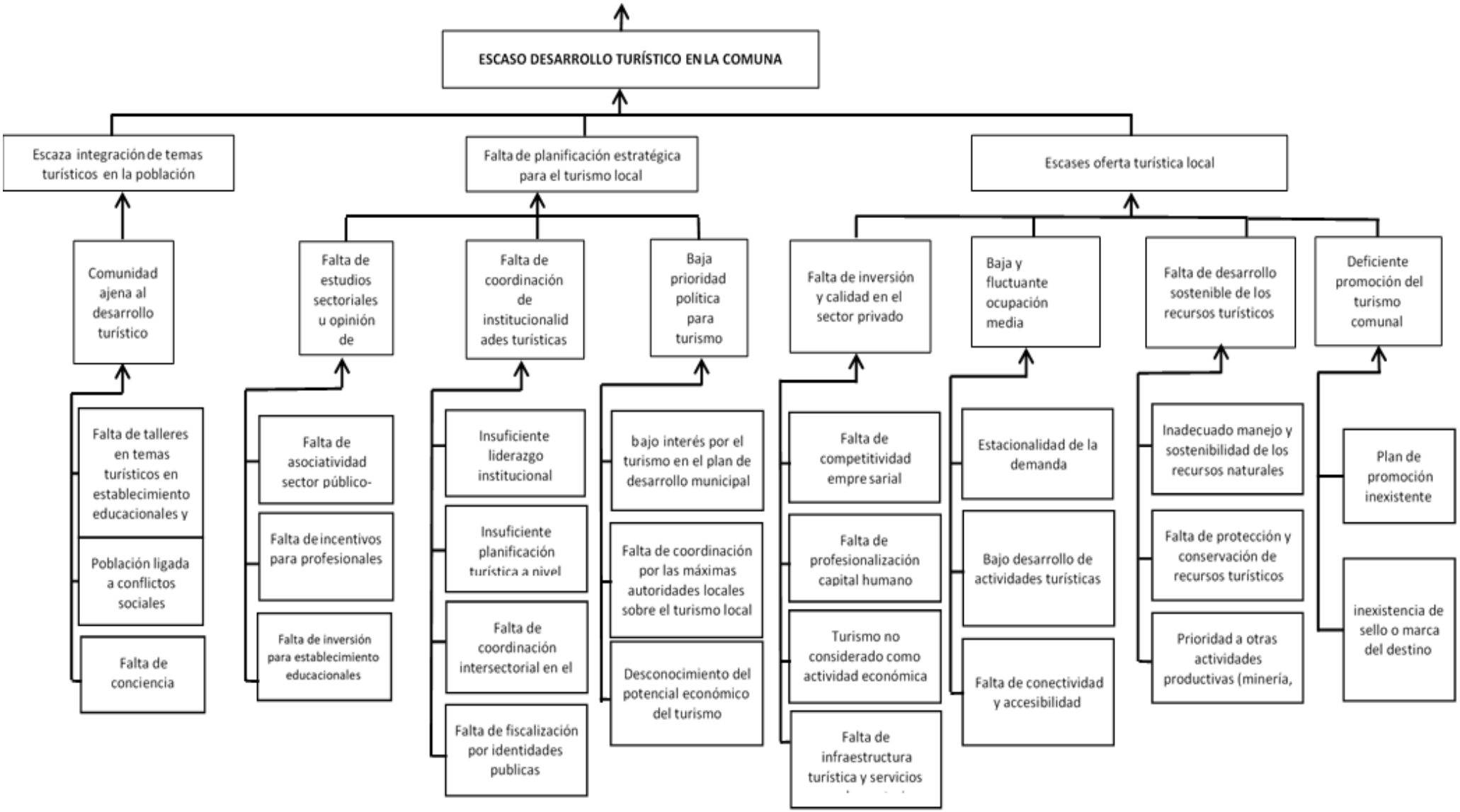
En definitiva, se busca implementar un conjunto de soluciones estratégicas que permitan mejorar el actual sistema de gestión, no solo enfocado en la actividad turística como algo recreacional, sino que incorpore medidas integrales en cada una de las etapas de la gestión del turismo para elevarlo, como una actividad productiva importante en el escenario económico de la comuna, incorporando un desarrollo de la promoción, incrementando la coordinación y esfuerzos públicos como privados.

De lo anterior, en el

Esquema N° 4, se muestra el árbol objetivo con los medios y fines para alcanzar las soluciones planteadas:

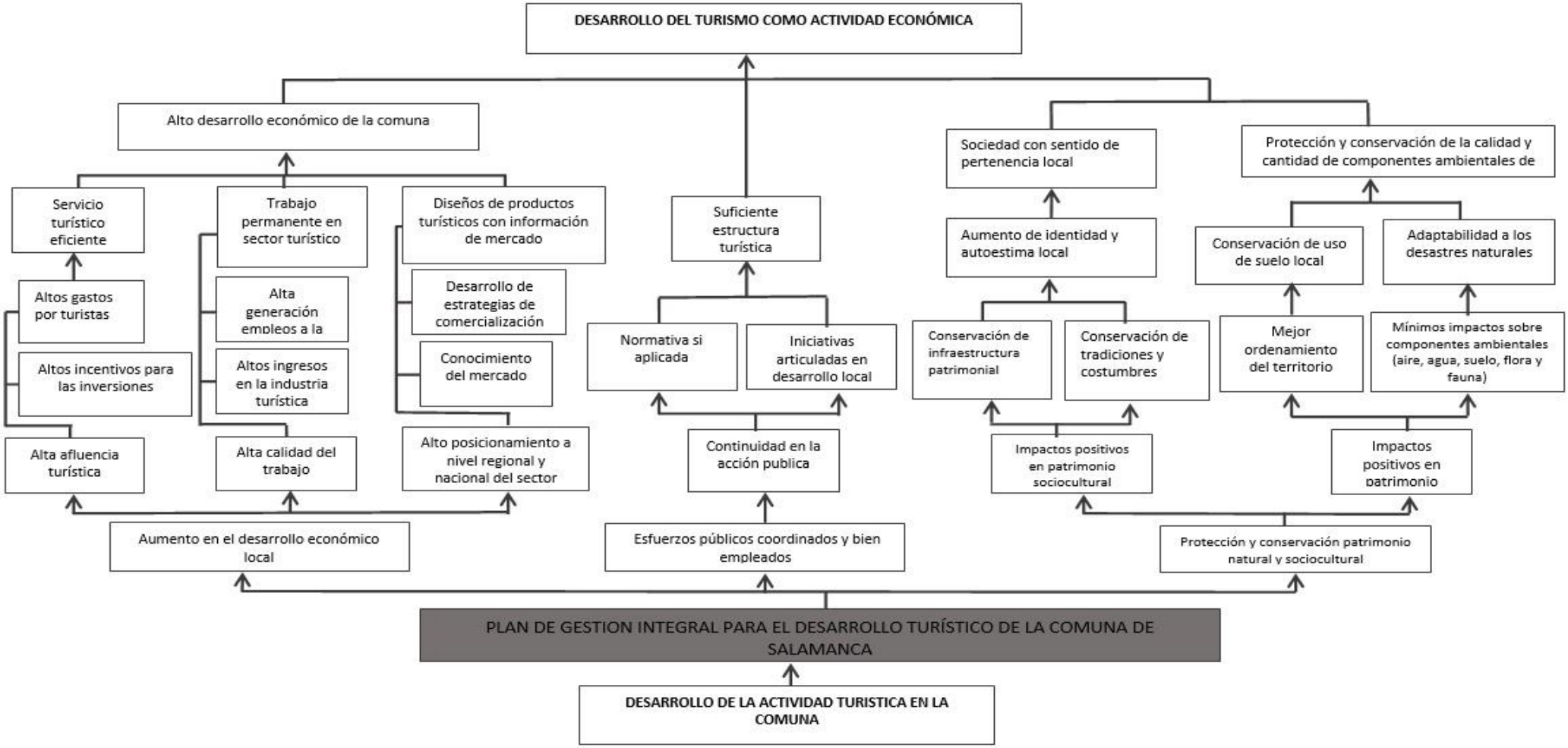
Esquema N° 3: Árbol de Problemas.



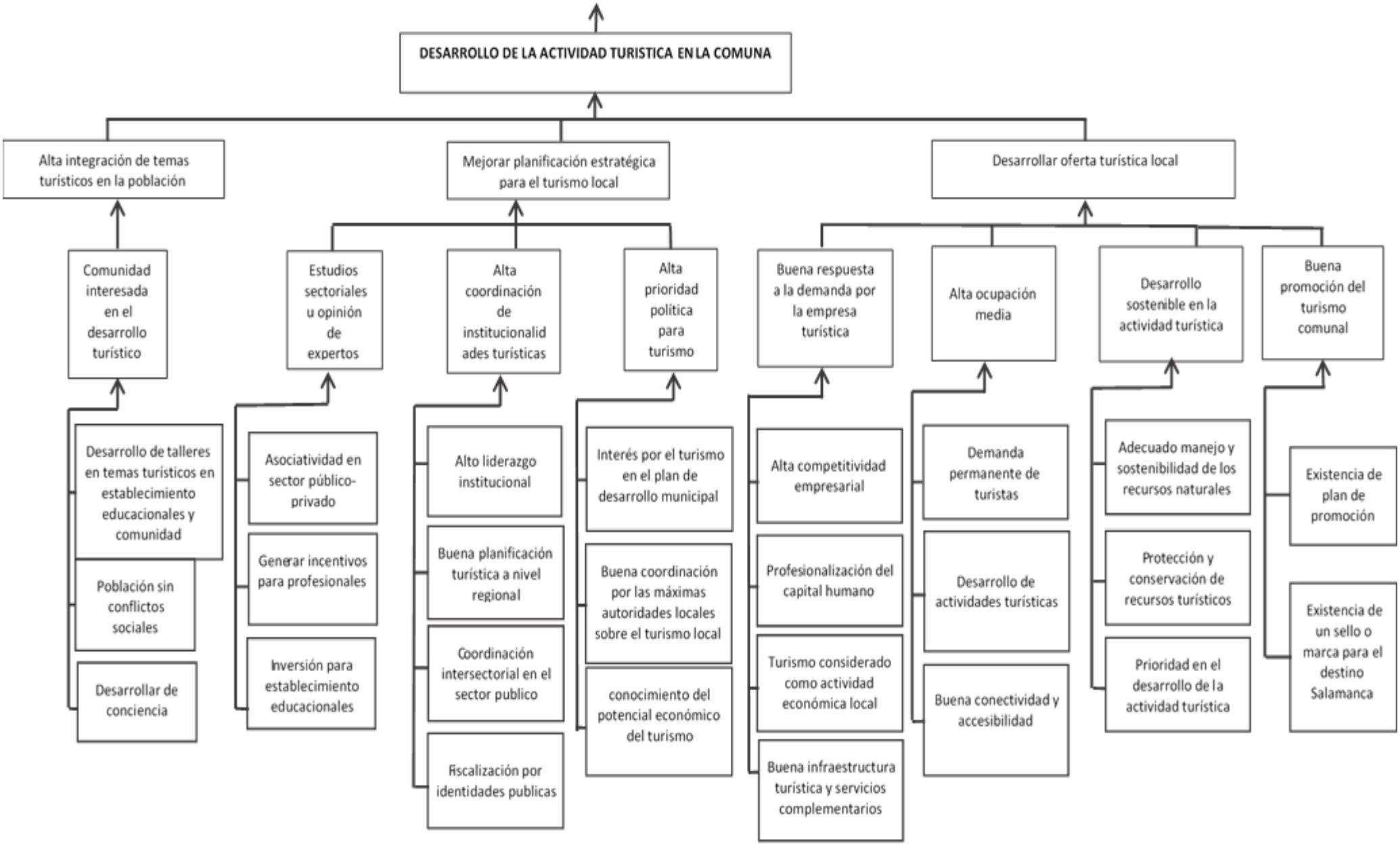


Fuente: Elaboración Propia.

Esquema N° 4: Árbol de Objetivo



Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia

5.3 Definición de Imagen Objetivo-Misión y Visión.

En este apartado se definen la misión, visión y el objetivo que se quiere lograr en relación con el turismo, por lo tanto, este procedimiento está elaborado desde la etapa del diagnóstico el que será un medio importante para evaluar la imagen que perciben los turistas, los empresarios turísticos, las autoridades locales y regionales acerca de la comuna.

5.3.1 Imagen Objetivo.

La imagen objetivo es uno de los aspectos más importantes del Plan de Desarrollo Turístico debido a que es un modelo de realidad que se quiere alcanzar, un lineamiento fundamental que orientará los esfuerzos para lograr el desarrollo turístico comunal en un lapso determinado de tiempo, generalmente se ubica en el largo plazo independiente de la duración del plan.

La formulación de la imagen objetivo se basó en el desarrollo del diagnóstico turístico comunal, el cual concluyo en un análisis FODA y descripción de elementos que componen la actividad turística comunal, de la postura municipal sobre el turismo y una mesa de trabajo con profesionales de distintas disciplinas.

De lo anterior, se generaron distintas nociones de los que se debe proyectar en el territorio, para finalmente poder alcanzar la condición de ser una comuna con un óptimo desarrollo turístico, mediante la ejecución de los planes, programas y proyectos que se propongan en la comuna de Salamanca.

El desarrollo de la misión, visión e imagen objetivo se presentan a continuación:

5.3.2 Definición de la Misión.

La misión es la razón de ser de una organización, en este caso de la comuna desde la perspectiva del turismo local, se define como el objetivo supremo o fundamental. En marco de lo establecido para la elaboración de la misión comunal con respecto al desarrollo del turismo en la comuna, se formuló la siguiente misión:

5.3.3 Misión.

Alcanzar y establecer la integración, participación, coordinación y promoción conjunta, donde intervengan todos los actores de la actividad del turismo local, permitiendo ofrecer los productos turísticos, de calidad, integrales y con aprovechamiento de todos los recursos disponibles, que entrega la comuna y sus habitantes; los que converjan en una oferta turística común y que en un futuro establezca a la comuna de Salamanca como un destino turístico competitivo a nivel local, regional y nacional.

5.3.4 Definición de la Visión.

La visión es el estado en el que se desea que se encuentre la comuna en un periodo de tiempo determinado con respecto al desarrollo del turismo local. Brinda a la comuna la oportunidad de

alinear los esfuerzos y recursos hacia un futuro deseado permitiendo articular los intereses de las partes interesadas.

De lo establecido anteriormente, se determinó la siguiente visión comunal para el desarrollo del turismo:

5.3.5 Visión.

El turismo se incorporará como una alternativa de crecimiento económico para la comuna de Salamanca, ampliando las oportunidades de desarrollo de la comunidad local, a través del trabajo coordinado entre la comunidad, el sector privado y las autoridades locales, fundamentándose tanto en los recursos naturales actuales y potenciales como socioculturales, a fin de armonizar la estrategia de mercado representando las bondades principales asentadas en la identidad local, tradiciones, valles, cielos y todos los productos de la comuna.

5.3.6 Definición de la Imagen Objetivo.

A partir de lo definido en la misión y la visión, mas todo lo elaborado en el diagnóstico y análisis de los datos obtenidos en los apartados anteriores, se logró la elaboración de la siguiente imagen objetivo comunal, y que se presenta a continuación.

5.3.7 Imagen Objetivo.

La I. Municipalidad de Salamanca a través de su Oficina de Turismo, será la encargada de gestionar y establecer las estrategias para la aplicación de un proceso de planificación de las actividades turísticas a nivel local, permitiendo una mejor gestión y logro de resultados. Aportando importantes beneficios para la sociedad, los que van desde la conservación del medio ambiente y el desarrollo de buenas relaciones entre las comunidades, hasta el fomento de la competitividad entre las empresas del sector.

De este modo la imagen objetivo de la comuna de Salamanca se define de la siguiente manera:

"Desarrollar la actividad turística en la comuna de Salamanca como una de las principales actividades económicas, comprometiéndose con el cuidado de los recursos naturales y al resguardo del patrimonio sociocultural, como por la conservación de sus tradiciones, costumbres y presentaciones culturales, y sus representantes. Orientando los esfuerzos a potenciar una oferta de calidad en ámbitos como alojamiento, servicios generales, aprovechando y potenciando la actividad gastronómica costumbrista, así como también el turismo rural que se representa de manera innata en nuestro territorio. Realizando una eficiente planificación en el trabajo de la utilización tanto en los atractivos y recursos naturales como culturales, ordenamiento de la gestión pública y privada para la generación de oportunidades de desarrollo y participación de la ciudadanía, siempre en búsqueda de la implementación de un turismo sustentable y potenciando la asociatividad". Los cuales servirán de sustento para el desarrollo y crecimiento de la actividad turística, posicionándose a nivel local, regional y nacional.

La imagen objetivo será el pilar fundamental de la planificación estratégica comunal en aspectos turísticos, y además es la base de la cartera de proyectos y programas, los cuales serán las herramientas para lograr el desarrollo turístico comunal.

En virtud de lo señalado, para el plan de desarrollo estratégico de turismo se debe desglosar el objetivo general. Este se define como, el fin o meta que se pretende alcanzar en el corto, mediano y largo plazo. La finalidad de estos es ofrecer directrices o pautas de actuación encaminadas a la mejora de la actividad turista realizada en el presente.

5.3.8 Objetivo General.

"Elaborar un instrumento conductor para desarrollo turístico de la comuna de Salamanca, que contenga los lineamientos y estrategias para el fomento de la actividad turística en la comuna de manera eficaz, eficiente y sostenible en el tiempo. La creación y ordenamiento de la actividad del turismo en la comuna necesita contar con una planificación sistematizada e integral entre los principales actores involucrados en el turismo, de modo que permita posicionar a la comuna de Salamanca como un destino turístico, enfatizando en la diversificación de la oferta, la calidad y aprovechamiento de sus recursos turísticos. Con la finalidad de proponer al turismo como una actividad productiva importante en el desarrollo de la comuna"

CAPITULO 6. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMUNA DE SALAMANCA.

6.1 Planificación Estratégica.

Definido el objetivo, la misión y la visión del Plan de desarrollo turístico especificando lo que se pretende lograr al finalizar su ejecución, se deben determinar los medios que se utilizarán para alcanzar estos objetivos.

La planificación turística estará enfocada hacia la creación de estrategias para la organización del destino turístico y hacia el aprovechamiento de las fortalezas internas y oportunidades externas del entorno, destacando que la planificación estratégica turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo de la actividad, que garantiza la correcta integración del turismo en la economía, la sociedad, la cultura, el medio ambiente y comunidad local. Cabe señalar, que se debe considerar las tendencias de planificación a nivel mundial y tomando en cuenta el contexto nacional, regional y la realidad local.

Como lo establece Leiva, 1997; p.110, en términos simples, una estrategia de desarrollo turístico es una secuencia de acciones que se deben implementar para lograr alcanzar los objetivos turísticos propuestos. En otras palabras, la estrategia comunal de desarrollo turístico constituye un conjunto de intencionalidades destinadas a resolver los problemas detectados en el diagnóstico, a poner en valor los recursos, a transformar estos recursos y servicios en productos, a introducirlos en el mercado y a hacer del turismo un factor importante coadyuvante e integrador del desarrollo económico y sociocultural de la comuna. Leiva, V. (1997) “Turismo y gestión municipal”. Manual Didáctico N°9, Asociación Chilena de Municipalidades. Santiago, Chile

En este sentido, para la planificación estratégica turística de Salamanca se considerarán como complemento los 5 ejes establecidos en la estrategia nacional de turismo 2012-2020:

- Promoción
- Sustentabilidad
- Inversión y competitividad
- Calidad y capital humano
- Inteligencia de Mercado

Estos 5 pilares de la estrategia nacional ayudarán a establecer los lineamientos que se quieren alcanzar.

6.2 Formulación de una Estrategia de Desarrollo.

Para la Estrategia de Desarrollo, se deben definir las Líneas estratégicas, estos lineamientos surgen de un proceso natural de deducción de los análisis anteriores, donde estas responden a las falencias o necesidades actuales de la realidad turística de la comuna y a la realidad esperada para esta. Con los datos obtenidos en el diagnóstico de los aparatos anteriores, en el análisis FODA, se evidencia la identificación del problema e imagen objetivo, se distinguen cinco (5) áreas estratégicas donde se tomarán las acciones para mejorar el desarrollo de la actividad turística, estas áreas son;

- Inversión y Fomento Productivo;
- Promoción y Marketing;
- Conciencia y Desarrollo Sostenible;
- Capital humano;
- Fortalecimiento Institucional.

De lo anterior, podemos obtener las Líneas Estratégicas que orientarán el trabajo a seguir en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Comuna de Salamanca. Cabe señalar, que los lineamientos estratégicos deben considerar criterios de evaluación que determinen si es posible desarrollar el plan o de lo contrario carecerán de factibilidad, estos criterios se detallan en el Capítulo 6, Tomo II Metodología PLADETUR. Además, para establecer unos lineamientos que reflejen de mejor manera la realidad de la comuna en lo que respecta a la actividad turística, se realizó un análisis de brechas para definir las distancias entre la realidad actual, establecida por el diagnóstico y el estudio de los datos obtenidos a través de los análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, como también con la imagen objetivo que se quiere lograr para la comuna, y la realidad que se quiere alcanzar con respecto al desarrollo del plan de estrategias para el turismo local.

Es importante aclarar que los lineamientos estratégicos y sus respectivas acciones definidas en el plan, son una guía para el desarrollo de la actividad turística durante el periodo establecido (2021-2024), sin embargo, estos pueden ser modificados o adaptados para lograr una flexibilidad a la hora de ejecutar estos planes, programas y proyectos para acomodarlos a la realidad que se presente en el momento y no contribuir a una mala gestión a largo plazo. La elaboración de los lineamientos se puede apreciar en la Tabla N° 45.

6.2.1 Análisis de Brechas para la Formulación de los Lineamientos Estratégicos.

Tabla N° 45: Elaboración de Brechas para los Lineamientos Estratégicos.

Ámbitos (áreas estratégicas)	Realidad Actual	Realidad esperada	Brecha entre realidades	Lineamiento estratégico
Inversión y Fomento Productivo	Oferta turística deficiente e informal. Infraestructura y equipamiento escaza y de poca calidad. Señalética inexistente ni especializada para turismo. Deficiente accesibilidad y conectividad a atractivos turísticos en zonas rurales de la comuna. Servicios enfocados a demanda sector minero, en desmedro de la actividad turística. Pocos servicios complementarios (bancos, hospitales, entre otros) a disposición de la demanda turística. Infraestructura con falta de regulación para la actividad turística. Infraestructura para la información turística. Centros culturales locales. Articulación entre empresariado turístico y sectores públicos. Desaprovechamiento de sectores productivos (minería y agricultura), como atractivos turísticos potenciales. Falta de visión de la actividad	Oferta turística diversificada y de calidad para responder a la demanda. Infraestructura e equipamiento especializado en la actividad turística local. Señalética turística organizada por rutas definidas, estandarizada en todo el territorio comunal. Turismo competitivo a nivel regional, nacional e internacional. Red de servicios complementarios robusta al mercado del turismo de la comuna. Infraestructura estandarizada y normalizada para realizar actividad turística. Infraestructura mejorada para la información turística. Red de Centros culturales locales. Complementar la actividad turística con las demás actividades (minería y agricultura, entre otras actividades). Generación de nuevos empleos de buena calidad en la actividad	Desarrollo deficiente de la oferta turística competitiva en la comuna. Falta de accesibilidad a atractivos turísticos en zonas rurales. Falta de infraestructura y equipamiento de calidad en la industria turística. Falta de servicios y productos complementarios básicos y coordinados con la industria Turística local. Falta de competitividad de la industria turística contra las otras actividades productivas de la comuna. Falta de inversión del sector privado para realizar la actividad turística. Falta de desarrollo de productos y servicios turísticos atractivos y con identidad local.	Fortalecimiento de la oferta turística a través de instrumentos y programas de fomento. Desarrollo de productos turísticos (Potenciar, proteger y preservar la puesta en valor de los recursos turísticos) Potenciar la cooperación entre actores relevantes, público y privados, para el desarrollo del turismo local.

	turística como factor protagonista para el desarrollo económico de la comuna.	turística. Posicionamiento de la actividad turística a nivel local como acción de productividad económica fuerte para la comuna.		
Marketing y promoción	Deficiente utilización de herramientas de planificación en materia de marketing turístico. Poco dominio de información de los oferentes sobre patrimonio cultural y natural. Falta de inversión para la promoción de las actividades turística de la comuna. Deficiente conectividad y acceso a la información en zonas alejadas. Señaléticas turísticas insuficiente en la comuna. Inexistencia de una imagen con identidad propia para el turismo local. Existencia de instalaciones de promoción turística. Buena disposición de los servicios turísticos para la promoción. Inexistencia de plataformas digitales.	Implementación y ejecución de un plan de marketing. Buen dominio de información y diversificada sobre el turismo local, por parte de los oferentes. Inversión permanente para la promoción de actividades turísticas que se realizan en la comuna. Gran alcance de información a nivel nacional e internacional. Señalética estandarizada con sello distintivo para el turismo comunal. Tener una imagen o sello con identidad local para el turismo. Establecer plataformas digitales de información. Existencia de instalaciones de promoción turística. Buena disposición de los servicios turísticos para la promoción.	Falta de un plan estratégico que oriente el desarrollo de la oferta y especifique el mercado objetivo del destino. Deficiencia en la entrega de información sobre turismo comunal, tanto a nivel local como al exterior. Falta de una marca o imagen con identidad local para para diferenciarse del resto de los destinos turísticos. Falta de señalización identitaria para potenciar diferentes rutas turísticas.	Potenciar la promoción y posicionamiento de la comuna como destino turístico a través de actividades y sus atractivos turísticos a nivel comunal, regional, nacional e internacional.
Capital Humano (competencia)	Falta de competencia y certificación de los profesionales en la planta turística.	Tener un capital humano con competencias para responder a los empresarios turísticos. Servicios turísticos locales	Falta de capital humano con competencias y certificación para responder a la demanda turística.	Mejoramiento de la competitividad y calidad de los servicios actuales y potenciales.

	Empresarios y personal no preparados para responder a la demanda turística. Poca competitividad de planta turística en comparación a servicios externos. Empresarios turísticos con poca aceptación a la formalización a través de la normalización de sus servicios. Alta generación de emprendedores en el sector turístico.	competitivos en comparación servicios externos. Servicios turísticos formalizados para la actividad turística. Alta generación de emprendedores en el sector turístico.	Falta de visión turística empresarial para competir con servicios externos. Falta de servicios turísticos formalizados a través de la normalización y estándares de calidad de sus servicios. Falta integrar políticas de emergencias y protocolos de acción.	
Conciencia y Desarrollo Sostenible	Poca identidad etnográfica y de la valoración positiva de la idiosincrasia particular de la comunidad. Poco conocimiento sobre temas turísticos y sostenibilidad de los atractivos y recursos turísticos. Falta de concientización sobre temas turísticos y sostenibilidad de recursos naturales. Alto interés por temas sobre el turismo local por parte de la ciudadanía. Desconocimiento de pueblos originarios existentes en la comuna Existencia de costumbres y actividades culturales en la comuna. Desconocimiento de la actividad turística como desarrollo productivo. Falta de pertenencia en las nuevas generaciones. Recursos naturales poco	Habitantes de la comuna que manifiestan respeto y conocimiento por patrimonio cultural y natural de la comuna. Ciudadanos comprometidos con la sostenibilidad de los recursos naturales y culturales. Participación de la ciudadanía en actividades turísticas en la protección de la identidad etnográfica y aumento de la autoestima local. (ejemplos: reconocimiento de circuitos, capacitaciones, talleres). Conocimiento de los habitantes acerca de los pueblos originarios existente en la comuna. Existencia de costumbres y actividades culturales en la comuna. Creciente interés de la comunidad en temas turísticos locales. Reconocimiento del patrimonio	Falta proporcionar a la comuna una identidad propia. Falta de educación en la población sobre temas turísticos y pertenencia cultural. Falta de conocimiento por el patrimonio cultural y pueblos originarios de la comuna. Pérdida de los recursos tanto naturales como socioculturales, y que no son aprovechados para la actividad turística de la comuna. Falta potenciar políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Mantener los recursos potencialmente turísticos para el desarrollo de la actividad del turismo local.	Tener expresiones visuales, verbales y experiencias creadas a partir de una personalidad única que permita conseguir una imagen fuerte y reconocible. Desarrollo sostenible de las actividades en los atractivos naturales y culturales del territorio. Fomentar la educación sobre el patrimonio cultural y natural local, a la ciudadanía, organizaciones sociales y establecimiento educacionales.

	aprovechados, por la falta de información sobre los lugares potenciales para la actividad turística. Recursos naturales siendo impactados negativamente por la minería y la agroindustria. Perdida de patrimonio cultural, problemas de conservación en tradiciones, mitos y leyendas, como también en representantes etnográficos. La comuna cuenta con un alto nivel de recursos naturales y socioculturales potenciales para la actividad turística.	natural y cultural por parte de las nuevas generaciones. Recursos naturales aprovechados de manera sustentable con una adecuada identificación para ser considerados como atractivos turísticos. Recursos naturales protegidos y conservados para ser aprovechados en la actividad turística. Patrimonio sociocultural conservado con sus tradiciones, mitos y leyendas, como sus representantes etnográficos, protegidos y puestos en valor. Mantener la comuna un alto nivel de recursos naturales y socioculturales para ser aprovechados en la actividad turística.		
Fortalecimiento institucional	Poca normativa y fiscalización local dentro del sector turístico. Organismos públicos desarticulados para el desarrollo turístico. Priorización de las autoridades regionales y nacionales en otras actividades económicas. Alto interés de las administraciones locales y regionales para la creación de instrumentos de planificación para el desarrollo turístico.	Fiscalización y nuevas normativas dentro sectores públicos y privados a nivel local. Articulación y gestión entre los sectores públicos - privados para desarrollo turístico local. Generar alianzas estratégicas con la industria turística pública - privada en la región y nacional. Alto interés de la administraciones locales y regionales para la creación de planificación para el desarrollo	Falta de coordinación y articulación entre entidades públicas para desarrollar normativas y regulaciones para el desarrollo turístico. Baja priorización por parte de las máximas autoridades para desarrollar adecuadamente el turismo local. Falta de visión sobre el turismo como un factor de desarrollo económico por parte de las autoridades. Falta de planificación integral en la gestión del desarrollo	Mejorar las condiciones de desarrollo institucional, el ordenamiento y fiscalización de las actividades turísticas con protección al patrimonio cultural y natural.

		turístico.	turístico comunal.	
Fuente: Elaboración Propia.				

6.3 Definición de Lineamientos Estratégicos para el Desarrollo del Turismo.

Una vez desarrollado el proceso de determinación de brechas de las realidades actual y la esperada, se desprenden los lineamientos estratégicos de los diferentes ámbitos estratégicos para el desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca. Estos se detallan a continuación:

1. Fortalecimiento de la oferta turística a través de instrumentos y programas de fomento.
2. Desarrollo de productos turísticos (Potenciar, proteger y preservar la puesta en valor de los recursos turísticos)
3. Potenciar la cooperación entre actores relevantes, público y privados, para el desarrollo del turismo local.
4. Potenciar la promoción y posicionamiento de la comuna como destino turístico a través de actividades y sus atractivos turísticos a nivel comunal, regional, nacional e internacional.
5. Mejoramiento de la competitividad y calidad del servicio turístico
6. Fomentar la educación sobre el patrimonio cultural y natural local, a la ciudadanía, organizaciones sociales y establecimiento educacionales.
7. Desarrollo sostenible de las actividades en los atractivos naturales y culturales del territorio.
8. Mejorar las condiciones de desarrollo institucional, el ordenamiento y fiscalización de las actividades turísticas con protección al patrimonio cultural y natural.

Cada lineamiento estratégico desarrollado posee planes, programas o proyectos con sus diversas actividades y acciones, en la Tabla N° 46 se pueden apreciar estas acciones por cada lineamiento, y a su vez, estas acciones están relacionadas con metas, indicadores, responsables y fuentes de financiamientos, que se muestran desde la Tabla N° 47 hasta la Tabla N° 62 con sus respectivos tiempos de desarrollo graficados en cartas Gantt.

Tabla N° 46: Acciones para el Cumplimiento de los Lineamientos Estratégicos.

Área	Lineamientos estratégicos	Acciones
Inversión y Fomento Productivo	Fortalecimiento de la oferta turística a través de instrumentos y programas de fomento.	Gestión de proyectos para señaléticas turísticas.
		Gestión de capitales e inversionistas nacionales y extranjeros
		Implementación de planes de mejoras menores de las instalaciones turísticas (bienes de uso público)
		Fomentar la formalización de los servicios turísticos.
		Fomentar y gestionar accesibilidad y conectividad a los atractivos turísticos.
		Incentivar y fomentar la postulación a fondos públicos y privados.
	Desarrollo de productos turísticos (Potenciar, proteger y preservar la puesta en	Creación de programas para potenciar los atractivos turísticos de la comuna. (agropecuario, turismo rural, turismo gastronómico, turismo astronómico, turismo aventura).

	valor de los recursos turísticos)	Identificar nuevas zonas con recursos socioculturales y naturales que puedan ser utilizados para la actividad turística local.
		Puesta en valor de recursos turísticos, a través de la creación de rutas y circuitos turísticos.
	Potenciar la cooperación entre actores relevantes, público y privados, para el desarrollo del turismo local.	Generar plan de trabajo con agentes y/o actores del turismo local. (interna-comunal)
		Realización de programa para fortalecer el nivel de trabajo asociativo y proactivo entre organismos e instituciones públicas y privadas. Para la implementación del plan de acción. (nivel provincial y/o regional)
		Desarrollar programa de fortalecimiento de la identidad local.
		Desarrollo de programas turísticos sociales.
Promoción y Marketing	Potenciar la promoción y posicionamiento de las actividades y atractivos turísticos de la comuna a nivel local regional, nacional e internacional.	Elaborar plan de marketing para potenciar la promoción y posicionamiento de las actividades turísticas.
		Implementar y gestionar información turística a través de redes sociales y medios de comunicación locales.
		Desarrollo de marca o sello con identidad local de la comuna.
		Participación en ferias y workshops nacionales e internacionales.
		Elaboración de agenda promocional con costumbres, tradiciones y actividades turísticas
		Gestión de proyectos para promoción digital en sitios web, smartphone, avisaje online y/o Offline y código QR para empresarios turísticos.
		Establecer convenios con instituciones y/o organismos que desarrollen acciones promocionales del destino.
		Obtener sello de municipalidad turística.
		Mejoramiento de infraestructura para la entrega de información turística.
		Fomentar el registro a SERNATUR u otro organismo para la promoción de los servicios.
Capital Humano	Mejoramiento de la competitividad y calidad del servicio turístico	Diseño y ejecución Plan de capacitación al capital humano de las empresas turísticas.

		Gestión de capacitaciones para la obtención del sello Q para empresarios y servicios turísticos.
		Gestión y ejecución de becas de idiomas para atención a demanda extranjera.
		Capacitación de turismo dirigido al comercio de Salamanca.
Conciencia y desarrollo sostenible	Fomentar la educación sobre el patrimonio cultural y natural local en relación con la actividad turística para establecimientos educaciones y ciudadanía en general.	Generar y ejecutar programas de educación acerca del patrimonio sociocultural y natural en relación a la actividad turística para los establecimientos educacionales de la comuna.
		Promover y fomentar la concientización turística a través de capacitación a la población en general.
		Desarrollo de giras técnicas para crear incentivos sobre el desarrollo de la actividad turística.
	Desarrollo sostenible de las actividades en los atractivos naturales y culturales del territorio.	Potenciar políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
		Estudio de normativa vigente sobre protección del patrimonio natural y sociocultural para la sensibilización de la comuna y turistas.
		Diseño y ejecución de programa de conservación y protección del patrimonio natural y sociocultural actuales y potenciales.
		Diagnóstico y diseño de plan de manejo ambiental de atractivos turísticos en la comuna.
		Gestión de capacitación para la obtención del sello S para empresarios y servicios turísticos.
		Creación de ordenanzas enfocadas a la conservación y protección del medio ambiente en la comuna, para realizar actividades turísticas sustentables.
		Fomentar la utilización de medidas para controlar y reducir el consumo energético, hídrico y de residuos.
Fortalecimiento Institucional	Mejorar las condiciones de desarrollo institucional, el ordenamiento y fiscalización de las actividades turísticas.	Generar convenios de colaboración con entidades académicas regionales y nacionales para fomentar el desarrollo del turismo en la comuna.
		Ordenamiento y modificación de los derechos municipales referente al comercio formal e informal, para el fortalecimiento de la actividad turística de la comuna.
		Evaluación y creación de ordenanzas municipales locales para fomentar el desarrollo turístico de la comuna.
		Incorporación y participación en la asociación de municipios turísticos de Chile.
		Elaboración y puesta en marcha de barómetro turístico en la comuna de Salamanca.
		Creación de corporación de turismo para la comuna de Salamanca.

		Gestión de proyectos para ornamentación y embellecimiento para la comuna.
Fuente: Elaboración Propia.		

6.3.1 Matriz de Planificación para el Cumplimiento de Lineamientos Estratégicos.

Ya definidos y establecidos los lineamientos estratégicos y las acciones a realizar, mediante las siguientes tablas de darán a conocer las acciones a poner en ejecución, los cuales cuentan con los responsables de la actividad, un presupuesto definido y tiempo de realización que comenzara en la primera semana de aprobación y puesta en marcha del PLADETUR.

6.3.1.1 Matriz de Planificación para las Acciones de Cumplimiento de los Lineamientos Estratégicos.

Tabla N° 47: Lineamiento estratégico: Fortalecimiento de la Oferta Turística a través de Instrumentos y Programas de Fomento.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semanas]
Gestión de proyectos para señaléticas turísticas.	Generar y/o modificar señalética para mejorar la accesibilidad de rutas y atractivos turísticos.	Diagnóstico de señaléticas actuales en la comuna para el turismo.	Adjudicación de proyectos para la Instalación de Señalética en todas las zonas identificadas para el turismo.	Oficina de Turismo – Oficina de Tránsito Municipal – SECPLAN – DOM – SERNATUR.	$45.000.000	FNDR (FRIL) – (Proyectos) Aportes Privados.	1 a la 9
		Evaluación de diseño para señalética turística comunal.					1 a la 9
		Identificación de zonas para instalación de señalética.					5 a la 13
		Gestionar recursos para elaboración y/o compra de señalética.					9 a la 28

		Instalación de señalética en zonas identificadas para el desarrollo del turismo.					19 a la 53
Gestión de capitales e inversionistas nacionales y extranjeros	Incrementar los negocios, empresas y empleabilidad en torno al desarrollo del turismo local.	Investigación de opciones de financiamiento y actores relevantes que puedan contribuir a la captación de capitales para el turismo.	Adjudicación de un proyecto de inversión Turística anual. Aumento del 5% del empleo directo del sector turismo como porcentaje del empleo total del rubro Hotelero y Restaurant.	Oficina de Turismo y Oficina de Fomento Productivo Municipal – SECPLAN – SEREMI DE ECONOMIA – Gobernación Provincial.	$ 3.200.000	Aportes Municipales.	1 a la 53
		Generar reuniones técnicas con empresarios locales y autoridades para fomentar el turismo local.					1 a la 53
		Implementación de los proyectos de inversión por parte de las empresas u organismos interesados.					18 a la 209

Implementación de planes de mejoras menores de las instalaciones turísticas (Bienes de uso público).	Mejorar y potenciar la infraestructura turística para la demanda actual y potencial.	Captación de capital para la implementación de mejoras menores.	3 atractivos turísticos con mejoramientos en su infraestructura e instalaciones anualmente.	Oficina de Turismo Municipal – SECPLAN.	$ 27.000.000	FNDR – (proyectos) Aportes Privados.	1 a la 157
		Selección de atractivos turísticos que necesiten planes de mejoramiento.					10 a la 53
		Ejecución de planes de mejoras menores.					53 a la 157
Fomentar la formalización de los servicios turísticos.	Disminuir la informalidad de las actividades y servicios Turísticos en la comuna.	Catastro de los servicios informales existentes en la comuna. 25%	Disminución del 20% de empresas o emprendimientos informales.	Oficina de Turismo – Oficina de Fomento Productivo Municipal – CDN SERNATUR.	$ 1.600.000	Centro de desarrollo de Negocios (CDN) – Aportes Municipales	1 a la 9
		Identificar brechas y barreras para formalizar sus negocios.					1 a la 14
		Generar alianzas con Centro de Desarrollo de					14 a la 53

		Negocios (CDN) para ejecutar capacitaciones.					
		Elaboración y ejecución de programa de capacitación acerca de beneficios y obligaciones de la formalización.					10 a la 53
Fomentar y gestionar accesibilidad y conectividad a los atractivos turísticos.	Mejorar accesibilidad y conectividad en los diferentes atractivos turísticos de la comuna.	Catastro de accesos y conectividad de los atractivos turísticos.	Creación de un proyecto anual de mejoramiento de conectividad y accesibilidad para los atractivos turísticos	Oficina de Turismo Municipal – DOM – SECPLAN – SERVIU – MOP	$24.000.000	FNDR - Aporte Municipales – Aportes privados.	1 a la 14
		Gestionar e identificar financiamiento para realizar mejoras.					1 a la 18
		Gestionar e implementar mejoras con los servicios públicos y privados pertinentes.					23 a la 157
Incentivar y fomentar la postulación a fondos públicos y	Potenciar los servicios turísticos en el desarrollo de sus	Identificación de todos los programas o proyectos para el	Aumento del 20% de las postulaciones a proyectos	Oficina de Turismo - Oficina de Fomento	$45.000.000	SERCOTEC – FOSIS - CORFO – Aportes Privados.	1 a la 158

privados.	acciones, competitividad y calidad del servicio.	desarrollo de los servicios y emprendimientos en el área del turismo local.	turísticos en base a registro de años anteriores.	Productivo Municipal.			
		Elaboración de cartera con los proyectos que pueden ser utilizados por los servicios y emprendimientos .					1 a la 166
		Capacitación de los empresarios para fomentar las postulaciones a fondos públicos como privados.					10 a la 179
		Seguimiento y evaluación de las capacitaciones y proyectos postulados.					23 a la 209
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt de las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Fortalecimiento de la oferta turística a través de instrumentos y programas de fomento.

Tabla N° 48: Carta Gantt de Acciones.

Acción	Periodo																																															
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Gestión de señaléticas para atractivos turísticos.																																																
Gestión de capitales e inversionistas nacionales y extranjeros.																																																
Implementación de planes de mejoras menores de las instalaciones turísticas (acondicionamiento, ampliación, equipamiento).																																																
Fomentar la formalización de los servicios turísticos.																																																
Fomentar y gestionar accesibilidad y conectividad a los atractivos turísticos.																																																
Incentivar y fomentar																																																

la postulación a fondos públicos y privados.	

Tabla N° 49: Lineamiento Estratégico; Desarrollo de Productos Turísticos (Potenciar, proteger y preservar la puesta en valor de los recursos turísticos).

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semanas]
Creación de programa para potenciar los atractivos turísticos de la comuna (agropecuario, turismo rural, turismo gastronómico, turismo astronómico, turismo aventura).	Mejorar y desarrollar productos turísticos.	Identificación de atractivos y/o productos turísticos potenciales.	Creación del programa con productos turísticos.	Oficina de Turismo – Oficina de Prodesal Padis – Oficina de Fomento Productivo municipales.	$ 64.000.000	Aportes Municipales-FNDR – Aportes Privados.	1 a la 14
		Búsqueda de mecanismos para financiar el desarrollo turístico.					1 a la 9
		Reunión con actores relevantes del turismo y comercio local.					10 a la 18
		Elaboración de documento con programas para potenciar los atractivos turísticos.					14 a la 27
		Ejecución de Programa para desarrollar					27 a la 53

		productos turísticos.					
Identificar nuevas zonas con recursos socioculturales y naturales que puedan ser utilizados para la actividad turística local.	Potenciar el desarrollo turístico de la comuna a través de nuevas rutas y/o zonas para la actividad o atractivos turísticos.	Identificación de zonas para las actividades turísticas.	Creación de documento con la identificación de rutas o zonas potenciales.	Oficina de Turismo.	$ 1.600.000	Aportes Municipales – Aportes Privados.	1 a la 9
		Generar alianzas o acercamientos entre los profesionales de la oficina de turismo y agrupaciones y/o propietarios de potenciales zonas turísticas.					1 a la 18
		Elaboración de documento con las zonas para el desarrollo de la actividad turística.					10 a la 22
		Gestionar estudios de factibilidad para potenciales proyectos turísticos en zonas identificadas.					1 a la 22
Puesta en valor de recursos turísticos a través de la creación de rutas y circuitos	Aumentar la oferta de atractivos turísticos en la comuna.	Levantamiento de información de los recursos y servicios turísticos de la	Creación de plan de acción con rutas y/o circuitos turísticos.	Oficina de Turismo Municipal – SECPLAN – DISCOP	$27.000.000	FNDR – SERCOTEC – FOSIS – CORFO - Aportes Privados	54 a la 75

turísticos.		comuna.				- Aportes Municipales	.
		Identificación y caracterización de rutas y circuitos turísticos.					54 a la 70
		Identificación de los recursos para financiar puesta en valor.					54 a la 83
		Elaboración de Plan de acción con circuitos y rutas de atractivos turísticos					66 a la 83
		Implementación de plan de acción para la creación de nuevos circuitos y rutas.					84 a la 157
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt de las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Desarrollo de Productos turísticos (Potenciar, proteger y preservar la puesta en valor de los recursos turísticos).

Tabla N° 50: Carta Gantt de Acciones.

Acción	Periodo																																															
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Creación de programa para potenciar los atractivos turísticos de la comuna (agropecuario, turismo rural, turismo gastronómico, turismo astronómico, turismo aventura).																																																
Identificar nuevas zonas y/o rutas para los recursos socioculturales y naturales que puedan ser utilizados para la actividad turística local.																																																
Puesta en valor de recursos turísticos a través de la creación de rutas y circuitos turísticos.																																																

Tabla N° 51: Lineamiento Estratégico; Potenciar la Cooperación entre Actores Relevantes, Públicos y Privados para el Desarrollo del Turismo Local.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semanas]
Generar Plan de trabajo con agentes y/o actores del turismo local. (interna – comunal)	Potenciar la cooperación entre los agentes relevantes del turismo para el desarrollo de la actividad en la comuna de Salamanca.	Identificación de los actores relevantes que se desempeñen en la actividad turística de la comuna.	Creación de Plan de trabajo con actores relevantes.	Oficina de Turismo – Oficina de Fomento Municipal.	$1.600.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	23 a la 27
		Desarrollo de propuesta de Plan de trabajo con los agentes y actores relevantes de la actividad turística de la comuna.					28 a la 40
		Consolidación y presentación de propuesta del plan de trabajo a los agentes o actores					40 a la 44

		relevantes.					
		Ejecución de propuesta de Plan de trabajo a los agentes y actores relevantes.					44 a la 105
Realización de programa para fortalecer el nivel de trabajo asociativo y proactivo entre organismos e instituciones públicas y privadas para la implementación	Fortalecer las acciones de cooperación entre los distintos actores para el desarrollo del turismo en la comuna de Salamanca y/o Provincia del	Conformación de mesa de trabajo con profesionales y actores relevantes del turismo a nivel provincial o regional, públicos y privados.	Elaboración de programa para el fortalecimiento de trabajo asociativo y productivo.	Oficina de Turismo Municipal – SERNATUR - Gobernación Provincial – Organizaciones e instituciones privadas.	$2.700.000	Aportes Municipales.	23 a la 27

del plan de acción. (nivel provincial y/o regional)	Choapa.	Elaboración de programa para el fortalecimiento asociativo y productivo, a través de mesas de trabajo.					28 a la 40
		Presentación de programa de trabajo a los actores relevantes para modificaciones.					40 a la 44
		Gestionar la ejecución del programa de trabajo asociativo y productivo de los distintos actores relevantes del turismo.					45 a la 105
Desarrollar programa de fortalecimiento de la identidad	Potenciar la identidad local como eje central en el	Catastro de emprendedores con identidad local y con	Documento con programa para el fortalecimiento	Oficina de Turismo – Oficina de Fomento	$ 1.600.000	Aportes Municipales – Aportes	23 a la 31

local.	desarrollo del turismo de la comuna de Salamanca.	potencial desarrollo de la identidad local.	de la identidad local.	Productivo Municipal – SERNATUR		Privados.	
		Elaboración de mesa de emprendedores locales para el desarrollo de identidad local.					31 a la 40
		Elaboración de programa de fortalecimiento de la identidad local.					40 a la 53
		Ejecución de programa de fortalecimiento de la identidad local.					54 a la 66
Desarrollo de Programas Turísticos Sociales.	Disminuir la estacionalidad de la demanda e incentivar el turismo local en baja temporada nacional.	Identificación de actividades y servicios de la zona para potenciarlas en baja temporada nacional.	Ejecución de 2 tour por semestre en temporada baja.	Oficina de Turismo Municipal - SERNATUR.	$ 13.500.000	SERNATUR	1 a la 5

		Coordinación con servicios y profesionales del turismo para identificación y realización de programas para actividades turísticas.					5 a la 14
		Promoción de actividades y atractivos turísticos para baja temporada nacional.					14 a la 44
		Ejecución de programa sociales.					40 a la 96
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt con las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Potenciar la cooperación entre actores relevantes, públicos y privados para el desarrollo del turismo local.

Tabla N° 52: Carta Gantt con Acciones.

Acción	Periodo																																														
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Generar Plan de trabajo con agentes y/o actores del turismo local. (interna – comunal)																																																
Realización de programa para fortalecer el nivel de trabajo asociativo y proactivo entre organismos e instituciones públicas y privadas para la implementación del plan de acción. (nivel provincial y/o regional)																																																
Desarrollar programa de fortalecimiento de la identidad local.																																																
Desarrollo de Programas Turísticos Sociales.																																																

Tabla N° 53: Lineamiento Estratégico; Potenciar la Promoción y Posicionamiento de las Actividades y Atractivos Turísticos de la Comuna a Nivel Local, Regional, Nacional e Internacional.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semanas]
Elaborar plan de marketing para potenciar la promoción y posicionamiento de las actividades turísticas.	Tener una herramienta para potenciar la promoción y el posicionamiento del Turismo en la comuna.	Revisión e identificación de mecanismo de financiamiento.	Documento consolidado con el plan de marketing para la promoción y posicionamiento del turismo.	Oficina de Turismo Municipal.	$ 9.000.000	FNDR-CORFO –- Aportes Municipales – Aportes Privados	1 a la 14
		Postulación a los programas de financiamiento para el plan de marketing.					14 a la 27
		Gestión y elaboración de licitación.					27 a la 36
		Elaboración de Plan de marketing. 90%					36 a la 57
Implementar y gestionar información turística a través de redes sociales y medios de	Generar difusión de las actividades y atractivos turísticos de la comuna a	Identificación y selección de los medios de comunicación que puedan ser implementados	Número de anuncios en redes sociales y medios de comunicación.	Oficina de Turismo - Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones	$ 1.600.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	54 a la 66

comunicación locales.	través de diferentes medios de comunicación.	para la promoción de las actividades turísticas locales.		.			
		Recopilan de material para generar promoción a través de los medios de comunicación seleccionados.					66 a la 79
		Implementación y evaluación de la entrega de información.					79 a la 118
Desarrollo de marca o sello con identidad local de la comuna.	Generar marca o sello que identifique un desarrollo turístico unificado.	Realización de mesa de trabajo con profesionales municipales, SERNATUR y actores relevantes del turismo local.	Definición de marca o sello del turismo local de Salamanca.	Oficia de Turismo Municipal - Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones .	$ 3.200.000	Aportes Municipales.	1 a la 18
		Identificación de marca o sello para el turismo local.					18 a la 40

		Difusión y promoción de marca o sello seleccionado para el turismo local.					40 a la 209
Participación en ferias y workshops nacionales e internacionales.	Promocionar las actividades y atractivos turísticos de la comuna.	Identificación y levantamiento de información sobre ferias y workshops a nivel nacional e internacional.	2 participaciones anuales en ferias o workshops nacionales. 1 participación en ferias o workshops internacionales.	Oficina de Turismo Municipal - SERNATUR.	$ 8.000.000	SERNATUR - Aportes Municipales – Aportes Privados.	27 a la 36
		Búsqueda de mecanismos de financiamiento para la participación en ferias y workshops.					27 a la 36
		Elaboración de documento con fechas de talleres y workshops potenciales.					36 a la 40
		Participación en ferias y workshops nacionales e internacionales.					36 a la 209

Elaboración de agenda promocional con costumbres, tradiciones y actividades turísticas.	Identificar y potenciar las actividades socioculturales de la comuna.	Realización de reuniones con actores relevantes sobre actividades socioculturales de la comuna.	Agenda con costumbres, tradiciones, representantes y pueblos originarios de la comuna.	Oficina de Turismo Municipal - Oficina de Cultura Municipal – departamento de relaciones públicas y comunicación.	$ 3.200.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	54 a la 61
		Recopilación e identificación de costumbres, tradiciones, representantes socioculturales y pueblos originarios.					62 a la 75
		Elaboración de agenda con costumbres, tradiciones, representantes etnográficos y pueblos originarios.					75 a la 96
Gestión de proyectos para promoción digital en sitios web, smartphones, avisajes online y/o offline y código	Reducir brecha digital para aumentar llegada de turistas a la comuna.	Diagnóstico de la oferta turística en relación a promoción digital.	Aumentar en un 30% de la promoción en las empresas identificadas.	Oficina de Turismo Municipal.	$ 9.000.000	SERCOTEC – CORFO – Aportes privados.	23 a la 36

QR para empresarios turísticos.		Identificación de los mecanismos de promoción que se adapten mejor para potenciar la actividad turística local.					31 la 36
		Fomentar y apoyar en la postulación a proyectos					36 a la 209
		Seguimiento y evaluación de los mecanismos de promoción.					36 a la 209
Establecer convenios con instituciones y/o organismos que desarrollen acciones promocionales del destino.	Fortalecer acuerdos y alianzas que unifiquen el mensaje de promoción del destino.	Identificación de organismos e instituciones que desarrollen acciones promocionales.	Elaboración de documento con acuerdo o convenio establecidos	Oficina de Turismo Municipal-Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones.	$ 1.600.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	62 a la 66

		Generar reuniones con actores identificados y presentación de propuesta de promoción					66 a la 75
		Definición de acuerdos establecidos.					75 a la 83
Obtener sello de municipalidad Turística.	Reconocimiento regional y nacional como destino turístico.	Desarrollar todos los requerimientos establecido para obtención de reconocimiento.	Obtención sello Municipalidad Turística	Oficina de Turismo – oficinas Municipales	$ 2.400.000	Aportes Municipales	106 a la 157
Mejoramiento de infraestructura para la entrega de información turística.	Facilitar y aumentar la entrega de información turística.	Análisis del interior y exterior del módulo.	Creación de nuevos puntos de información y/o mejoras de la infraestructura actual de entrega de información turística.	Oficina de Turismo Municipal-SECPLAN-Dirección de Obras Municipales.	$ 22.500.000	FNDR	106 a la 110
		Análisis de creación de nuevos puntos de información turística en la comuna.					106 a la 110
		Análisis de modificaciones factibles.					110 a la 114

		Postular a fondos para financiar mejoras.					114 a la 157
		Implementar mejoras y/o cambios en la infraestructura de entrega de información.					127 a la 179
Fomentar el registro en SERNATUR u otros organismos para la promoción de los servicios.	Aumentar el registro e inscripción y de empresas turísticas en diferentes organismos de promoción.	Gestionar la inscripción del 100% de los servicios de alojamiento en SERNATUR.	Número de empresas asociadas o inscritas en organismos e instituciones de promoción.	Oficina de Turismo Municipal	$ 1.600.000	Aportes Municipales	54 a la 122
		Fomentar la inscripción de servicios de alimentación en SERNATUR.					62 a la 66
		Gestionar la asociación de los servicios turísticos en organismos e instituciones turísticas.					66 a la 79
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt con las acciones para cumplir con el Lineamiento Estratégico: Potenciar la promoción y posicionamiento de las actividades y atractivos turísticos de la comuna a nivel local regional, nacional e internacional.

Tabla N° 54: Carta Gantt con Acciones.

Acción	Periodo																																															
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Elaborar plan de marketing para potenciar la promoción y posicionamiento de las actividades turísticas.																																																
Implementar y gestionar información turística a través de redes sociales y medios de comunicación locales.																																																
Desarrollo de marca o sello con identidad local de la comuna.																																																
Participación en ferias y workshops																																																

nacionales e internacionales.																																																
Elaboración de agenda promocional con costumbres, tradiciones y actividades turísticas.																																																
Desarrollo de promoción digital en sitios web, smartphones y avisajes online y/o offline y código QR a empresarios turísticos.																																																
Establecer convenios con instituciones y/o organismos que desarrollen acciones promocionales del destino.																																																
Obtener sello de municipalidad Turística.																																																
Mejoramiento de infraestructura para la entrega de información turística.																																																
Fomentar el registro en SERNATUR u otros organismos para la promoción de los servicios.																																																

Tabla N° 55: Lineamiento Estratégico; Mejoramiento de la Competitividad y Calidad del Servicio Turístico.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semanas]
Diseño y ejecución de Programa de capacitación al capital humano de las empresas turísticas.	Mejorar la calidad y competitividad del servicio.	Realización de diagnóstico de la calidad del servicio en cada establecimiento.	Número de empresas y personas capacitadas.	Oficina de Turismo – Oficina de Fomento Productivo municipal.	$2.400.000	Aportes Municipales – Aportes Privados.	1 a la 27
		Identificación brechas de los servicios analizados y elaborar contenidos para las capacitaciones.					9 a la 27
		Elaboración de programa de Capacitación.					27 a la 40
		Ejecución de programa de capacitaciones a los servicios de la oferta turística.					40 a la 96

Gestión de capacitaciones para la obtención de sello Q para empresarios y servicios turísticos.	Mejorar los estándares de calidad y la competitividad de los servicios turísticos.	Realización de campaña de promoción de certificación.	Cantidad de empresas capacitadas para obtener certificación sello Q.	Oficina de Turismo Municipal - SERNATUR.	$ 2.400.000	Aportes Municipales	27 a la 40
		Identificación de los servicios interesados en incorporar certificado.					27 a la 40
		Gestión de capacitaciones para optar a la certificación sello Q.					31 a la 53
		Identificación fuentes de financiamiento.					36 a la 53
		Apoyo en postulación de proyectos para adquirir certificación.					54 a la 70
Gestión y ejecución de becas de idiomas para atención a demanda extranjera.	Mejorar la calidad del servicio y expandir el mercado objetivo.	Elaboración de catastro de los servicios que tienen personal con estudios en idiomas.	Número de personal del servicio turístico con certificación en idiomas.	Oficina de turismo - Oficina de Fomento Productivo municipal	$4.000.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	36 a la 49

		Gestión de beca o curso de idioma extranjero.					49 a la 57
		Apoyo en la postulación de becas.					58 a la 70
Capacitación de turismo dirigida al comercio de Salamanca.	Capacitar al comercio local acerca de la importancia del turismo como actividad económica.	Diagnóstico del nivel de conocimiento del turismo.	Número de empresarios capacitados.	Oficina de Turismo - Oficina de Fomento Productivo Municipal - SERNATUR.	$ 1.600.000	Aportes Municipales	66 a la 75
		Elaboración de programa de capacitaciones.					79 a la 96
		Gestión de capacitaciones.					106 a la 122
		Ejecución de Programa de capacitaciones.					114 a la 140
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt con las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Mejoramiento de la competitividad y calidad del servicio turístico.

Tabla N° 56: Carta Gantt con Acciones.

Acción	Periodo																																															
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Diseño y ejecución de Programa de capacitación al capital humano de las empresas turísticas.																																																
Gestión de capacitaciones para la obtención de sello Q para empresarios y servicios turísticos.																																																
Gestión y ejecución de becas de idiomas para atención a demanda extranjera.																																																
Capacitación de turismo dirigida al comercio de Salamanca.																																																

Tabla N° 57: Lineamiento Estratégico; Fomentar la Educación sobre el Patrimonio Cultural y Natural Local en Relación con la Actividad Turística para establecimientos educaciones y ciudadanía en general.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semana]

Generar y ejecutar programa de educación acerca del patrimonio sociocultural y natural en relación a la actividad turística para los establecimientos educacionales de la comuna.	Desarrollar competencias y fomentar el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos sustentables en la comuna como estrategia de crecimiento.	Investigación sobre factibilidad de carreras técnicas de turismo en establecimientos educacionales de la comuna.	Ejecutar el programa educacional acerca de turismo en establecimientos educacionales.	Oficina de Turismo Municipal – DAEM.	$ 4.500.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	62 a la 70
		Coordinación de mesa de trabajo con directores de establecimientos educacionales, oficinas municipales y actores relevantes del turismo.					66 a la 79
		Elaboración y desarrollo de programa de educación sobre turismo en establecimientos educacionales.					79 a la 101
		Ejecución de programa de educación.					106 a la 209

Promover y fomentar la concientización turística a través de capacitación a la población en general.	Generar conocimiento sobre turismo a la comunidad local.	Búsqueda de mecanismos de financiamiento para capacitaciones a la población.	Registro de asistencia de participantes de capacitaciones.	Oficina de Turismo – Oficina de Cultura Municipal - SERNATUR	$ 4.000.000	Aportes Municipales – Aportes Privados	1 ala 18
		Desarrollo de calendario con las capacitaciones que se realizarán a la población de la comuna.					18 a la 22
		Ejecución de las capacitaciones a la población en general de la comuna de Salamanca.					23 a la 209
Desarrollo de giras técnicas para crear incentivo sobre el desarrollo de la actividad turística.	Visitar emprendimientos y empresas turísticas exitosas en otras comunas de Chile.	Identificación de zonas de interés turístico para realizar giras técnicas.	Ejecución de una gira técnicas anual a distintas zonas turísticas del país.	Oficina de Turismo – Oficina de Fomento Productivo Municipal – SERNATUR.	$ 9.000.000	FNDR – CORFO – Aportes Municipales – Aportes Privados	18 a la 27

		Gestión con municipios de la región y a nivel nacional con zonas de interés turístico, para convenios de cooperación.					18 a la 31
		Búsqueda de formas de financiamiento para realizar giras técnicas.					18 a la 27
		Ejecución de giras Técnicas a zonas de interés turístico.					23 a la 209
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt con las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Fomentar la educación sobre el patrimonio cultural y natural local en relación con la actividad turística para establecimientos educaciones y ciudadanía en general.

Tabla N° 58: Carta Gantt con acciones.

Acción	Periodo																																															
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Generar y ejecutar programa de educación acerca del patrimonio sociocultural y natural en relación a la																																																

actividad turística para los establecimientos educacionales de la comuna.	
Promover y fomentar la concientización turística a través de capacitación a la población en general.	
Desarrollo de giras técnicas para crear incentivo sobre el desarrollo de la actividad turística.	

Tabla N° 59: Lineamiento estratégico; Desarrollo sostenible de las actividades en los atractivos naturales y culturales del territorio.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución [semanas]
Potenciar políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Orientar, educar y fomentar el desarrollo de RSE en empresas turísticas.	Investigación bibliográfica de RSE aplicable al sector turismo.	Número de empresarios capacitados	Oficina de Turismo – Oficina de Fomento productivo Municipal.	$ 4.000.000	FNDR - Aportes Municipales – Aportes Privados.	106 a la 118
		Identificar fuentes de financiamiento.					106 a la 118
		Elaboración de Guía de RSE para empresario turísticos. 30%					122 a al 131

		Generar campaña de promoción. 30%					122 a la 149
		Realizar capacitaciones a empresarios.					149 a la 209
Estudio de normativa vigente sobre protección del patrimonio natural y sociocultural, para sensibilización de la comuna y turistas.	Determinar las normativas vigentes para sensibilizar a la comunidad y turistas.	Búsqueda de normativas vigentes nacionales e internacionales sobre protección del patrimonio natural y sociocultural.	Identificación de Normativas aplicables a la protección del patrimonio natural y sociocultural. Ejecución de campaña de sensibilización .	Oficina de Turismo - Oficina de Gestión Ambiental Municipal.	$1.600.000	Aportes Municipales	23 a la 36
		Análisis de las normativas identificada, aplicables para la protección del patrimonio natural y sociocultural					23 a la 40
		Generar campaña de sensibilización para la protección.					26 a la 53

Diseño y ejecución de programa de conservación y protección del patrimonio natural y sociocultural actuales y potenciales.	Proteger de forma efectiva los recursos naturales y socioculturales de la comuna para el desarrollo del turismo en el futuro.	Búsqueda de mecanismos de financiamiento para diseñar y ejecutar programa de conservación y protección.	Ejecución de programa de conservación y protección del patrimonio natural y socio cultural.	Oficina de Turismo - Oficina de Gestión Ambiental - Oficina de Cultura. Municipal.	$ 45.000.000	FNDR- Aportes Municipales- Aportes Ministerio Medio Ambiente	1 a la 14
		Levantamiento de información e identificación de los componentes ambientales con potencial turístico.					14 a la 27
		Elaboración de programa con acciones para la conservación y protección de los componentes naturales y socioculturales.					27 a la 44
		Ejecución de programa con acciones para la conservación y protección.					45 a la 209

Diagnóstico y diseño de plan de manejo ambiental de atractivos turísticos de la comuna.	Mejorar y proteger los componentes ambientales de los atractivos turísticos.	Búsqueda de mecanismos de financiamiento para diseñar y elaborar plan de manejo ambiental.	Documento con plan de manejo de los atractivos turísticos	Oficina de Turismos - Oficina de Gestión Ambiental. Municipal-	$ 4.500.000	FNDR - Aportes Ministerio del Medio ambiente.	54 a la 66
		Levantamiento de información en terreno de la situación actual de los componentes ambientales de los atractivos de la comuna.					54 a la 70
		Elaboración de diagnóstico de la situación actual de los componentes ambientales y ecosistemas de los atractivos naturales.					54 a la 70

		Elaboración del plan de manejo para mejorar y conservar los componentes ambientales y su interacción con los turistas.					70 a la 209
Gestión de capacitaciones para la obtención de sello S para empresarios y servicios turísticos.	Mejorar los estándares de calidad y sustentabilidad de los servicios turísticos.	Realización de campaña de promoción de certificación.	Cantidad de empresas capacitadas para la obtención de certificación sello S.	Oficina de Turismo Municipal - SERNATUR	$ 2.700.000	CORFO – Aportes Privados	18 a la 36
		Identificación de los servicios interesados en incorporar certificado.					18 a la 40
		Gestión de capacitaciones para optar a la certificación sello S.					41 a la 53
		Identificación fuentes de financiamiento.					53 a la 56
		Apoyo en postulación de proyectos para adquirir certificación.					62 a la 79

Creación de ordenanzas enfocadas a la conservación y protección del medio ambiente para realizar actividades turísticas sustentable.	Mejorar las normativas locales para potenciar el desarrollo del turismo sustentable en la comuna.	Levantamiento de información de las normativas locales sobre protección del medio ambiente.	Creación de ordenanza sobre la protección y conservación del medio ambiente para desarrollar actividades turísticas.	Oficina de Turismo – Oficina de Gestión Ambiental Municipal.	$ 2.400.000	Aportes Municipales	71 a la 83
		Identificación de ordenanzas enfocadas a la conservación y protección del medio ambiente.					75 a la 88
		Creación de ordenanza ambiental si es necesario para la protección y conservación del medio ambiente.					88 a la 105
		Generar instancia participativa con la comunidad.					106 a la 118
		Aprobación de ordenanzas sobre la protección del medio ambiente.					118 a la 127

Fomentar la utilización de medidas para controlar y reducir el consumo energético, hídrico y de residuos.	Aumentar la utilización de métodos de control y reducción del consumo energético, hídrico y de residuos.	Identificación y postulación a fondos concursables para la incorporación de tecnologías	Número de empresas con sistema de reducción del consumo energético, hídrico y de residuos.	Oficina de Turismo - Oficina de Gestión Ambiental Municipal	$ 4.000.000	CORFO - FPA Aportes Municipales – Aportes Privados	5 a la 27
		Elaboración de guía con bunas practicas medio ambientales para minimizar los recursos naturales y reducir los residuos en los atractivos turísticos.					23 a la 40
		Desarrollar capacitaciones de buenas prácticas ambientales para las empresas turísticas.					41 a la 209
		Apoyo en postulación de proyectos para implementación de tecnologías.					41 a la 209
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt con las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Desarrollo sostenible de las actividades en los atractivos naturales y culturales del territorio.

Tabla N° 60: Carta Gantt con acciones

Acción	Periodo																																							
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Potenciar políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)																																															
Diseño y ejecución de programa de conservación y protección del patrimonio natural y sociocultural actuales y potenciales.																																															
Diagnóstico y diseño de plan de manejo ambiental de atractivos turísticos de la comuna.																																															
Gestión de capacitaciones para la obtención de sello S para empresarios y servicios turísticos.																																															
Creación de ordenanzas enfocadas a la conservación y protección del medio ambiente para realizar actividades turísticas sustentable.																																															

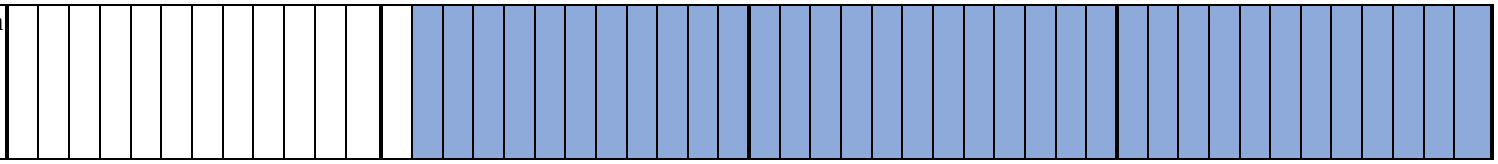
Fomentar la utilización de medidas para controlar y reducir el consumo energético, hídrico y de residuos.	

Tabla N° 61: Lineamiento estratégico; Mejorar las condiciones de desarrollo institucional, el ordenamiento y fiscalización de las actividades turísticas.

Actividad	Objetivo	Tareas	Indicador	Responsables	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Periodo de ejecución
Generar convenios de colaboración con entidades académicas regionales y nacionales para fomentar el desarrollo del turismo en la comuna.	Potenciar el desarrollo turístico a través de estudios, capacitaciones y proyectos.	Catastrar las entidades académicas existentes en la región de Coquimbo, Valparaíso y metropolitana.	Generación de un plan de trabajo colaborativo con institución.	Oficina de Turismo Municipal.	$9.000.000.-	FNDR – SERNATUR	54 a la 66
		Identificación de organismos o instituciones que generen proyectos para instituciones académicas o municipalidades.					62 a la 70
		Generar una propuesta de alianza estratégica con instituciones académicas.					62 a la 92
		Firma de convenio e implementación					88 a la 157

		de plan de trabajo.					
Ordenamiento y modificación de los derechos municipales referente al comercio formal e informal, para el fortalecimiento de la actividad turística en la comuna.	Potenciar el comercio formal e incentivar la regularización del comercio informal, fomentando la calidad de los emprendimientos.	Catastrar el comercio formal e informal de la comuna.	Elaboración de plan de trabajo y aplicación de normativas para disminución de emprendimientos informales.	Oficina de Turismo y Fomento Productivo – oficina de Rentas Municipales.	$2.400.000.-	Aportes Municipales	71 a la 79
		Generar reuniones con oficinas municipales para elaborar plan de trabajo con problemáticas y soluciones.					75 a la 83
		Generar normativas municipales acordes a las necesidades.					79 a la 105
		Generar mesa de trabajo con emprendimientos formales e informales.					79 a la 88
		Implantación de normativas y plan de trabajo.					106 a la 209
Crear comité de turismo o mesa de trabajo interna del municipio incorporando directores y/o concejales.	Fomentar la cohesión interna del municipio informando e impulsando la importancia del turismo para el desarrollo económico local.	Identificar las áreas que deben estar en la mesa de trabajo.	Creación de Comité de Turismo Municipal	Oficina de Turismo Municipal	$800.000.-	Aportes Municipales SERNATUR –	27 a la 31
		Realizar un diagnóstico a los integrantes de la mesa, en relación al conocimiento que tienen en el					32 a la 36

		área del turismo.					
		Generar un plan de trabajo incorporando acciones que fortalezcan el turismo en las diferentes áreas del Municipio.					36 a la 53
		Implementación de plan de trabajo Municipal.					54 a la 209
Evaluación y creación de ordenanzas municipales locales para fomentar el desarrollo turístico de la comuna.	Mejorar la imagen y competitividad, optimizando las condiciones económicas, sociales y ambientales de la comuna.	Creación de equipo motor municipal, liderada por Coordinador Municipal Turístico, profesionales de apoyo técnico del área legal y urbanística del municipio.	Elaboración de Ordenanza Turística Municipal.	Oficina de turismo – oficinas municipales relacionadas.	$3.200.000.-	Aportes Municipales	79 a la 88
		Elaborar Documento considerando las brechas existentes en el desarrollo del turismo a nivel comunal.					84 a la 105
		Crear instancia de gestión participativa con los empresarios turísticos y					84 a la 105

		comunidad local.					
		Elaboración de una Ordenanza de Turismo Municipal.					106 a la 131
		Aprobación de una Ordenanza de turismo Municipal.					106 a la 135
Incorporación y participación en la asociación de Municipios Turísticos de Chile.	Generar alianzas estratégicas con municipios que buscan desarrollar el turismo como fuentes de ingresos para sus habitantes. Tener posicionamiento y una imagen positiva como municipio activo en el ámbito turístico nacional.	Identificar financiamiento para ser parte de la asociación de municipalidades turísticas.	Incorporarse a la asociación de municipalidades Turísticas.	Oficina de Turismo Municipal.	$1.600.000	Aportes Municipales – Aportes Privados.	54 a la 66
		Estudiar y analizar plan de trabajo y beneficios de ser parte de la asociación.					62 a la 75
		Incorporarse a la asociación de municipalidades turísticas de Chile					75 a la 92

Elaboración y puesta en marcha de barómetro turístico en la coma de Salamanca.	Implementar una herramienta estadística permitiendo así servir de insumo en la toma de decisiones, ya sea en el ámbito público como en el sector privado.	Identificar existencia de información estadística turística comunal y/o regional.	Documento con información estadística comunal.	Oficina de turismo – SERNATUR.	$4.000.000	Aportes Municipales – Aportes Privados.	27 a la 40
		Elaborar o Gestionar un mecanismo de información turística local.					40 a la 66
		Generar alianzas con organismos relacionados públicos y privados.					58 a la 66
		Aplicación de Sistema de información turística comunal.					66 a la 79
Creación de corporación de turismo para la comuna de Salamanca.	Canalizar recursos para potenciar el desarrollo turístico de la comuna.	Identificar procedimiento legal para la creación de una corporación de Turismo.	Creación de la corporación de Turismo.	Oficina de Turismo Municipal	$2.400.000	Aportes Municipales	27 a la 40
		Gestionar procedimientos legales u otros					40 a la 53
		Creación de la corporación de turismo.					54 a la 66
Gestión de Proyectos para ornamentación y embellecimiento	Mejorar la imagen y atractivo turístico de la comuna.	Generar mesa técnica con áreas municipales relacionadas.	Postular a 2 proyectos anuales.	Oficina de turismo – DISCOP	$13.500.000.-	FNDR – Aportes Públicos – Aportes Privados	27 a la 31

de la comuna.		Identificación de fuentes de financiamiento.					1 a la 31
		Postulación a fondos públicos y/o privados.					14 a la 209
		Ejecución de proyectos para el embellecimiento u ornamentación de espacios.					36 a la 209
Fuente: Elaboración Propia.							

Carta Gantt con las acciones para el cumplimiento del Lineamiento Estratégico: Mejorar las condiciones de desarrollo institucional, el ordenamiento y fiscalización de las actividades turísticas.

Tabla N° 62: Carta Gantt con acciones.

Acción	Periodo																																			
	1												2												3												4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Generar convenios de colaboración con entidades académicas regionales y nacionales para fomentar el desarrollo del turismo en la comuna.																																															
Ordenamiento y modificación de los derechos municipales referente al comercio formal e informal, para el fortalecimiento de la actividad turística en la comuna.																																															

Crear comité de turismo o mesa de trabajo interna del municipio incorporando directores y/o concejales.																																																
Evaluación y creación de ordenanzas municipales locales para fomentar el desarrollo turístico de la comuna.																																																
Incorporación y participación en la asociación de Municipios Turísticos de Chile.																																																
Elaboración y puesta en marcha de barómetro turístico en la coma de Salamanca.																																																
Creación de corporación de turismo para la comuna de Salamanca.																																																
Gestión de Proyectos para ornamentación y embellecimiento de la comuna.																																																

6.4 Presupuesto para el Cumplimiento de los Lineamientos Estratégicos.

El Pladetur debe incluir un plan de financiamiento que permitirá describir cuáles van a ser las fuentes de financiación para la ejecución de las actividades y estrategias planificadas. Por lo tanto el presupuesto se divide en tres fuentes de financiamiento; presupuesto municipal, presupuesto en alianza con privados y por último el presupuesto que estará sujeto a postulación de proyectos a fondos externos.

6.4.1 Presupuesto Total.

El presupuesto total del Pladetur se puede observar en la siguiente tabla, el que se divide en los cuatro años de ejecución del plan.

Presupuesto total	**Presupuesto periodo**			
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**
$448.600.000	$155.945.000	$113.965.000	$101.965.000	$76.725.000

6.4.2 Presupuesto según gestión Municipal.

La presente tabla muestra el presupuesto que se financiará por parte de la Municipalidad de Salamanca, desglosado en los cuatro años que desarrollaran las acciones establecidas en la matriz de planificación, el cual detalla cada actividad.

Presupuesto total	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**
$128.000.000	$ 30.000.000	$ 35.000.000	$ 33.000.000	$ 30.000.000

6.4.3 Presupuesto según Gestión de Proyectos.

La siguiente tabla detalla el presupuesto que se financiara a través de gestión de proyectos, segregado en los cuatro años.

Presupuesto total	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**
$259.200.000	$ 96.525.000	$ 56.625.000	$ 62.925.000	$ 43.125.000

6.4.4 Presupuesto Según Aportes Privados.

El presupuesto según aportes de privados, está sujeto a las alianzas que se puedan generar con el sector, y considerando el contexto que Salamanca presenta en su relación con la Fundación Minera los Pelambres, es factible y necesario incluir al sector privado como parte de las fuentes de financiamientos del presente Pladetur, lo que permitirá el desarrollo de la comuna en el área del turismo generando importantes beneficios para sus ciudadanos.

Presupuesto total	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**
$61.000.000	$ 29.420.000	$ 22.340.000	$ 6.040.000	$ 3.600.000

6.5 Sistema de Seguimiento.

Para que las estrategias propuestas y por ende las acciones en el Plan de Estratégico de Turismo (PLADETUR) sean ejecutadas de la mejor forma, es necesario que los responsables de cada acción hagan un trabajo de monitoreo (seguimiento), acción que proporcionará la información que permitirá seguir el avance de los programas, tareas, estudios y otras actividades, esto con el fin de adoptar medidas destinadas a identificar falencias y aplicar medidas correctivas. La evaluación por su parte, hace posible conocer sistemática y objetivamente la pertinencia, eficacia y eficiencia de las actividades desarrolladas y sus efectos e impactos sobre los beneficiarios.

El seguimiento del desarrollo del PLADETUR, lo realizará la mesa de turismo con sus respectivas comisiones. Se conforma a partir de los servicios públicos, municipio, asociaciones gremiales, ONG, entre otros, que con financiamiento propio y/o objetivos establecidos, se encuentran relacionados con la comuna de Salamanca, los cuales se coordinarán directamente con el directorio de la mesa de turismo, canalizando temas pertinentes al desarrollo turístico, proponiendo metodologías, focalizando los recursos y visualizando escenarios para las futuras intervenciones.

También se debe realizar una aplicación y adaptación a la realidad comunal al modelo de gestión de destinos turísticos, partiendo con el compromiso de todos los funcionarios y trabajadores en general del municipio, seguido por los empresarios turísticos y posteriormente la comunidad, todos quienes deben tener conciencia del gran potencial que poseen, cuidarlo, protegerlo, conservarlo y aprovecharlo, siguiendo la senda de ser reconocida al corto plazo como una comuna turística.

Por consiguiente, la ejecución del plan de desarrollo turístico comunal debe contemplar un sistema de control y evaluación, que permita retroalimentar, asegurar la vigencia del plan y el desarrollo turístico comunal.

El control y evaluación del plan se realizará de forma participativa y se tomarán como base de crecimiento turístico, índices que puedan ser comparables a escala local, regional y nacional.

6.5.1 Estructura de Control de Gestión.

La estructura de control de gestión para la implementación del plan, se describen a continuación:

Mesa de Turismo de Salamanca, con el fin establecer un desarrollo integral y sustentable del turismo en el destino y fomentar el desarrollo económica, ambiental y sociocultural de la comuna, se establecerá una mesa de coordinación y articulación entre distintas instituciones público-privadas afines al desarrollo turístico de la comuna. La que estará constituida específicamente por los siguientes integrantes:

- Representantes de la I. Municipalidad

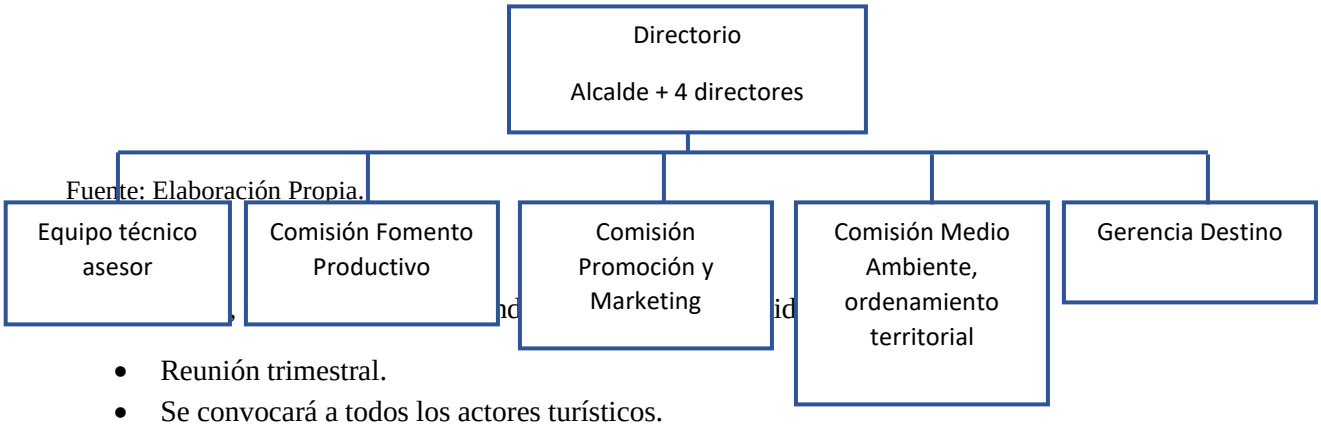
    - Oficina de turismo,
    - Oficina de cultura,
    - Oficina de medioambiente,
    - Oficina de planificación,
    - Entre otros.

- Representante de la red de turismo.
- Representantes del Sector Agrícola.
- Representantes de Mineras.
- Representantes de los empresarios de turismo y comerciantes, quienes como requisito deben estar formalizados con iniciación de actividades y patentes municipales al día.
- Representante de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos.
- Representante de las Asociaciones Indígenas.
- Representante de la agrupación de artesanos.
- Representantes de los servicios de transporte.

La estructura de la mesa de turismo se integrará por un directorio, gerencia del destino, comisión de trabajo y un equipo técnico asesor, a continuación, se detallan las características de cada uno de ellos:

- El Directorio: Integrado por el presidente y cuatro directores, los que corresponden a cada uno de los directores responsables de las comisiones de trabajo.
- Gerencia del Destino: Dirección encargada de coordinar, ayudar a convocar y gestionar y asesorar técnicamente las actividades propias de la mesa de turismo, sus comisiones, y las sesiones directivas.
- Las Comisiones de Trabajo: Están conformadas por todas aquellas instituciones o personas de mayor vínculo o más interesadas en cada una de las siguientes áreas de Trabajo.
    - Comisión de Fomento Productivo: abarcará todo lo que se relacione con potenciar la oferta turística y su interacción con los servicios complementarios y el comercio local.
    - Comisión de Promoción y Marketing: abarcará todo lo que se relacione con la difusión y promoción de actividades, eventos y atractivos turísticos en la comuna, tanto en zona urbana como rural.
    - Comisión de Productos y Servicios Turísticos: abarcará todo lo que se relacione con la oferta, producción y calidad de los productos y servicios turísticos.
    - Comisión de Medioambiente, Ordenamiento Territorial e Indicadores: abarcara todo lo que se relacione con los recursos naturales su protección, conservación e interacción con la actividad turística.
- Equipo Técnico Asesor: Este equipo asesora a la mesa de turismo asistiendo competentemente al directorio de la mesa y a sus Comisiones Temáticas actuales y futuras proponiendo metodologías de trabajo sistemático para cada una de ellas. El Esquema N° 5 representa la estructura de la mesa de turismo para el desarrollo del turismo de la comuna.

Esquema N° 5: Estructura de la Mesa para el Desarrollo del Turismo.



Fuente: Elaboración Propia.

- Reunión trimestral.
- Se convocará a todos los actores turísticos.
- Se darán a conocer los resultados de los indicadores.
- Se darán a conocer las acciones comenzadas en el año y sus respectivos avances.
- Se presentarán cambios en el PLADETUR.
- Se recibirán nuevas propuestas.
- Se organizarán y planificarán los esfuerzos promocionales turísticos comunales.
- Se analizarán las alianzas estratégicas entre el sector público como privado.

6.5.2 Indicadores.

Los indicadores establecidos en la matriz de los lineamientos estratégicos en el apartado anterior, están enfocados en el impacto interno del turismo y a la comparación de la realidad regional y nacional. Estos deben dar cuenta del grado de avance en la implementación de los proyectos, programas y tareas considerados en el plan, serán de orden cuantitativos y cualitativos, y estarán destinados a medir los resultados tanto de la gestión global de la oficina de turismo, en cuanto a la implementación de los programas y proyectos en su conjunto, como el grado de avance en la implementación individual de cada uno de los distintos proyectos y programas del plan.

Entre los indicadores que se utilizarán para medir el impacto del turismo en la comuna son los siguientes:

- Monto de inversión anual en proyectos turísticos comunales.
- Personal empleado en el sector productivo (local y foráneo).
- Aumento o decrecimiento comunal de los ingresos percibidos por turismo.
- Incremento o declinación de los flujos turísticos.
- Gasto promedio del turista.
- Promedio de Estadía.
- Tipo de alojamiento turístico utilizado.
- Origen de los turistas.
- Medio de información que motivó la visita.
- Tendencia de los mercados.

6.6 Integración del Plan a los Mecanismos y Procesos Operativos de los Municipios que Integran el Destino.

En esta etapa del proceso es importante involucrar a cada funcionario municipal en los contenidos del plan, por cuanto la fase de implementación deberá considerar diferentes mecanismos y procesos operativos de la gestión municipal.

La implementación y especialmente el seguimiento requieren la vinculación directa entre el plan y los distintos instrumentos de planificación y administración que rigen al municipio (PLADECO, Planes Reguladores, ordenanzas locales, etc.), pero es en el presupuesto donde se debe asegurar recursos para las distintas etapas de diseño y ejecución. En otras palabras, la formulación del plan es sólo una parte del proceso, pero su integración dentro de los sistemas de gestión es tanto o más importante que la anterior.

Por supuesto que las acciones programadas deberán concordarse dentro de las políticas, planes y ordenanzas municipales a objeto de velar por la total coherencia de ejecución de las acciones, ya que, de lo contrario, quedarán aisladas y no tendrán el impacto esperado.

Teniendo en cuenta que estamos propiciando la creación de Organismos de Gestión de Destinos, ninguna acción de competencia municipal debe entenderse como una acción aislada. En el esquema de planificación turística que estamos incentivando no sólo es recomendable, sino indispensable establecer asociaciones y "alianzas estratégicas" con el sector público, con el sector privado, con otros municipios, con organismos no gubernamentales y particularmente con la propia población residente, principal beneficiaria del desarrollo turístico del destino.

Por lo tanto, en el marco de las tareas que competen a la autoridad local, el turismo debe enfrentarse desde una perspectiva de actividad “transversal”, por cuanto cualquier decisión que afecte al territorio comunal tendrá un impacto sobre los recursos, la comunidad involucrada, los prestadores de servicios y finalmente sobre los turistas, lo que obliga a trabajar bajo un enfoque integral. (Rivas, 2008; p. 124)

A continuación, se muestra un listado de instrumentos de gestión a nivel local, regional y nacional, el cual se sugiere debe ser examinado por el Equipo Motor para determinar los puntos críticos del sistema turístico de la Comuna en cuanto a su oferta y así generar una idea enriquecida de los principales problemas que se presentan. Para esto, se debe clarificar cuál es el papel de la actividad turística en la Comuna, considerando que existen varios instrumentos de planificación y gestión municipal que pudiesen incorporar al desarrollo de la actividad turística, además de los instrumentos de gestión de la actividad económica, social y ambiental de mayor escala. (Documento n°5, SERNATUR, 2015; p 16)

Instrumentos de planificación y gestión municipal

- Planes de Desarrollo Comunal (PLADECO)
- Planes Reguladores Intercomunales (PRI)
- Planes Reguladores Comunales (PRC)
- Planes de Desarrollo Turístico (PLADETUR)
- Planes de Ordenamiento Territorial

- Plan Estratégico Municipal
- Plan de Desarrollo Económico Local
- Ordenanzas Municipales

Procesos de planificación y gestión de escala regional y nacional

- Estrategia Nacional de Turismo
- Zonas de Interés Turístico (ZOIT)
- Planes Regionales de Ordenamiento Territorial
- Políticas Regionales de Desarrollo Económico
- Ley N°19.300/1994 “Ley Sobre Bases Generales del Medio Ambiente” (modificada por la
- Ley N°20.417/2010 que crea el Ministerio, el Servicio de Evaluación Ambiental y la Superintendencia del Medio Ambiente)

6.6.1 Ordenanzas Comunales Directamente Relacionadas con el Turismo.

De acuerdo a lo señalado en el Manual de Buenas Prácticas para las Municipalidades (SERNATUR, 2012), en Chile existen numerosos casos de ordenanzas municipales creadas para la regulación de la actividad turística, o bien tienen relación con la actividad. Estas ordenanzas se enmarcan en los siguientes grandes temas:

- Medioambiente: Regulaciones que tienden a proteger las condiciones ambientales del territorio comunal y evitar actividades, situaciones e instalaciones que afecten el medio ambiente contaminándolo. La Municipalidad podrá colaborar en la fiscalización y en cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes a la protección del medio ambiente.
- Uso de Espacios Públicos: La Municipalidad debe administrar los bienes de uso público, aceras, calzadas, áreas verdes, u otros espacios públicos instalaciones de servicio de utilidad pública tales como: agua, alcantarillado, electricidad, gas, teléfono, transmisión de datos, televisión por cable, u otros.
- Eventos: Regular los actos públicos en las calles, parques y plazas, entre otros, como por ejemplo en temas de aseo, horarios y espacios para la celebración del acto, seguridad, venta de alcoholes, entre otros.
- Conservación Patrimonio Histórico – Cultural: Áreas con valor urbanístico o cultural que se quiera preservar; en este ámbito puede incluso declarar zonas urbanas de conservación con normativas respecto de su uso, estética, señalética comercial, otros. Protección, fomento y desarrollo de los Pueblos Indígenas. Manifestaciones étnicas y culturales propias. Monumentos nacionales y arqueológicos.
- Urbanismo y Paisaje: Se pueden establecer reglamentos para fachadas de las construcciones habitacionales, locales comerciales y edificios de uso público. Así mismo, se puede regular para permisos y estilo arquitectónico de quioscos, veredas, instalaciones de terrazas, en bares y restoranes, entre otros. Normar la actividad publicitaria o propagandística en la

comuna, en lo que dice relación con tamaño, materialidad, aspecto estético, otros. Normar el diseño de espacios públicos, bordes de caminos en sectores urbanos.

- Áreas Silvestres Protegidas: Con respecto a las áreas silvestres protegidas, terrestres o acuáticas, el Municipio puede crear normas para protegerlas y procurar su conservación, en coordinación con las respectivas autoridades a cargo de las mismas, sean ellas públicas o privadas.
- Tránsito y Transporte: Sobre los Derechos Municipales sobre el tránsito, transporte público, vehículos, estacionamientos y sus respectivos permisos, entre otros. Delimitar uso de pistas para taxis, buses y minibuses turísticos y sus paraderos y zonas de estacionamiento. Regular el uso de la bicicleta por vecinos y visitantes, proveyendo de ciclo vías y señalización adecuadas.
- Ventas y Comercio Ambulante: Ordenanzas relativas a regular el comercio ambulante en ferias libres y artesanales, haciéndolo más accesible y atractivo para los visitantes.
- Actividades Turísticas, Deportivas y Recreativas: A través de ordenanzas, se pueden regular las condiciones de seguridad, protección y entrega de licencias para efectuar deportes de riesgo en el territorio comunal. Es importante regular y normar la actividad de los guías turísticos, especialmente, los relacionados al rafting, canopy, ascenso a volcanes, caza, trekking, montañismo y pesca deportiva, entre otros. Se recomienda consultar las Normas Chilenas de Calidad Turística para Guías de Turismo, disponibles en: www.calidadturistica.cl.
- Aseo y Ornato Aseo de la comuna, gestión de los residuos sólidos domiciliarios y residuos grasos de establecimientos hoteleros y gastronómicos, el aseo y la limpieza de los espacios públicos, entre otros.

  A través de una ordenanza se podrá regular las sanciones para los infractores que realicen rayados y grafitis, quienes idealmente debiesen revertir los daños ocasionados a la comuna.
- Uso Eficiente del Agua y Energía: La Municipalidad debe velar por un uso racional del agua en el riego de los parques y jardines públicos, además de regular las aguas servidas. Asimismo, puede fijar normas sobre el uso de energías renovables en los diferentes establecimientos turísticos, municipales y de uso púbico, además de recurrir a sistemas de ahorro energético y energías renovables en el alumbrado público y edificios municipales. (Documento N° 5, SERNATUR, 2015; p. 10)

6.6.2 Ordenanzas y Documentos de Planificación Identificados en la Comuna de Salamanca.

De forma particular, existen algunas normativas legales, que son de responsabilidad de la Municipalidad o que consideran a la comuna de Salamanca, que para fines turísticos la oficina de Turismo de la comuna, debe considerar para orientar el desarrollo de la actividad turística. Estos documentos se presentan en la siguiente tabla, destacando el estado o situación en la que se encuentran:

Tabla N° 63: Procesos Operativos de la Comuna de Salamanca.

Procesos Operativos de la Comuna de Salamanca	
Normativas legales	**Situación actual**

Planes de Desarrollo Comunal, (PLADECO) el cuál conforma de manera integral la planificación territorial y de gestión que un gobierno comunal requiere para el desarrollo de su comunidad.	En proceso de implementación
Planes Reguladores Intercomunales (PRI)	En proceso de formulación
Planes Reguladores Comunales (PRC)	En proceso de Modificación
Plan de desarrollo turístico PLADETUR	En proceso de formulación
Ordenanzas Municipales	En procesos de implementación
Plan de cultura municipal	En proceso de implementación
Fuente. Elaboración Propia	

Los documentos de planificación identificados son principalmente 6, sin embargo, para este análisis se consideran los documentos en proceso de implementación, es decir, el PLADECO, Plan de cultura y las normativas Municipales.

El PLADECO es un instrumento rector del desarrollo en la comuna, contempla las acciones orientadas a satisfacer las necesidades de la comunidad local y promover su avance social, económico y cultural. Por lo que el análisis de este documento es indispensable para la formulación del PLADETUR, destacando e identificando las diferentes acciones o iniciativas relacionadas directamente con el turismo, las que se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla N° 64: Análisis PLADECO.

Análisis PLADECO				
Ámbito	Criterio	Nombre de la iniciativa	link	Relación con el turismo
Desarrollo sociocultural	Social y económico	Entregar apoyo técnico a pymes para la postulación a fondos concursables, Programa de fomento del Desarrollo de la Responsabilidad Empresarial, Realización anual de Feria de Emprendedoras Locales, Elaboración Plan de Cultura, Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR), Diagnóstico Comunal de Turismo, Gestión y Coordinación del Programa Viva Salamanca, Mejoramiento Parque Urbano Salamanca (artesanos), Plan de Capacitaciones de Turismo Comunitario, Programa de Impulso a los Productores y agricultura Local y Programa Sello de Calidad a los Productos Rurales.	Ver	Las actividades económicas, productivas y del diario vivir en comunidad, potencian un desarrollo económico local, pero se debe realizar basado en la conservación sociocultural y de una ciudadanía protagónica, de esta manera el turista recibe la autenticidad e identidad del destino que visita y los emprendimientos locales generan exposición y venta de productos y servicios con el fin de contribuir a que los beneficios económicos del turismo, se mantengan en la Comuna.

Desarrollo Social	Infraestructura y espacio Público	Programa de instalación de alumbrado público solar en diversos sectores de la comuna, Construcción Plaza de San Agustín, Café Plaza de Armas, Construcción parque Costanera Choapa, Habilitación Pileta Plaza de Armas, Reposición Plaza Central Santa Rosa, Recuperación del Cerro Chico Héroes de la Concepción, Mejoramiento Plaza y Áreas Verdes Condominio Recsi, Diseño Plaza Villa Freire, Diseño Paseo Quebrada El Consuelo, Jardineras Puente Calle Matilde Salamanca, Diseño áreas verdes localidad de Chillepín, Diseño y Construcción Plaza Villa El Esfuerzo, Construcción Plaza Longitudinal Santa Rosa, Reposición aceras cuarta etapa, sector centro de Salamanca, Mejoramiento Casa de la Cultura y las Artes, Salamanca, Museo, Diseño Proyecto de Cine Comunal, Construcción de Terminal de Buses de Salamanca, Gestión de nuevos semáforos y señalética de tránsito, Desarrollo Plan Comunal de Seguridad Pública.	Ver	La construcción y habilitación de espacios para el ocio y la recreación, en sectores rurales y urbanos de la comuna, hacen que ésta presente condiciones positivas para el turismo, aumenta su atractivo y belleza escénica generando un destino más agradable y competitivo.
Desarrollo social	Conectividad y ciudadanía	Proyecto de Pavimentación Mundo Nuevo Chalinga, Proyecto de Pavimentación Sector El Consuelo, Estudio, diseño Bypass Salamanca, Construcción de Paraderos para el Radio Urbano de Salamanca, Proyecto "Ruta Salamanca app" para el desarrollo turístico, Producción de eventos, ceremonias, inauguraciones y todo tipo de actividad pública de carácter municipal o de apoyo a organizaciones, Implementación de página web municipal interactiva con énfasis en la participación ciudadana, Mejoramiento Aeródromo Municipal Las Brujas; El Tambo.	Ver	Una conectividad adecuada tanto terrestre, área como en conectividad tecnológica es vital para el desarrollo del turismo, aun cuando el destino promueva un turismo rural e inhóspito, se deben considerar estos aspectos en casos de emergencia y seguridad.

Ambiental	Medio Ambiente y Calidad de Vida.	Elaborar programa de reciclaje, transferencia y/o puntos verdes, Creación de la Ordenanza Municipal Ambiental, Realizar programa de arborización y silvicultura, con plantas y árboles autóctonos o endémicos, Instalación Alumbrado Público Fotovoltaico en la localidad de Batuco, Potenciar la utilización de innovaciones tecnológicas para el ahorro energético, Elaboración y Ejecución de Plan anual de actividades deportivas y recreativas comunales, Incentivar a través de programas y proyectos la utilización de la bicicleta como medio de transporte y como actividad de recreo deportiva.	Ver	Una mala gestión de los residuos puede afectar de forma negativa la imagen de un destino turístico y la experiencia del turista en él. Por eso es importante evitar cualquier tipo de contaminación que pueda afectar el agua o el suelo y con ello apuntar a una percepción positiva del visitante respecto a la higiene, salubridad y calidad visual.
Fuente: Elaboración propia				

Considerando la transversalidad del turismo, se procede a analizar las normativas municipales de Salamanca que tienen relación con el turismo y que contribuyen en fortalecer la conducción del desarrollo turístico del destino hacia la imagen objetivo propuesta.

Las ordenanzas municipales constituyen uno de los instrumentos con mayor potencial de uso para los objetivos de la gestión territorial turística, dado que permiten regular en forma específica los diversos componentes territoriales de la actividad turística, así como la prestación de los servicios. La siguiente tabla describe el nombre de la ordenanza y su relación e importancia con la actividad turística.

Tabla N° 65: Ordenanzas Municipales Relacionadas con el Turismo.

Ordenanzas municipales relacionadas con el turismo					
Ámbito	Criterio	Nombre del instrumento	link	Relación con el turismo	Tema en el que se enmarca

Ambiental	Gestión Ambiental	Ordenanza de tenencia responsable de mascotas y animales de compañía	Ver	Tiene relación al cuidado de los animales domésticos y de compañía genere un impacto positivo en la imagen de la ciudad y alrededores, como a su vez, promover la higiene y resguardar la seguridad del turista.	Protección animal
	Gestión Ambiente	Ordenanza Ambiental Municipal	Ver	Se relaciona en cuanto a que se deben establecer disposiciones para regular, proteger y conservar los recursos naturales, componentes ambientales, patrimonio cultural y natural de la comuna, ya que así los recursos turísticos (natural y cultural) estarán protegidos y conservados para ser utilizados de buena manera en la actividad turística.	Medio ambiente
	Gestión de los residuos	Ordenanza autorización de transporte de basuras, desechos, escombros o residuos de cualquier tipo	Ver	Se establece el buen manejo y transporte de residuos municipales dentro de la comuna, para tener una buena imagen de destino turístico y una grata experiencia del turista que visite la comuna.	Aseo y ornato

Sociocultural	Contribución al desarrollo local	Ordenanza de Participación Ciudadana	Ver	La relación entre ordenanza y el desarrollo del turismo se basa en promover y mantener un rol protagónico de la ciudadanía en las distintas formas y expresiones que se manifiesten en el progreso económico, social y cultural, por consiguiente, los turistas tendrán una experiencia autentica del destino.	Participación ciudadana
Económico	Calidad y satisfacción del visitante	Ordenanza que regula la planificación, coordinación y el comercio en las diversas fiestas religiosas de la comuna de salamanca en terrenos de B.N.U.P. y particulares.	Ver	Se debe tener claridad en cómo se debe desarrollar las actividades de fiestas religiosas por lo cual se tiene que planificar, coordinar y regularizar el comercio en estas fiestas, para que de esta manera el turista que visite y participe de estas actividades las desarrolle de la mejor manera.	Uso de espacios públicos
	Calidad y satisfacción del visitante	Ordenanza Municipal sobre comercio ambulante en la vía publica	Ver	Tiene relación en cuanto a las obligaciones del comercio ambulante para desarrollar la actividad en la vía pública, para tener orden e higiene en las calles que serán ocupadas por este tipo de comercio y así el visitante pueda tener una experiencia agradable y expedita de los lugares turísticos de la comuna.	Uso de espacios públicos

	Viabilidad económica	Ordenanza N°1 de 1981 y sus modificaciones, sobre derechos municipales por concesiones, permisos, servicios.	Ver	Se debe regular las actividades formales como informales, en cuanto a servicios turísticos como servicios complementarios para evitar malas prácticas que puedan afectar le desarrollo de la actividad turística de la comuna.	Actividades turísticas
	Calidad y satisfacción del visitante	Ordenanza local para la medición de distancias de negocios de alcoholes	Ver	La regulación de las distancias de los locales de venta de bebidas alcohólicas debe ser estricta para tener un ambiente tranquilo y con un orden adecuado para las actividades turísticas de la comuna.	
	Calidad y satisfacción del visitante	Ordenanza sobre instalación y funcionamiento de locales de entretención	Ver	La regulación de establecimientos que presten servicios de entretención en forma habitual, tenga o no licencia turística, se hace necesario para entregar un servicio de calidad velando por la buena atención y satisfacción del turista lo que generar una percepción positiva del destino.	Actividades turísticas, deportivas y recreativas

	Calidad y satisfacción del visitante	Ordenanza sobre pintado y remozamiento de fachadas y murallas	Ver	La regulación de pintado y remozamiento de fachadas y murallas es de importancia para el turismo debido a que se necesita una comuna ornamentada y agradable para el visitante.	Uso de espacios públicos
	Calidad y satisfacción del visitante	Ordenanza para terminales de locomoción colectiva no urbana	Ver	Se deben regular las instalaciones de terminales urbanos para las zonas rurales, debido a que el visitante tendrá que utilizar las instalaciones para poder llegar a los lugares que le interesen fuera de la zona urbana de la comuna.	Uso de espacios públicos
Fuente: Elaboración Propia					

CAPÍTULO 7: EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN.

En este apartado se tiene como objetivo diseñar un sistema de seguimiento, medición y evaluación, que permita la mejora continua para generar modificaciones en la planificación en caso de ser requerido, observar la viabilidad de los programas, planes o proyectos en el momento de su ejecución y medir los estados de avance del plan estratégico para el turismo local.

Es necesario reconocer la importancia que tiene la evaluación del plan, considerando que debe ser un proceso sistemático y continuo en permanente retroalimentación. Con respecto a la ejecución del plan debe ser sujeta a mecanismos eficientes de control, con la exigencia del uso de instrumentos de evaluación que permitan obtener información de los "estados de avances".

7.1 Revisión de los Avances del Plan: Control de Gestión.

Por ende, es importante abordar la revisión del plan, en donde se debe revisar punto a punto las metas establecidas, así como las consecuencias y/o impacto que tendrá cada una de las decisiones a efectuar.

Al realizar el sistema de gestión, se recomienda generar una matriz de evaluación la cual será efectuada por los mismos responsables del sistema de seguimiento (responsables de cada acción), en donde se realiza una identificación de los indicadores que nos permitirán la correcta revisión de los avances del plan, generando un control de gestión adecuado, y de esta forma permitiendo ver el grado de cumplimiento de los objetivos previstos con anterioridad.

Como se estableció en la matriz de lineamiento se elaboraron indicadores cuantitativos, considerando tanto el tiempo como la cantidad, existiendo la posibilidad de que algunos objetivos no se puedan cuantificar, pero no impide la valorización del cumplimiento, a través de indicadores cualitativos. Para realizar la evaluación y retroalimentación del plan se debe realizar un seguimiento por cada acción que se elaboró para el cumplimiento de los lineamientos estratégicos. En la Tabla N° 66 se aprecia la matriz de seguimiento para cada acción. Cabe señalar que las evaluaciones dentro de la matriz dependerán de la duración del plan de acción como también de las decisiones tomadas por los responsables de cada uno de los planes de acción.

Tabla N° 66: Matriz de Seguimiento.

Matriz de Seguimiento					
Lineamiento	Acción	Objetivo	Indicador	Rango de cumplimiento	Observaciones
Lineamiento 1	Acción 1	Objetivo 1	Indicador 1	Porcentaje de cumplimiento	Observaciones sobre el desarrollo de la

					actividad
Responsable					
Fecha de evaluación					

Luego de realizado el seguimiento de las acciones del PLADETUR se elaborará una consolidación de los datos obtenidos dentro de una matriz general, en esta matriz se realizará la Evaluación de Gestión que determinará el nivel de cumplimiento y su clasificación dependiendo del rango de cumplimiento del plan de acción. En donde la evaluación y confección de la tabla general se efectuará cada cuatro meses. La evaluación de gestión se puede apreciar en la Tabla N° 67. Para que subsiguientemente sea realizado el análisis de los planes de acción y posteriormente sus respectivas conclusiones.

Tabla N° 67: Evaluación de Gestión.

Evaluación de clasificación	
Clasificación	Rango de Cumplimiento
Excelente	La gestión es excelente si el resultado obtenido implica que se cumplió con el 80% al 100% de la totalidad de las metas establecidas en el Plan de Acción para el periodo, relacionados con los factores críticos de la organización
Bueno	La gestión es buena si el resultado obtenido implica que se cumplió con el 60% a 79,9% de las metas establecidas en el Plan de Acción para el periodo.
Regular	La gestión es regular si el resultado obtenido implica que se cumplió con solo el 59,9% al 40% de lo planificado en el Plan de Acción para el periodo.
Deficiente	La gestión es deficiente si el resultado obtenido implica que se cumplió con solo un 20% al 39,9% de las metas establecidas en el Plan de Acción para el periodo.
Mala	La gestión es mala si el resultado significa cumplimientos menores al 20% de las metas establecidas en el Plan de Acción para el periodo.
Fuente: SERNATUR, 2008	

En la Tabla N° 68 se puede apreciar la matriz de seguimiento general que se utilizará para controlar y evaluar el desarrollo del PLADETUR de la comuna de salamanca.

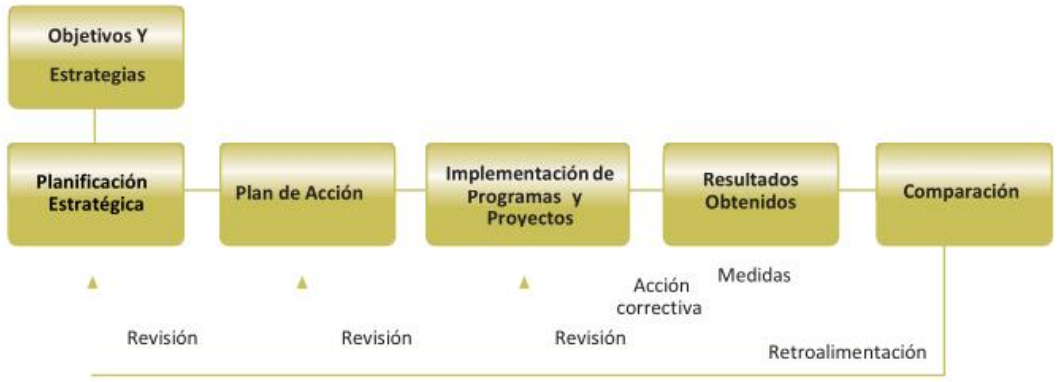
Tabla N° 68: Matriz de Seguimiento del PLADETUR.

Matriz general de seguimiento						
Lineamiento	Acciones	Indicador	Rango de cumplimiento	Clasificación	Observaciones	Responsables
Lineamiento 1	Acción 1	Indicador 1				
	Acción 2	Indicador 2				
Lineamiento 2	Acción 1	Indicador 1				
Elaboración Propia.						

Como se mencionó anteriormente, una vez desarrollada la matriz con su respectivo análisis se determinarán las conclusiones, las cuales se documentarán en un registro de control y seguimiento viendo el grado de cumplimiento obtenido, y a su vez, la generación de un sistema de acciones de mejora en caso de que aparezcan nuevos antecedentes o consecuencias. Las actualizaciones de estas mejoras se podrán documentar en el sistema de control y seguimiento como lo detalla el proceso de control.

A continuación, se presenta el Esquema N° 6, muestra el proceso de control a seguir, para la adecuada realización de esta acción. Destacando que se debe realizar un seguimiento en el transcurso del desarrollo del PLADETUR pudiendo realizar acciones correctivas en caso de que sea necesario.

Esquema N° 6: Proceso de Control.



Fuente: Sernatur, 2008.

En vista de los resultados obtenidos y tras la aplicación de las actuaciones de mejora, se elaborará un informe final que contenga las conclusiones definitivas y que permitirá evaluar el grado de ejecución del Plan de desarrollo turístico de la comuna de Salamanca. Por tanto, con el sistema de control de gestión establecido se logrará:

1. Analizar en qué medida los objetivos establecidos permiten la resolución (parcial o total) de los problemas puestos de manifiesto en el diagnóstico, o dicho de otra manera, el grado de adecuación de los objetivos del Plan a los problemas detectados en el diagnóstico.

2. En el caso de que se estén produciendo desviaciones con respecto a lo previsto en el plan, se puedan tomar medidas a tiempo, corrigiendo las desviaciones lo antes posible, de tal manera que no repercuta en los objetivos finales del Plan.

3. En el caso que sea necesario, se pueden modificar los objetivos de acuerdo a la nueva legislación que pueda aparecer durante el transcurso del Plan.

4. Evaluar si los recursos y la gestión se están desarrollando correctamente, y las inversiones se están ejecutando en el plazo previsto.

7.2 Desarrollar un Sistema Efectivo de Información del Plan.

Los Sistemas de Información (SI) son programas capaces de llevar a cabo de forma eficiente procesos de búsqueda y recuperación de información interrelacionada. Se dice que un sistema es un conjunto organizado de cosas o partes interactuantes e interdependientes, que se relacionan formando un todo.

Se pretende generar un sistema de información interno de carácter cualitativo y cuantitativo, con el objetivo de establecer una base de datos medible desde la perspectiva económica y social, y que además sirva como base que proporcione generar un sistema de información turístico.

7.2.1 La información Turística.

Es evidente que es necesario e importante obtener información de carácter fiable y útil. Por lo cual, se pretende generar un sistema interno de datos, en el cual se encuentre información proporcionada por la oferta turística y servicios turísticos, al igual la información que proporciona la demanda, información fundamental, describiendo tendencias, interés y prácticas.

El sistema debe proporcionar antecedentes actualizados para la formulación del plan y debe complementarse durante todo su desarrollo, para ello se elaborarán registros de la siguiente información:

- Registro de los atractivos turísticos.
- Registro de actividades turísticas.
- Registro de circuitos turísticos.
- Registro de la planta turística.
- Registro de estadísticas del sector turismo.
- Estudio del perfil del turista.
- Registro de oportunidades de inversión turística.
- Registro de ideas y perfiles de proyectos de estudios.
- Registro de oportunidades de asistencia técnica.
- Registro de proyectos de fomento productivo.
- Plan de marketing turístico.
- Registro de la oferta de formación y capacitación en turismo.
- Material promocional de la comuna.
- Cartografía turística.
- Registro de fotografías de la comuna.

7.2.2 Sistema de Información Turística.

Como está definido en el Tomo II – Metodología PLADETUR, el sistema de información turística es un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y privados. Este sistema se configura en distintas series de subsistemas los cuales son:

- El subsistema de registro de información interna;
- El subsistema de información externa;
- El subsistema de estudios de mercado.

Determinado la estructura y organización del SI es necesario establecer un subsistema de información interna que será el primer paso para desarrollar un sistema de información turística para la comuna. En este sentido se desarrollarán los pasos a seguir para la implementación del sistema de información interna.

7.2.3 Etapas de Implementación:

Etapa 1- Planificación:

Se creará el directivo con integrantes de la oficina de turismo, funcionarios municipales relacionados con el turismo y con operadores turísticos interesados.

Se elaborará un plan de acción con las tareas fundamentales, costos aproximados y los criterios de medida para valorar la efectividad del subsistema interno una vez instalado.

Etapa 2- Análisis y Clasificación de los requerimientos:

La clasificación de los requerimientos será realizara con extremo cuidado, en donde se analizarán las entradas de datos cuidadosamente, esto se realizará en planillas Excel para almacenar y clasificar los datos recopilados. Los encargados de generar la información serán los funcionarios de la Oficina de turismo y funcionarios municipales relacionados.

Etapa 3 – Modelación de la Base de Datos:

Inicialmente se hará por parte del equipo de trabajo la selección del software apropiado, se tendrá prioridad por un sistema de cartografía digital, ejemplo un Sistema de información geográfica (SIG), donde los datos obtenidos y recopilados puedan ser entregados en un formato interactivo y de un modo fácil de usar.

Etapa 4 – Confección de Prototipos de las aplicaciones:

El paso más importante de la Fase será definir la interfaz con la que interactuarán los empresarios. Se propone que, dadas las tendencias actuales y el desenvolvimiento de la actividad turística, se emplee la técnica de Prototipos.

Etapa 5 – Capacitación del Personal:

Se formulará una estrategia de aprendizaje sobre el subsistema de información, para que propicie al usuario que emplee el sistema, un menor tiempo posible de ocupación para su superación en este sentido y que la misma garantice una adecuada ubicación temporal acorde a las particularidades del trabajo que realizará.

Etapa 6- Determinación del plan de implantación:

Como se mencionó anteriormente, se pretende confeccionar un sistema de información geográfica, este sistema de información se realizar paulatinamente dependiendo de la información recopilada,

analizada y clasificada. Se pretende en una primera instancia confeccionar un sistema piloto para usuarios seleccionados, que califiquen y den observaciones para la mejora del SIG.

Etapa 7- Definición de la Administración y Mantenimiento:

Antes de que el SI interno comience su funcionamiento, se designara a los especialistas en la materia informática para la administración del sistema, preferiblemente vinculado a la propia actividad de la entidad turística en cuestión para garantizar la cohesión de los aspectos generales del sistema, tanto internos como externos, y de sus vínculos con sistemas del exterior, es decir, que no pertenezcan a la entidad.

7.2.4 La Gestión de la Información.

En la gestión de la información hay tres fases, que determinarán la calidad, la fiabilidad y actualidad de la información. Dado que la información turística servirá entre otras cosas, para ayudar al coordinador del destino local a reunir a las partes interesadas y ejercer influencia sobre ellas, gobernando el acceso a los datos pertinentes (o poder acceder a ellos a través de otros), recibirá el mandato de almacenar los datos (algunos de los cuales pueden ser confidenciales) y contar con algún nivel de autoridad de gestión, la que no puede ser engañosa ni desactualizada.

7.3 Retroalimentación con la Comunidad.

El Plan de Desarrollo Turístico de Salamanca será una herramienta de gestión municipal la que permite planificar en forma participativa el desarrollo turístico de la comuna, aprovechando sus potencialidades, ventajas competitivas y recursos en forma sustentable, integrando actores públicos y privados.

Este PLADETUR será un documento práctico realizado con la participación de todos los actores sociales pertinentes, en donde se busca lograr los objetivos dispuestos en común, debe ser entonces, un plan de desarrollo integral con la comunidad, que abarque las diferentes áreas y que tenga como meta el pleno desarrollo turístico.

De lo anterior, se realizará una evaluación continua que permitirá a la comunidad y actores involucrados en turismo, realizar un seguimiento, medir y evaluar el proceso de ejecución de todos los planes de acciones que den cumplimiento a los lineamientos estratégicos del PLADETUR.

Para ello los encargados del seguimiento y control del PLADETUR coordinaran los talleres, estos talleres serán impartidos cada semestre de cada año que se ejecute el plan, donde se presentaran los avances y dificultades que se han presentado en el plan de acción de esta planificación. A continuación, los participantes de estos talleres esbozarán sus percepciones, para posteriormente realizar conclusiones y desarrollar las mejorar a los planes de acciones seguidos y evaluados.

8 BIBLIOGRAFIA

Rivas. (2008). Orientaciones para el diseño de un plan de desarrollo turístico en destinos turísticos (PLADETUR). Gobierno de Chile

Gobierno de chile y Gobierno regional de Coquimbo. (2012). Estrategia Nacional de Turismo. Gobierno de Chile.

Cristi Cabello Oscar. (2018). La importancia del aporte del turismo para el desarrollo económico

Sánchez F. (2003). Planificación estratégica y gestión pública por objetivos. Cepal.

Silva. (2003). Metodología para la elaboración de estrategas de desarrollo local Santiago de Chile. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).

THR. (1994). La competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos. Curso de marketing turístico. (s/f)

THR. (1999). Plan de Marketing Turístico.

SERNATUR. (2014). Plan de Acción Región de Coquimbo Sector Turismo.

Ilustre Municipalidad de Salamanca. (2017), Plan de desarrollo comunal.

DTS Consultores. (2017). PRIT región de Coquimbo.