



Informe Final

Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna de Los Muermos

Diciembre 2023

Contenido

Introducción	4
Objetivos	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Marco Normativo y Político de Desarrollo del Pladetur	7
Metodología	9
1. Capítulo I. Entorno Territorial	11
1.1. Localización geográfica	11
1.2. Historia local de la comuna	12
1.3. Aspectos geográficos	13
1.4. Aspectos demográficos.....	14
1.5. Aspectos Productivos.....	15
1.6. La comuna de hoy y próximos pasos	16
2. Capítulo II. Actividades en terreno y principales conceptos para el desarrollo de la actividad Turística	18
2.1. Marco Referencial	18
2.2. Talleres participativos.....	25
2.2.1. Los Muermos, área urbana	26
2.2.2. Estaquilla	28
2.2.3. Hua Huar	29
2.2.4. Palihué	31
2.2.5. Paraguay Chico	32
2.3. Segundo taller PLADETUR	33
2.4. Tercer Taller Pladetur	36
3. Capítulo III: Diagnóstico del Sector Turismo	40
3.1. Dinámica de la actividad turística en el territorio	40
3.2. Mapa de actores.....	40
3.3. Atractivos Turísticos	41
3.4. Oferta de Servicios.....	58
3.5. Demanda turística	58
3.5.1. Información actual.....	58
3.5.2. Campañas de levantamiento de datos para caracterizar al visitante.....	59

3.5.3.	Principales Resultados del Perfil del Visitante	60
3.5.3.1.	Resultados por hitos	60
3.5.3.2.	Resultados generales	64
3.6.	Encuestas de satisfacción.....	70
3.7.	Análisis FODA	72
3.7.1.	Factores Internos	73
3.7.2.	Factores Externos	74
4.	Capítulo IV: Propuesta de plan estratégico para el desarrollo del turismo.....	76
4.1.	Potenciales Productos Turísticos.....	76
4.2.	Imagen y Visión Turística	88
4.3.	Cartera de inversión	89
4.3.1.	Metodología	89
4.3.2.	Actividades de la Cartera de Inversión	92
4.4.	Sistematización cartera de inversión en relación a ejes y objetivos estratégicos.....	94
4.5.	Estructura de objetivos e indicadores según modelo del Balanced Scorecard.....	96
5.	Capítulo V: Modelo de Gestión Integral	102
5.1.	Modelo de gestión para el PLADETUR	102
5.2.	Principios orientadores del modelo.....	102
5.3.	Condiciones territoriales para la implementación de la mesa publico privada (MPP) de turismo de la comuna de Los Muermos.....	103
5.4.	Objetivos y funciones de la mesa publico privada (MPP).....	103
5.5.	Organización y funcionamiento de la mesa publico privada (MPP).....	104
5.6.	Equipo gestor de la MPP: Integrantes y funciones.....	105
5.7.	Monitoreo y seguimiento del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna.....	105
	Conclusiones.....	107
	Anexos.....	109
	Formato encuesta perfil del turista	109
	Formato encuesta de satisfacción	111
	Lista de asistencia a talleres	112
	Ficha de alojamientos	123
	Ficha de alimentación	125
	Registro de alojamientos.....	127
	Registro de Servicios Gastronómicos.....	132

Fondos Públicos	135
Instrumentos vinculantes con la actividad turística	138
Links de Interés	146
Índice de Tablas, Gráficos e Ilustraciones	148

Introducción

En un mundo en constante evolución, el turismo emerge como un elemento esencial tanto para el crecimiento económico como para el enriquecimiento cultural de las comunidades locales a través de la preservación del patrimonio físico, oral e intangible, para poder ofrecer experiencias a los visitantes. Es, por tanto, la actividad turística una forma de diversificación de las actividades económicas tradicionales y un modelo viable si es que se realiza la planificación adecuada, acciones que está buscando el municipio de Los Muermos a través de la creación de este instrumento de planificación turística.

A través de este informe se presenta un panorama detallado y estructurado de los esfuerzos emprendidos para fomentar el desarrollo turístico en la comuna de Los Muermos, considerando diversos aspectos cruciales que configuran el entorno turístico actual y futuro; las actividades, recursos y atractivos turísticos, las actividades realizadas en terreno para el levantamiento de información y los resultados finales.

En la búsqueda de construir una base sólida para el progreso turístico, este informe examina en primer lugar el marco normativo y las políticas públicas relacionadas con el turismo en Chile. Esto permite comprender el contexto legal y regulatorio en el cual se enmarca el desarrollo turístico a nivel nacional y cómo este influye en las acciones específicas emprendidas en la comuna de Los Muermos. Luego, se analiza el entorno territorial de Los Muermos, un punto de partida fundamental para el desarrollo de estrategias y acciones efectivas, dado que es la base para fomentar el turismo como nueva actividad económica en la zona. Se exploran las características geográficas, culturales y naturales que otorgan identidad a esta comuna, estableciendo las bases para la planificación y futura promoción turística.

La participación activa de la comunidad local se ha integrado en cada fase de este plan de desarrollo turístico. Los talleres con la comunidad han proporcionado una plataforma vital para recoger opiniones, perspectivas y aspiraciones directas de los residentes, asegurando que las soluciones propuestas sean genuinamente representativas de sus necesidades y deseos. A través de estas actividades se pudo realizar un diagnóstico del sector turístico que será el pilar sobre el cual se cimientan las decisiones estratégicas tanto para la cartera de inversión como para el modelo de gobernanza.

Del mismo modo, se presenta la creación de potenciales productos turísticos, se examinan y proponen diversas experiencias turísticas que podrían transformar los recursos de la comuna en ofertas atractivas para visitantes de diversas procedencias. Lo anterior está unido con la cartera de inversión la cual establece cómo se asignarán los recursos necesarios para hacer realidad los objetivos trazados. Además, se examina la gobernanza del turismo, una estructura que busca facilitar la cooperación y coordinación entre las partes interesadas, garantizando un desarrollo sostenible y equitativo del turismo en la comuna.

En resumen, el presente informe final de las actividades realizadas para el plan de desarrollo turístico de la comuna de Los Muermos es un reflejo detallado y exhaustivo de la hoja de ruta trazada para impulsar el turismo en la zona. Cada tema abordado contribuye al objetivo de sofisticar

los servicios turísticos actuales, fomentar el crecimiento económico local a través de productos turísticos integrales, preservar los valores culturales y naturales, rescatar los recursos para transformarlos en atractivos, para finalmente enriquecer la experiencia turística, y hacer de la comuna de Los Muermos un destino a nivel región y país.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un instrumento de planificación de desarrollo turístico, que permita establecer lineamientos y estrategias claras, que fomenten e impulsen del desarrollo de las industrias turísticas en formación, que sea sostenible en el tiempo, a través de la puesta en valor de los recursos humanos, naturales y culturales que presenta la comuna de Los Muermos.

Objetivos Específicos

- Caracterizar el entorno territorial de la comuna a través de un análisis detallado del entorno geográfico, cultural y natural de la comuna, identificando sus atractivos, recursos y singularidades que pueden ser potenciados para el desarrollo del turismo.
- Sistematizar y analizar la información recopilada en los talleres con la comunidad local, para comprender sus percepciones, necesidades y aspiraciones con respecto al desarrollo turístico, asegurando una participación efectiva en el diseño de las estrategias.
- Entregar lineamientos simples respecto del marco teórico a seguir, para la creación de la planificación turística de la comuna.
- Realizar un Diagnóstico del Sector Turístico, que permita evaluar el estado actual del sector turístico de la comuna de Los Muermos, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que guiarán el diseño de estrategias específicas.
- Entregar los principales resultados de las entrevistas de demanda, caracterizando el perfil del visitante.
- Identificar opciones de productos turísticos potenciales que puedan ser desarrollados a partir de los recursos y atractivos existentes en la comuna, en línea con las expectativas de los visitantes.
- Diseñar una Cartera de Inversiones que priorice y defina la asignación de recursos financieros y humanos necesarios para la implementación exitosa de las estrategias y acciones propuestas.
- Proporcionar un enfoque integral y estratégico para el impulso sostenible del turismo en la comuna de Los Muermos a través de un modelo de gobernanza.

Marco Normativo y Político de Desarrollo del Pladetur

La actividad turística en Chile se ha posicionado dentro de los últimos años como una actividad económica que permite la diversificación de las áreas económicas tradicionales, como también, la conservación de la naturaleza, la historia y la cultura de muchos lugares y poblados que, por la globalización, pudieran haberse perdido. La actividad turística es, por tanto, una forma de desarrollo local.

Por lo anterior, se han establecido diferentes estrategias y normativas para priorizar y sofisticar la actividad turística, es así como hoy en día se cuenta con una Ley de Turismo, la Estrategia Nacional de Turismo y en ámbito más local, la Política Regional de Turismo e Imagen Región.

La Ley de Turismo tiene su principal objetivo en 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, promoviendo la actividad turística de modo armónico e integral, impulsando su crecimiento sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país.

Asimismo, la Estrategia Nacional de turismo 2030 se ha propuesto como principales pilares la experiencia del turista, la sustentabilidad económica, social y ambiental, el desarrollo regional y la Innovación y transformación Digital; todo esto acompañado de promover una experiencia memorable y satisfactoria al turista, que el turismo sea el principal promotor de las economías locales, del medio ambiente, del patrimonio y la identidad cultural, de la adaptación y mitigación al cambio climático, a través del desarrollo de productos y destinos turísticos sustentables, inclusivos y accesibles; posicionar el rol de las regiones en el desarrollo del turismo como motor económico, social y cultural, con énfasis en lo local.

Del mismo modo, la Política Regional de Turismo e imagen región de Los Lagos, busca crear lineamientos para el desarrollo regional centrado en el fomento turístico de las comunas. Como principales desafíos está el constituir la Gobernanza Multinivel del sector turismo, implicando a los actores públicos y privados, apoyar la calidad y la sustentabilidad de la oferta turística regional para la mejora de su competitividad y con bajo impacto ambiental, promover el desarrollo competitivo de los destinos turísticos, considerando el medioambiente, el desarrollo económico y social, así como los temas culturales, de diseño, de calidad y de seguridad, entre otros. Lo anterior, con bases sólidas en lo referente a formalización, formación y capacitación, diversificación y desarrollo de productos turísticos, puesta en valor de la identidad local, mejorar la experiencia y acogida del visitante, como también, la articulación del sector público.

Esta política, además, detalla cinco destinos turísticos identificados en la región: de cordillera a mar; Lagos Llanquihue y Todos los santos; Puerto Montt cultural y arqueológico; Patagonia verde; y Chiloé. La comuna de Los Muermos conforma el destino de cordillera a mar y “se encuentra en un estado incipiente de desarrollo turístico, pero con un alto potencial por los atractivos con los que cuenta, entre los que destaca el río Llico y la playa solanera de Llico Bajo, las dunas de Hua Huar, o la caleta Estaquilla apta para la pesca de mar”. (Política regional de turismo e imagen región, 2015)

Por otra parte, la Estrategia Regional de Desarrollo de la Región de Los Lagos 2030, aunque está enfocada en todo el territorio regional, tiene dentro de sus ejes estratégicos el bienestar socioterritorial, la cohesión e identidad sociocultural, la competitividad regional sustentable, la conectividad y movilidad sustentable e inclusiva, capital humano calificado, gobernanza regional y local, el ordenamiento territorial sustentable y resiliente, y la participación ciudadana activa.

Muchos de estos lineamientos tienen vinculación con el desarrollo de la actividad turística, dado que busca fortalecer las identidades locales y poniendo en valor el patrimonio cultural material e inmaterial, que forma parte trascendental de los productos turísticos. El avanzar hacia un desarrollo económico local sostenible, potenciando el emprendimiento, ampliando las oportunidades laborales y mejorando la calidad del empleo, está directamente relacionado con la oportunidad de diversificación que entrega el turismo, y permite abiertamente el desarrollo del destino, con base integral en la comunidad local.

Las zonas estratégicas de desarrollo (ZED) identificadas en la estrategia son siete: Mapu Lahual; Valle interior; Lagos andinos; Reloncaví de desarrollo Urbano, Chiloé; Patagonia verde; y Mar interior. **Mapu Lahual** lo integran las zonas costeras de las comunas de San Juan de la Costa, Río Negro, Purranque, Fresia, **Los Muermos**, y la porción norponiente de Maullín, y se caracteriza por ser una zona vinculada a la red de parques mapu Lahual y Huilliche-lafkenche, prominentemente rural con actividades de agricultura campesina, pesca artesanal y turismo a pequeña escala.

A nivel comunal, la relevancia que ha ido tomando el turismo como parte de las actividades que se pueden realizar en la comuna en distintas escalas y en concordancia con los diferentes instrumentos mencionados con anterioridad, han determinado el proceso de planificación y elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico, que permita alinear las diferentes actividades actuales, potenciar nuevos atractivos y productos turísticos y finalmente orientar las inversiones tanto públicas como privadas para sofisticar la actividad turística en el territorio.

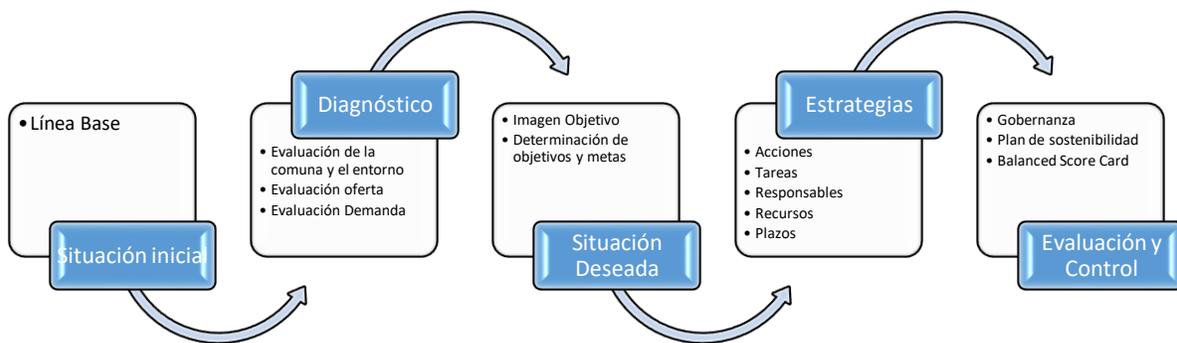
Metodología

La elaboración del Plan de Desarrollo Turístico para la comuna de Los Muermos ha requerido el uso de diversas fuentes de información, tanto primarias como secundarias. La principal estrategia utilizada es una metodología participativa, donde el municipio y la comunidad local han sido parte de diferentes actividades para obtener la información del territorio y hacia donde debe dirigirse la comuna en los temas turísticos.

Es importante resaltar que los talleres realizados durante esta fase han sido enriquecidos con entrevistas que han contado con la participación de actores turísticos clave de la comuna. Asimismo, se ha realizado un estudio sobre la demanda turística mediante la utilización de encuestas, como también la medición de la satisfacción del turista.

Finalmente, la cartera de inversión y el modelo de gobernanza se han trabajado también de forma participativa, presentado acciones prioritizadas para el desarrollo de la actividad y la mejora continua de la calidad del servicio.

Ilustración 1: Metodología





Capítulo I: Entorno Territorial

1. Capítulo I. Entorno Territorial

1.1. Localización geográfica

La comuna de Los Muermos se ubica en la provincia de Llanquihue, Región de los Lagos, a 47 km al poniente de Puerto Montt, capital regional. Limita administrativamente al norte con la comuna de Fresia, al este con las comunas de Llanquihue, Puerto Varas y Puerto Montt, al sur con la comuna de Maullín y al oeste con el océano pacífico.

Geográficamente el sector urbano se localiza en el valle central del territorio, específicamente entre las coordenadas latitud: 41° 15' / 41° 30' y longitud: 73° 15' / 73° 30'. La comuna es en general de carácter rural, y cuenta con una superficie de 1.245,8 km², lo que representa el 1.85% de la superficie regional.

Las principales vías de acceso son la Ruta V-60 que une la comuna de Los Muermos con el Aeropuerto Internacional El Tepual y la ciudad de Puerto Montt; la ruta V-46 cruza perpendicularmente por el sector poniente conectando al norte con la Ruta V-50, que la une con la comuna de Puerto Varas; y la Ruta V-510 que permite la conexión (indirectamente) con Quenuir y vía marítima con Maullín.

Dentro de las principales localidades y/o poblados que conforman la comuna, se encuentran: Río Frío, Cañitas, Los Muermos, Caracol, Canelos, El Laurel, Paraguay Chico, Paraguay Grande, entre otros. ¹

Ilustración 2: Mapa Comunal



Fuente: Plan Regulador Comunal de Los Muermos: Estudio de capacidad vial, 2013.

¹ Información secundaria obtenida de Secretaría Comunal de Planificación, Municipalidad de Los Muermos.

1.2. Historia local de la comuna

La comuna de Los Muermos fue creada el 1° de enero de 1962 a través de la Ley 14.607 publicada el 30 de agosto de 1961. La cual se incorporó al departamento de Maullín, de la provincia de Llanquihue. El hecho de que la comuna de Los Muermos sea de data tan reciente en comparación a las demás comunas de la Provincia de Llanquihue, es debido a que no es parte de los centros poblados establecidos por los españoles durante la época de la colonización, ni durante el periodo de asentamiento de la población alemana en el sur del país en el año 1852, durante el gobierno del Presidente Manuel Montt.

La extensión del ferrocarril a partir de 1914, con la idea de mejorar los medios de transporte y fomentar el progreso de las provincias del sur del país, son la principal consecuencia del surgimiento del pueblo, pues dicho proyecto tenía contemplado la construcción de un ferrocarril que conectara la estación Río Negro con las orillas del río Maullín. Sin embargo, las construcciones de las vías iniciaron en el año 1929 desde la estación de trenes de Corte Alto a la Estación de Los Muermos, esta última constituida como terminal de la propuesta ramal en Puerto Montt, provocando que los primeros habitantes comenzaron a radicarse en la zona a partir del año 1933 y tres años después entraron en servicio las líneas ferroviarias. El comercio de papas se convertiría en el principal motor económico de la localidad que comenzaba a formarse; de ahí que Los Muermos fuese denominada como “la ruta de la papa”, sin embargo, también se exportaba madera.

Durante el proceso de regionalización llevado a cabo en el país a partir de 1975, la cual provocó diversas modificaciones a su división político-administrativa, tuvo como consecuencia la incorporación de la provincia de Llanquihue a la X Región de Los Lagos, junto a las provincias de Valdivia, Osorno y Chiloé, estableciendo a la comuna de Puerto Montt como la capital provincial y regional. En 1979 por medio del Decreto Ley N° 2.868 se incorporan a la comuna de Los Muermos una serie de localidades pertenecientes a las comunas de Maullín (Quenuir, Cululil, Lolcura) y Fresia (Río Frío).

A pesar de la baja población presente en el sector, se crea en el año 1934 el primer retén de carabineros y se pone en funcionamiento la escuela N° 24, destinada a educar a aquellos hijos de funcionarios del ferrocarril. Posteriormente, en el año 1936 se construyó la primera capilla, la parroquia de San Pedro de Los Muermos y un año después, comienza a operar la escuela educacional N° 30. Más adelante, a mediados de la década de los cuarenta comienza a funcionar la primera oficina de Registro Civil. Para ya en el año 1953 contar con energía eléctrica, oficina de correos y compañías de bomberos, hechos que aportaron al crecimiento del pueblo que comenzaba a nacer.

La construcción de la Ruta 5 Sur, y el mejoramiento y posterior pavimentación de las rutas V-60 y V-46 fueron un importante avance en la conectividad de la comuna con la capital regional y el resto del país. Sin embargo, dicho proceso restó importancia al uso del ferrocarril, el cual en la década de los setenta suspendió sus servicios. En tiempos más recientes, la pavimentación de gran parte de las calles céntricas, junto con la construcción de un sistema de alcantarillado de aguas servidas, y la

gran cantidad de servicios con los que cuenta hoy en día la comuna, ha permitido consolidarla como un lugar que ofrece un creciente nivel de calidad de vida a sus habitantes.²

1.3. Aspectos geográficos

La comuna de Los Muermos posee un suelo de origen volcánico, contando con grandes extensiones de bosque nativos. Esta se encuentra constituida por tres unidades geomorfológicas. La primera unidad es la pérdida de altitud que existe entre la cordillera de la costa y la cordillera de Los Andes, denominada depresión intermedia, caracterizada por rasgos morfológicos variados y sedimentos de distinto origen. Esta zona equivale aproximadamente al 65% de la comuna y en ella se ubican Los Muermos, Paraguay Chico, Cañitas, Ostiones, Santa Amanda, La Paloma, San Carlos, Mañío Cululil, Cumbre Alta, La Colonia, Llico, Río Frío, Caracol, Millaray, Chaquihuan, La Granja, Cuesta La Vaca, Cululil, Amancayes.

La segunda corresponde a la cordillera de la Costa, la cual está compuesta por rocas metamórficas, materiales sedimentarios continentales y marinos. Respecto a su altura, esta es aproximadamente de 200 metros. Las localidades establecidas en esta unidad geomorfológica se dividen en dos, aquellas ubicadas en la pre cordillera de la costa, la cual abarca un 15% de la superficie total de la comuna y está entre la cordillera como tal y el llano central (depresión intermedia), está compuesta de características de ambos sectores; la segunda, es la cordillera de la costa, se encuentra al noroccidente de la zona, abarca un total del 20% de la superficie englobando sectores como Hua-Huar, Miramar, Esperanza, Yervas Buenas y Estaquilla. Por otro lado, El Mañío, Putrautroa, Quillagua, Tambor Bajo, Tambor Alto, El Meli, Rincón Anima y Los Piques son localidades ubicadas en la pre cordillera de la costa.

La última unidad trata de la planicie litoral, la cual se ubica desde el río Llico hasta Carelmapu en longitud estimada en 60 Km. en el borde del Río Maullín y además posee una extensión indeterminable, ya que, desde el punto de vista altimétrico, establece soluciones de continuidad con el extremo meridional del Llano Central en Llanquihue y Puerto Montt.

El terreno alrededor de la ciudad de Los Muermos no posee accidentes geográficos, limitándose a una micro topografía ondulada y pendientes suaves (Centro de Información de Recursos Naturales [CIREN], 2022).

Sobre el clima de la zona, la comuna cuenta con abundantes lluvias durante la estación de invierno y no cuenta con “meses secos”, siendo clasificado como un clima templado cálido. Cabe destacar que, en los sectores de la cordillera de la costa, las precipitaciones suelen ser mayores.

En cuanto a su hidrografía, la comuna posee una gran red de ríos, que inician en general desde el Lago Llanquihue y desembocan en el Océano Pacífico o en el Río Maullín. Entre los más importantes se encuentran el Río Ñadi, el Río Frío, Río Llico.

² Información secundaria obtenida de Secretaría Comunal de Planificación, Municipalidad de Los Muermos.

1.4. Aspectos demográficos

Según datos del último CENSO 2017 población y vivienda, la comuna de Los Muermos cuenta con una población de 17.068 habitantes, de los cuales 8.681 (50,86%) son hombres y 8.387 (49,14%) son mujeres. Sin embargo, según proyecciones del INE para el año 2021 la comuna cuenta con una población de 17.828 habitantes, teniendo una variación respecto al año 2017 de un 4,45%.

La población de la comuna se distribuye principalmente en los sectores rurales que acaparan un 52,5% de los habitantes, mientras que la comunidad urbana alcanza un 47,5% (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2017). Dicha población urbana se asienta principalmente en la cabecera comunal, mientras que en menor medida en las localidades de Cañitas y Río Frío.

En relación con la estructura etaria de la población se puede señalar que se concentra en mayor medida entre el rango de 45 a 62 años, lo cual nos indica un posible aumento a corto plazo de la población adulta mayor. Por otra parte, se puede apreciar que el rango etario con menor cantidad de población se concentra entre los 65 años o más.

Con respecto a la conformación étnica de la población a nivel comunal un 16% de los habitantes se siente perteneciente a un pueblo originario, de los cuales existe un evidente predominio de la etnia Mapuche, con un nivel de representatividad del 95,5%. Sin embargo, también existe en menor medida la representatividad por parte de los habitantes con otras etnias tales como: Aymara, Lican Antai, Rapa Nui y Diaguíta (INE, 2017).

Respecto a los niveles educacionales de la comuna, la cantidad de analfabetismo de la población, según los últimos datos registrados son de la encuesta CASEN del año 2015, se obtuvo como resultado un nivel de 5,4%, es decir, mayor al promedio regional y nacional de la época, los cuales eran de 4,6% y 3,3% respectivamente. En el caso de las pruebas de selección universitaria, para el año 2015 el promedio de puntaje era de 420,09 ubicándose igualmente debajo de la media regional y nacional, siendo estas 468.32 y 459.19 respectivamente.

Gráfico 1: Población por género



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del CENSO 2017 Población y Vivienda.

Gráfico 2: Distribución de la población



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del (INE, 2017).

1.5. Aspectos Productivos

La estructura productiva de la comuna está principalmente centrada en el sector silvoagropecuario, de la cual destacan la explotación ganadera, el cultivo de papas y las actividades forestales extractivas. Respecto a la actividad ganadera la principal fuente es la producción de leche, seguida de la crianza y engorda de ganado. Cabe destacar que las condiciones agroclimáticas de la comuna ofrecen una condición superior en el cultivo de la papa respecto a las demás comunas de la provincia de Llanquihue.

En el llano central o depresión intermedia, la principal producción es pasto natural, tales como el pasto ballica y ovillo con el propósito de servir como forraje en las actividades productivas de la ganadería. Además, para conseguir el máximo aprovechamiento de las tierras, se lleva a cabo la rotación de cultivos: pasto natural, papas, cereal, pradera artificial, esta última se emplea como última etapa de la rotación. Su estacionalidad provoca crisis de producción de forraje con un mínimo en invierno y un máximo en primavera de 50% anual.

En relación con la Cordillera de la Costa por lo general los suelos son de clase VI y VII de capacidad de uso, es decir, para pastoreo y forestación, pero que son susceptibles a la erosión e inapropiadas para la industria agropecuaria.

Con respecto al número de empresas la comuna de Los Muermos contaba para el año 2021 con un total de 1.552, de las cuales 1.061 (68,36%) eran microempresas, 254 (16,37%) pequeñas, 22 (1,42%) medianas, y 2 (0,13%) eran grandes empresas, y 213 (13,72%) no presentaron información de ventas. En cuanto a su clasificación por rubro económico, se destacan principalmente tres: 683 (44,01%) empresas dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, seguida por 370 empresas (23,84%) dedicadas al comercio al por mayor y al por menor, en tercer lugar, 96 empresas (6,19%) dedicadas al transporte y almacenamiento. Las restantes empresas, que corresponden a

403 (25,97%) están distribuidas en variadas actividades, tales como: industria manufacturera, construcción, actividades de alojamiento y de servicios de comida, etc...(Biblioteca del Congreso Nacional, 2023).

En cuanto al desarrollo turístico de la comuna, se ha observado una incipiente manifestación de emprendimientos en esta área de la economía, fenómeno que se inició durante el segundo año de la pandemia (2021). Como consecuencia, Los Muermos se ha posicionado como un destino turístico popular para aquellos que buscan escapar y desconectarse de la vida urbana, y así disfrutar de la naturaleza y los paisajes que la zona puede ofrecer. De esta manera, la comuna está convirtiéndose en un destino turístico en ascenso en la Región de Los Lagos, lo cual podría tener un impacto positivo en la economía local. Sin embargo, gran parte de los emprendimientos turísticos se encuentran en la informalidad, por lo que no se registran datos oficiales sobre su número.

1.6. La comuna de hoy y próximos pasos

La comuna de Los Muermos se encuentra experimentando una diversificación de su estructura económica tradicional con la irrupción del turismo en determinados sectores específicos como Estaquilla y Los Muermos pueblo, principalmente. Como las autoridades locales lo han manifestado “el turismo llegó y nos está sorprendiendo ya que no estamos preparados para asumirlo de la forma más adecuada”, de la misma forma se han expresado los diversos emprendedores de la actividad que han visto en el turismo una oportunidad de emprendimiento y también de contribución al desarrollo económico de la comuna.

El levantamiento de información que se ha realizado como parte del diseño del Pladetur evidencia un innegable potencial para el desarrollo del turismo local, atributos como la naturaleza, paisajes escénicos maravillosos, calidez de su gente, etc., sin duda contribuyen para organizarse y explorar el desarrollo del turismo de la comuna, un desafío que supone trabajar en una visión turística comunal compartida y liderada por sus actores principales, tanto del ámbito público como privado.

Para desarrollar el turismo de una manera “sustentable”, como lo desea la mayoría de los emprendedores del turismo local, implica liderar desde la autoridad municipal el cómo abordar la actividad y estar preparada con la estructura de soporte especializada en turismo, que se dedique a congregar a los actores principales y en conjunto definan el plan de acción, y lo más importante es que definan un plan acotado de proyectos y programas de acción y se aseguren en todo lo que sea posible de su implementación.

La planificación e inversión son aspectos fundamentales para avanzar en la formación de un entorno turístico con proyecciones. Para ello, cada paso dado en esta dirección, como la elaboración del presente documento, se convierte en un hito significativo para lograr de la comuna de Los Muermos y sus localidades un lugar turístico prometedor a nivel regional.

A weathered wooden sign with the text "AVENIDA LLICÓ" mounted on a wooden wall. The sign is made of a light-colored, possibly metal or painted wood, and is secured with four screws. The background is a wall of vertical wooden planks with a decorative, scalloped edge pattern. The wood shows signs of age and weathering, with some discoloration and small holes.

AVENIDA LLICÓ

**Capítulo II. Actividades en terreno y principales
conceptos para el desarrollo de la actividad
Turística**

2. Capítulo II. Actividades en terreno y principales conceptos para el desarrollo de la actividad Turística

2.1. Marco Referencial

El sistema turístico es concebido por Boullón (2004) como “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre”.

El sistema turístico es un sistema complejo que involucra una serie de elementos tanto internos como externos. Entre los elementos externos se encuentran la dimensión política, social, cultural, ambiental y económica, mientras que los elementos internos incluyen la superestructura, oferta, demanda, infraestructura y comunidad receptora. Todos estos elementos están interrelacionados entre sí y se unen para formar una estructura sólida que tiene como base el desarrollo local en los diferentes factores que lo integran. En otras palabras, el sistema turístico es un conjunto de elementos que trabajan juntos en armonía para lograr el crecimiento sostenible y equilibrado del turismo en una determinada región.

Superestructura Turística: El buen funcionamiento del sistema turístico depende en gran medida de la existencia de un subsistema superior que lo regule, conocido como superestructura. La superestructura turística está compuesta por organismos especializados, tanto públicos como privados, que se encargan de mejorar y adaptar el funcionamiento de cada uno de los elementos del sistema. Además, su función es armonizar las relaciones entre los distintos actores involucrados para facilitar la producción y venta de los servicios turísticos.

En otras palabras, la superestructura turística tiene la tarea de coordinar y regular el funcionamiento del sistema turístico en su conjunto. Esto implica trabajar con los actores públicos y privados para asegurar que los servicios turísticos estén a la altura de las expectativas de los visitantes y que se ofrezcan de manera coordinada y eficiente.

Oferta Turística: se refiere a todos los productos y servicios que se ofrecen a los turistas en un destino o región determinada. Incluye una amplia variedad de opciones, desde alojamiento, transporte, restauración y actividades de ocio hasta servicios turísticos especializados, como guías turísticos, excursiones, alquiler de equipo deportivo, entre otros. Es un elemento clave en el desarrollo del turismo, ya que su calidad y variedad pueden determinar la elección del destino por parte de los visitantes y, por lo tanto, el éxito del sector turístico en la región.

Demanda Turística: La definición de Boullón sobre la demanda turística señala que esta se refiere a la cantidad de bienes y servicios que los consumidores solicitan en un destino turístico. Es importante destacar que no solo se considera el número de turistas que visitan el destino, sino también los ingresos que generan durante su estadía. La demanda turística es un elemento fundamental en el desarrollo turístico, ya que influye en la oferta de

servicios y en la planificación de la infraestructura turística. Conocer la demanda turística permite a los destinos turísticos adaptar su oferta a las necesidades y expectativas de los turistas, y así mejorar su competitividad.

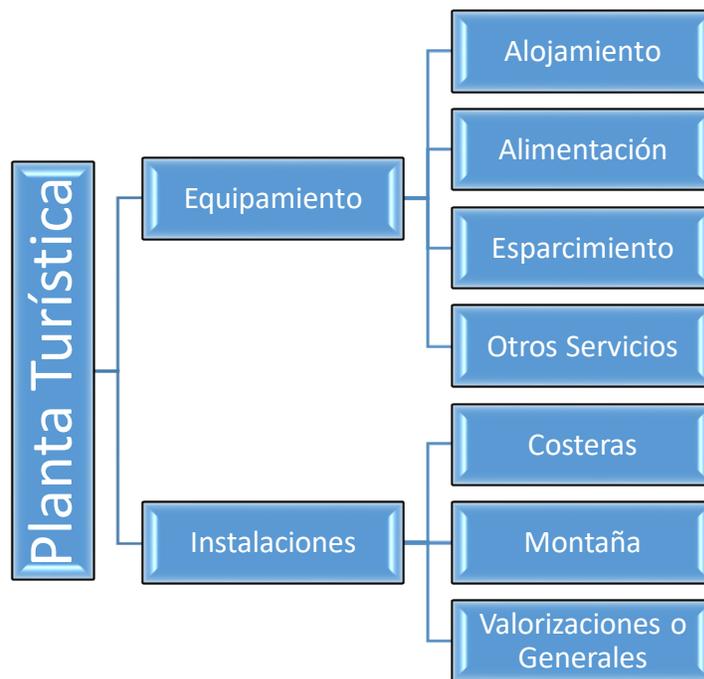
Además, la demanda turística también es relevante para la medición del impacto económico del turismo en un destino. Al tener en cuenta los ingresos generados por los turistas, se puede determinar la importancia del turismo en la economía local y su contribución al desarrollo sostenible del destino.

Estructura: Compuesta por la Planta Turística (equipamiento e instalaciones), los atractivos turísticos, infraestructura (sistemas que apoyan el funcionamiento del sector) y que conforman la estructura de producción.

- **Planta Turística:** la Planta Turística es un componente fundamental en el turismo y engloba todas las empresas y servicios que brindan comodidades y facilidades a los turistas durante su estadía en un destino turístico

A su vez, la planta turística está dividida de la siguiente forma:

Ilustración 3: Planta turística



- **Infraestructura:** se refiere a la disponibilidad de recursos y servicios esenciales que facilitan la llegada y estadía de los turistas en un destino turístico. Esto incluye carreteras, aeropuertos, transporte público, servicios de telecomunicaciones, servicios de salud, agua potable, electricidad, entre otros. La infraestructura

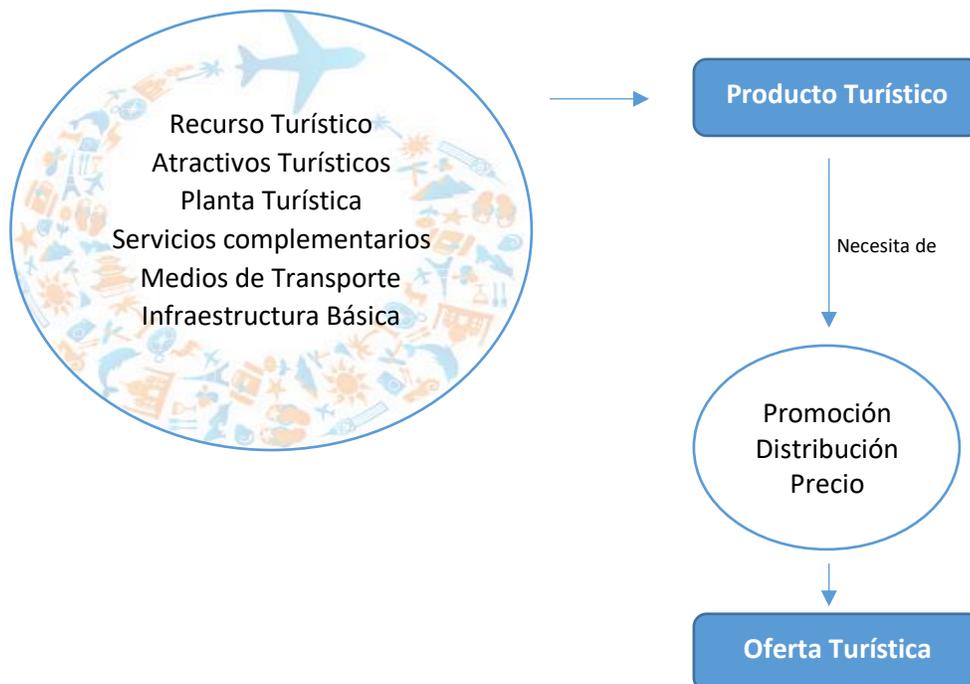
turística es un componente clave del desarrollo turístico ya que su calidad y disponibilidad influyen en la satisfacción del turista y en su decisión de visitar o volver a un destino turístico en el futuro.

- **Atractivos:** La Organización Mundial del Turismo (OMT) define los atractivos turísticos como "elementos naturales o creados por el hombre, tangibles o intangibles, que motivan al viajero a visitar un destino turístico". Estos pueden incluir paisajes naturales, sitios culturales y patrimonios históricos, festivales y eventos, actividades deportivas y recreativas, entre otros. Los atractivos turísticos son un componente clave en la creación del producto turístico y pueden influir significativamente en la decisión de los turistas de visitar un destino en particular.

Oferta Turística

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

Ilustración 4: Componentes del producto turístico



Se pueden diferenciar principalmente 2 tipos de oferta turística:

- a) **Primaria:** Son aquellos atractivos culturales (museos, edificios coloniales, teatros, artesanías, entre otros); naturales (playas, ríos, lagos, cascadas, montañas, flora, fauna, etc.) e históricos (zonas arqueológicas), que dan origen a los desplazamientos y que determinan la producción de los servicios. Este conjunto de atractivos constituye el patrimonio turístico de un país.
- b) **Complementaria:** Son los organismos de turismo, dependencias de gobierno, establecimientos de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, aeropuertos, autobuses, etc.) y obras de infraestructura (vías de comunicación, caminos, puentes, pistas de aterrizaje, puertos marítimos entre otros) dedicados al impulso y desarrollo de la actividad turística.

Producto turístico

Se entiende como producto turístico como un "Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico". Siendo "El conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista".

Éste está compuesto de manera básica por:

- **Los recursos turísticos:** Es "todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo". Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones. Los recursos turísticos complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.
- **Los atractivos turísticos:** Entre los principales elementos de la oferta turística de un destino se encuentran los atractivos turísticos, los cuales constituyen una motivación importante de la afluencia de visitantes y turistas al lugar donde estos se encuentran (SERNATUR, 2016). El Servicio Nacional de Turismo administra el catastro oficial de atractivos turísticos del país, los que se han clasificado, basándose en la metodología diseñada para elaborar inventarios turísticos, desarrollada en la década del 70 por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA).
 - **Sitios naturales:** Corresponde a los diferentes lugares de un área considerados en razón de su interés como paisaje, con exclusión de cualquier otro criterio, como equipamiento o actividades recreativas.
 - **Folklore:** Dentro de esta categoría se encuentran los siguientes tipos: manifestaciones religiosas y creencias populares; ferias y mercados; música y

- danza; artesanías y artes; comida y bebidas típicas; grupos étnicos y arquitectura popular espontánea.
- **Museos y manifestaciones culturales históricas:** Están asociados a algún acontecimiento relevante de la historia nacional o local.
 - **Realizaciones técnicas contemporáneas:** Corresponden sólo a aquellas que por su singularidad o alguna característica excepcional tienen interés turístico y además un carácter más actual que histórico. En esta categoría se consignan particularmente obras y manifestaciones técnicas propias de nuestro tiempo, dejando para la categoría “Museos y manifestaciones culturales históricas” las que pertenecen al pasado.
 - **Acontecimientos programados:** Comprende a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que puedan atraer turistas ya sea como espectadores o como actores.
 - **Centros o lugares de esparcimiento:** Comprende todos los espacios urbanos organizados en torno a ofertas relevantes de esparcimiento y lugares singulares que se constituyen en puntos de atracción para el esparcimiento, tales como barrios bohemios o con activa vida nocturna, casinos, parques temáticos y centros comerciales.
- **La planta turística:** Es todo aquello que facilita al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen.

Jerarquización de los atractivos turísticos

La capacidad de atracción no es siempre la misma en todos los atractivos turísticos, por ello pueden ser jerarquizados. Para ello, la capacidad de atracción se cuantifica y mide atendiendo al impacto que puedan generar en el turismo internacional o en el interno, este proceso es conocido como jerarquización.

Las jerarquías se expresan en una escala ordenada de mayor a menor (3, 2 y 1). Los atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos en las jerarquías anteriores se consideran inferiores al umbral mínimo y se clasifican como jerarquía 0.

Estos criterios de evaluación, según la Organización de Estados Americanos (OEA), contemplan los siguientes aspectos:

Jerarquía 3. Recurso excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial). Por ejemplo: Torres del Paine, San Pedro de Atacama, Isla de Pascua.

Jerarquía 2. Recurso excepcional de un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros recursos contiguos. Por ejemplo: Volcán Villarrica, Parque Nacional Vicente Pérez Rosales, Puerto Varas.

Jerarquía 1. Recurso con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales. Dunas de Hua Huar, Caleta Estaquilla, Los Muermos.

Jerarquía 0. Recurso sin merito suficiente para ser considerado en las jerarquías anteriores.

Potencial del atractivo: La clasificación de potencialidad de los atractivos se puede dividir en 2 grupos, los atractivos que actualmente generan una corriente turística de visitantes (Atractivos actuales) y los que cuentan con un potencial susceptible de ser aprovechado turísticamente para que en un futuro puedan generar una corriente turística hacia ese lugar (Atractivos potenciales).

Para poder definir productos turísticos es necesario tener en consideración qué es un producto turístico:

Son todos aquellos elementos, productos y servicios que ofertados simultánea e integradamente son capaces de generar un desplazamiento con fines turísticos

Principales condicionantes en la producción:

Ilustración 5: Componentes de un producto turístico



Una de las principales carencias identificadas en la comuna de Los Muermos es la falta de productos turísticos actualmente disponibles. Aunque existen numerosos atractivos turísticos y recursos que podrían convertirse en atractivos, así como un desarrollo en el área de alojamiento y alimentación, se necesita consolidar una propuesta turística integral. Es fundamental crear un relato y desarrollar actividades turísticas que logren articular todos estos elementos, generando así un producto turístico atractivo y coherente. Este enfoque permitirá maximizar el potencial de la comuna como destino turístico y brindar experiencias memorables a los visitantes.

A modo de ejemplo, se entrega la siguiente tabla, donde se mencionan los atractivos, servicios, formas de acceso y comercialización mínima con la que debería contar un producto turístico.

Tabla 1: Tipos de servicios con los que debe contar un Producto Turístico

Atractivos	De eventos	Ferias costumbristas, actividades deportivas. etc.
	De sitio	Patrimonio
	Naturales	Parques, montañas, lagos, etc.
Servicios	Alojamiento	Hoteles, hostales, cabañas, camping.
	Alimentación	Restaurantes, cafeterías, bares.
	Actividades	Tours, excursiones, deporte, diversión.
Acceso	Transportes	Aéreos, terrestres, marítimos, fluviales.
Comercialización	Estrategias comerciales	Producto, Precio, Distribución y Promoción.

Ilustración 6: Resumen de los componentes de un producto turístico



Tipos de Productos Turísticos

Paquetes Turísticos

Rutas Turísticas

Itinerarios Personales

- **Paquetes Turísticos:** Programas “Todo incluido” con tiempos y duración definida por la empresa que lo comercializa mediante un valor global único. Son comercializadas por una agencia de viajes, actualmente de forma online, con días y lugares definidos por la agencia o tour operador, donde el cliente elige de entre las opciones, la que estime mejor en precio, fechas y duración.
- **Rutas Turísticas:** Propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar en una zona, bajo régimen, tiempos y duración de la visita flexibles, es decir, la información de la ruta está disponible, pero no hay un intermediario que venda los servicios combinados, sino que el turista decide que lugares visitar, que actividades realizar, en las fechas que estime conveniente.
- **Itinerarios Personales:** Son guías de viaje personalizados, que han sido creado a solicitud del cliente y en relación a sus preferencias, realizado también por tour operadores y son customizados a medida. Son mucho más caros porque cada servicio y fecha es definido por el cliente.

Acorde a lo anterior, se estima pertinente que se pueda trabajar en Rutas Turísticas, donde la información esté disponible vía web y redes sociales, con todos los datos de actividades, atractivos, lugares de alojamiento y alimentación, para que cada potencial cliente pueda decidir por sí mismo, por lo menos para la etapa temprana de desarrollo turístico que experimenta la comuna en la actualidad.

2.2. Talleres participativos

Se realizaron 11 talleres participativos con la comunidad local, incluyendo la actividad de lanzamiento. Las fechas de las actividades fueron:

- 10 de enero: Los Muermos (sector urbano)
- 11 de enero: Estaquilla y Hua Huar
- 12 de enero: Palihué y Paraguay Chico
- 17 de mayo: Estaquilla y Los Muermos (sector urbano)
- 18 de mayo: Llico Bajo y Hua Huar
- 14 de junio: Estaquilla y Los Muermos (sector urbano)

Ilustración 8: Taller Inicial - Los Muermos



En cada taller se trabajaron las siguientes temáticas:

- Explicación breve de que es un Plan de Desarrollo Turístico
- Opinión actual de la actividad turística sobre cada uno de los sectores
- Expectativas futuras para el desarrollo del turismo en cada localidad
- Auto ubicación de emprendimientos
- Mapeo de principales atractivos y recursos turísticos

Cada taller representó una oportunidad para hablar de las principales debilidades que tiene la comunidad para el desarrollo del turismo, como también se vieron las oportunidades que hay en el ámbito turístico.

A continuación, se exhibirán los principales hallazgos de cada taller.

2.2.1. Los Muermos, área urbana

Respecto de la pregunta sobre como la comunidad ve actualmente a la comuna, las principales respuestas se muestran en la ilustración N°9, donde destacan: emprendedora, turística, limpia, tranquila, creciendo, con potencial en turismo, verde, segura, hermosa, entre otras.

Ilustración 9: ¿Cómo nos vemos actualmente? Los Muermos Urbano



Referente a la segunda consulta realizada a los participantes del taller, sobre como imagina a la comuna en un futuro, los resultados fueron los siguientes:

Ilustración 10: ¿cómo nos vemos en un futuro? - Los Muermos Urbano



Ilustración 12: ¿Cómo nos vemos en un futuro?



La votación obtuvo los siguientes resultados:

- Limpia
- Rutas seguras
- Alcantarillado

2.2.3. Hua Huar

Sobre la consulta a cómo ve a su localidad actualmente, se mencionan principalmente los siguientes temas:

Ilustración 13: Visión actual de Hua Huar

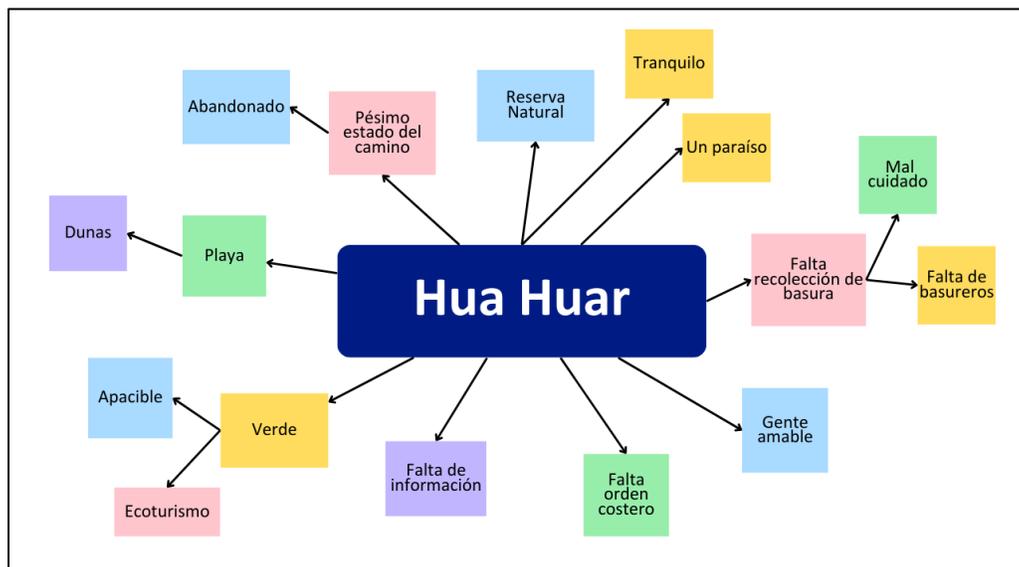
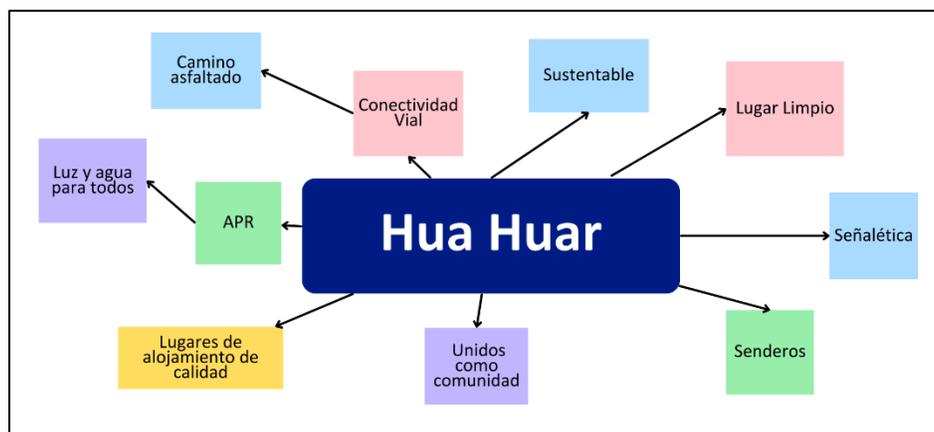


Ilustración 14: Taller participativo Hua Huar



Respecto de la pregunta de cómo nos vemos como localidad en un futuro, los principales temas son:

Ilustración 15: Visión futura de Hua Huar



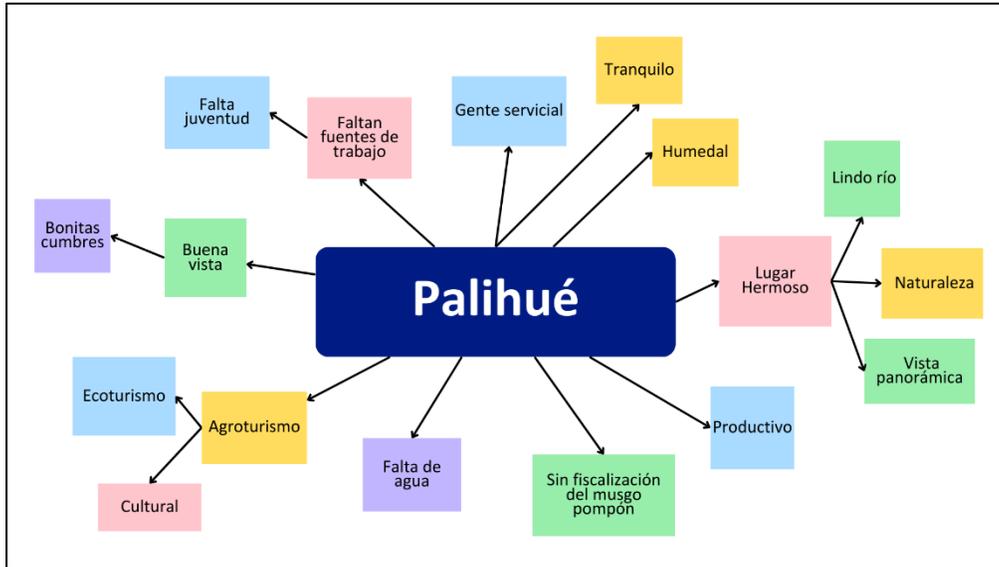
Las cosas que más se destacan para lograr el desarrollo del turismo son:

- Camino asfaltado
- Luz y agua para todos
- Sustentable/sostenible
- Unidos como comunidad

2.2.4. Palihué

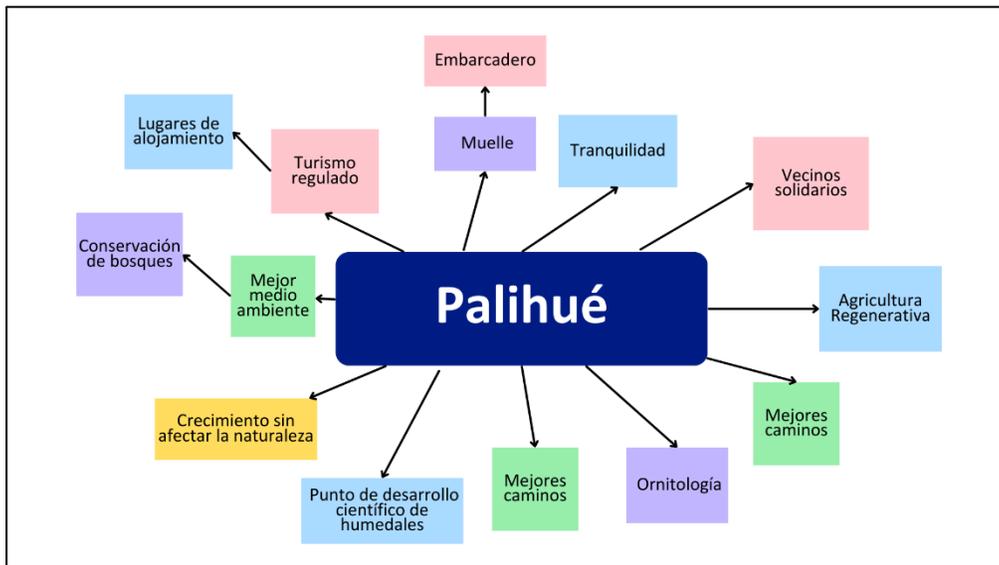
Sobre la pregunta de cómo ve a la localidad de Palihué actualmente, las respuestas por parte de la comunidad fueron:

Ilustración 16: Visión actual de Palihué



Referente a la consulta de cómo ve en un futuro a la localidad, las respuestas fueron:

Ilustración 17: Visión futura Palihué



Las acciones más votadas para el que el turismo se desarrolle fueron:

- Crecimiento sin afectar la naturaleza
- Mejores caminos
- Observación de aves
- Turismo regulado

2.2.5. Paraguay Chico

Respecto de las principales fortalezas y potencialidades que los participantes del sector encuentran, se destacan las siguientes:

Ilustración 18: Visión del sector de Paraguay Chico



También se destacan las cosas que no se quieren perder o que se deben mejorar en el sector para que la actividad turística se pueda desarrollar de forma adecuada para la comunidad local y para los visitantes:

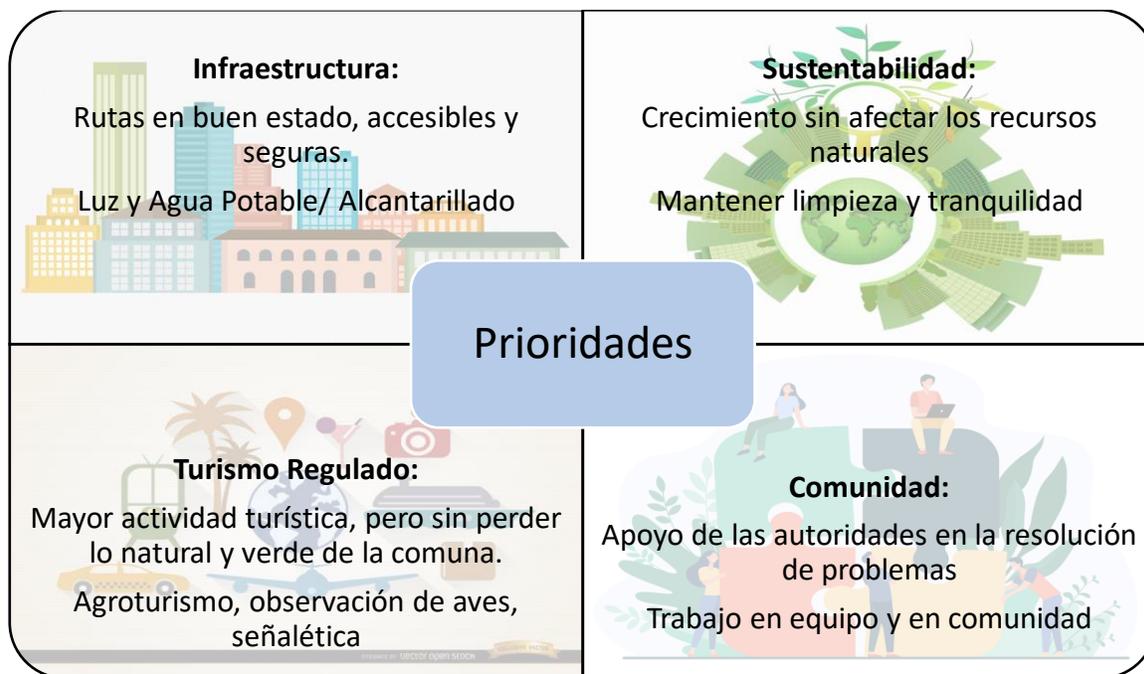
- No perder la limpieza y la tranquilidad
- Falta señalética caminera como los límites de velocidad y señalética turística
- Aumentar la frecuencia de retiro de basura a la orilla del río
- Antes se tenía un lugar de picnic a la orilla del río, el cual se perdió por daños de los visitantes
- Mejorar la accesibilidad al río, mejorando el camino público

Los ítems priorizados por las localidades tienen mucha relación con las necesidades básicas de los territorios, sin las cuales, además, dificulta mucho que la actividad turística se desarrolle o genere altos grados de satisfacción que permitan influir en potenciales visitantes.

Es esencial que las necesidades básicas de las localidades estén satisfechas para poder desarrollar la actividad turística de manera efectiva y atraer a potenciales visitantes. Los ítems priorizados por las localidades, como la seguridad, la infraestructura básica, la limpieza y el mantenimiento de los caminos, el acceso al agua potable y la energía eléctrica, entre otros, son elementos fundamentales para garantizar una buena calidad de vida de la población local y crear un ambiente propicio para la llegada de turistas.

Si estas necesidades no se satisfacen adecuadamente, la actividad turística puede verse seriamente afectada, ya que los visitantes pueden sentirse incómodos o inseguros, lo que puede generar una mala imagen y dificultar la promoción del destino. Por lo tanto, es importante que las autoridades locales trabajen para satisfacer estas necesidades básicas y crear un ambiente atractivo y seguro para los turistas, lo que a su vez puede generar mayores ingresos y beneficios para la comunidad.

Ilustración 19: Prioridades de trabajo en la comuna



2.3. Segundo taller PLADETUR

El día 11 de mayo se realizó una visita a los empresarios de la localidad de Cañitas y Río Frío, donde se les invitó a participar del segundo taller del Pladetur, y se aplicó una entrevista a modo de obtener más información de sus emprendimientos, acorde a las fichas que se encuentran en los anexos.

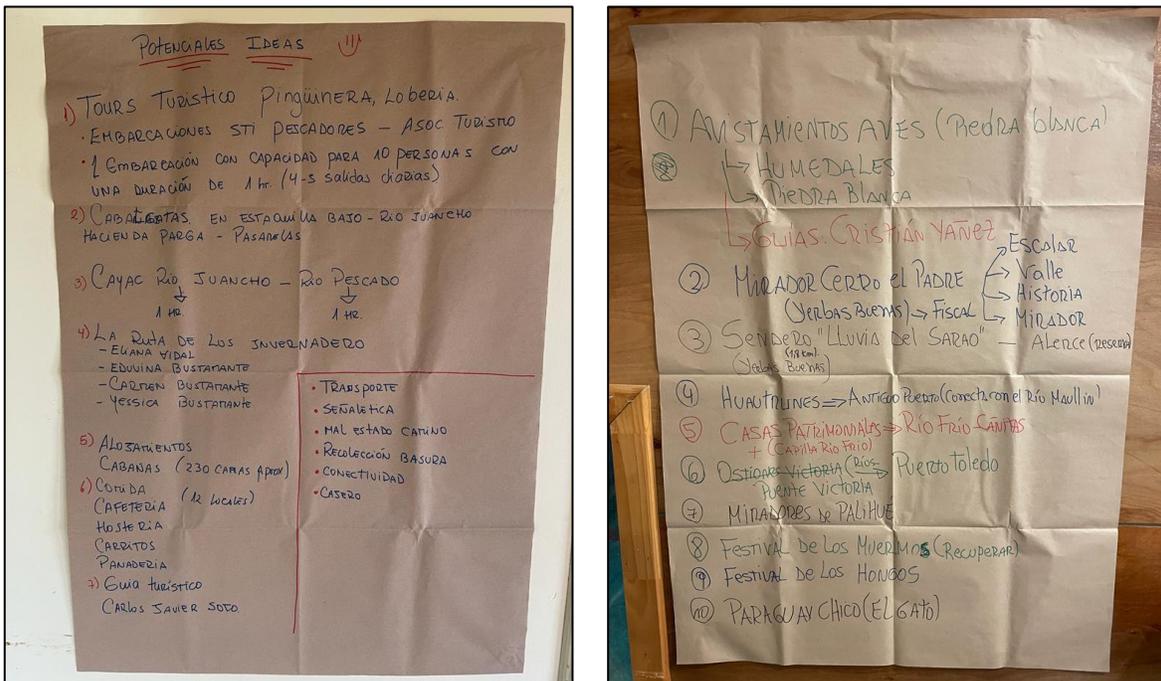
El segundo taller de trabajo con la comunidad fue llevado a cabo los días 17 y 18 de mayo, donde se realizaron reuniones en las localidades de Estaquilla, Llico Bajo, Hua Huar y Los Muermos, sector urbano.

Ilustración 20: Taller en Estaquilla y Los Muermos



La temática de este taller estuvo enfocada en poder levantar potenciales productos turísticos, es decir, poder crear una oferta integral que busca satisfacer las necesidades de los turistas, brindándoles una experiencia única y agradable durante su viaje o estancia en el destino, incluyendo el transporte desde el lugar de origen hasta el destino, el alojamiento en un hotel, excursiones a lugares de interés turístico, actividades recreativas y comidas, pensando en los recursos actuales y potenciales que tiene cada uno de los sectores de la comuna, e incorporando actividades que sean innovadoras y poco convencionales para que puedan resultar atractivas a los visitantes.

Ilustración 21: Papelógrafos de la actividad participativa



En la segunda parte del taller, se llevó a cabo una sesión de lluvia de ideas para identificar acciones, actividades e inversiones futuras que se consideran fundamentales para el desarrollo del turismo en la comuna. Estas propuestas se agruparon en cinco pilares fundamentales: Equipamiento e Infraestructura, Capacitación, Medio Ambiente, Asociatividad y Promoción.

Posteriormente, cada una de las acciones mencionadas por los participantes serán vinculados a los pilares estratégicos mencionados anteriormente, los cuales serán analizados en detalle y priorizados en la cartera de inversión, para establecer las acciones concretas que se llevarán a cabo para impulsar el desarrollo turístico en la comuna.

A modo de resumen, principales ideas obtenidas de esta parte del taller son:

Ilustración 22: Brainstorming



2.4. Tercer Taller Pladetur

El día 14 de junio en la jornada de la mañana se realizó el tercer del plan de desarrollo turístico en la localidad de Estaquilla y, durante la tarde se realizó el taller en el sector de Los Muermos urbano.

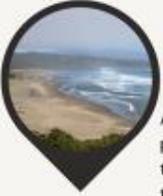
Ilustración 23: Actividad priorización de la cartera de inversión



En este taller se realizó una exposición de los potenciales productos turísticos que se pueden desarrollar en la comuna, enumerando un total de 10 productos, los que se detalla en el Capítulo IV.

Ilustración 24: Resumen de los productos turísticos

Puntos de interés

 <p>Pingüineras y Lobería de Estaquilla A través de embarcaciones de pescadores locales habilitadas para en transporte de pasajeros, se planifica un tour de 1 hora de duración para un máximo de 10 personas.</p>	 <p>Cabalgatas Estaquilla Realización de paseos a caballo por Estaquilla Bajo, Río Juancho, Hacienda Parga y Pasarelas</p>
 <p>tour de Kayak Circuitos de kayak por el Río Juancho y Río Pescado</p>	 <p>Ruta Agrosustentable de la costa Ruta que pone en valor los invernaderos y huertos locales que tienen productos locales de carácter en su mayoría orgánicos</p>



En la segunda parte del taller se trabajó en grupos para poder poner plazos a la cartera de inversión, la cual fue propuesta por los mismos participantes, el detalle de esta actividad se encuentra en el Capítulo IV.

Ilustración 25: Taller Modelo de Gestión



Finalmente, se explicó a la comunidad el modelo de gestión que debería tomar el Pladetut una vez que finalice su construcción, pasando a una modalidad de gobernanza del territorio donde las

organizaciones de la comuna más el municipio puedan formar una mesa público-privada para gestionar, articular y lograr que cada una de las acciones propuestas en la carta de navegación se puedan ir concretando a lo largo del tiempo.

Ilustración 26: Participantes de los Talleres





Capítulo III: Diagnóstico del Sector Turismo



3. Capítulo III: Diagnóstico del Sector Turismo

3.1. Dinámica de la actividad turística en el territorio

Actualmente la comuna está en un proceso de reconocer su potencialidad en el ámbito turístico. Por mucho tiempo Los Muermos ha sido catalogada como una comuna agrícola, donde la producción de alimentos como la papa eran la principal actividad económica.

Acorde al catastro de atractivos de SERNATUR del año 2020, la comuna no posee ningún atractivo turístico, sin embargo, estas condiciones están cambiando, se están generando pequeños flujos de visitantes, principalmente en la época estival, donde el camino hacia la costa ha generado los principales movimientos. El perfil del visitante se analizará con más detalle en el siguiente apartado.

Respecto de los atractivos turísticos, en la actualidad son pocos los que se pueden clasificar como tal, y son principalmente de atractivo local, sin embargo, se cuenta con diferentes recursos turísticos que tienen potencial de ser explotados si se mejoran alguna de las condiciones mínimas para el desarrollo de la actividad turística, como lo son la accesibilidad, y los servicios complementarios.

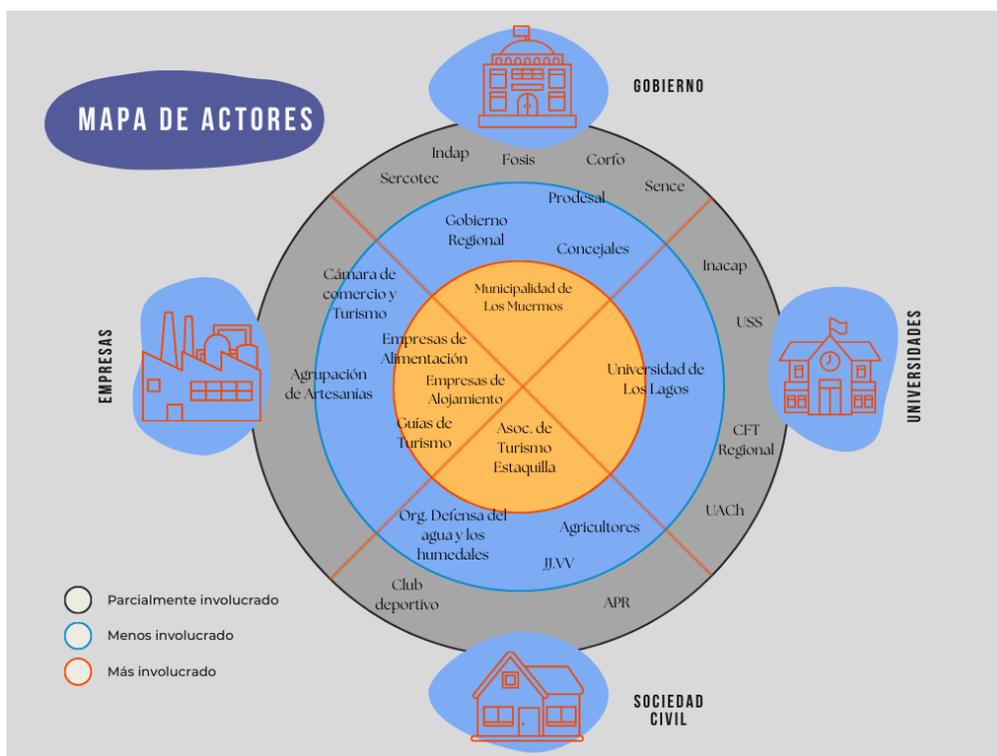
3.2. Mapa de actores

Un mapa de actores de una comuna turística es una herramienta utilizada en la planificación turística que identifica y describe a los diferentes actores involucrados en el desarrollo del turismo en una comunidad. Estos actores pueden incluir organizaciones gubernamentales, empresas privadas, organizaciones sin fines de lucro, grupos comunitarios, residentes locales y turistas.

El objetivo de un mapa de actores es proporcionar una visión completa de los recursos, las capacidades y las relaciones entre los actores que influyen en el turismo en una comuna turística. También permite identificar los puntos fuertes y las debilidades de la comunidad en relación con el turismo y encontrar oportunidades para mejorar la colaboración entre los diferentes actores.

En resumen, un mapa de actores de una comuna turística es una herramienta útil para entender el ecosistema turístico local y crear una estrategia de turismo sostenible que beneficie tanto a los residentes como a los turistas.

Ilustración 27: Mapa de Actores



3.3. Atractivos Turísticos

A continuación, se detallan los recursos y atractivos turísticos potenciales levantados en terreno.

Tabla 2: Jerarquización de atractivos naturales

Categoría	Nombre	Jerarquía	Potencial del atractivo	Descripción
Sitios naturales	Playa y Dunas de Hua Huar	1	Actual	<p>Sitio de descanso y esparcimiento a la orilla del océano pacífico. Cuenta con una playa de 3 kilómetros aproximadamente la que no es apta para el baño, pero si para poder descansar.</p> <p>Problemática del atractivo: El lugar es frecuentado por gente que ingresa a la playa con vehículos 4x4, generando incluso reuniones de gente amante de este tipo de vehículos. Esta práctica se encuentra prohibida por ley, sin embargo, en el lugar no presenta fiscalización por parte de las autoridades</p>

Sitios naturales				competentes. El lugar requiere también de delimitaciones de uso que permita un desarrollo turístico ordenado y que proteja la flora y fauna del lugar.
	Mirador del Río Llico	0	Actual	<p>Mirador ubicado en el límite norte de la comuna donde se puede apreciar de manera completa la desembocadura del Río Llico y el balneario que se encuentra en ese mismo lugar.</p> <p>Problemática del atractivo: Cuenta con lugar de estacionamiento, sin embargo, no se encuentra delimitado ni señalado por lo que los visitantes podrían caer por el borde del mirador. El acceso al lugar desde el sector de Hua-Huar debe ser señalado como solo para 4x4 ya que se trata de una pendiente bastante fuerte en la que un vehículo de tracción simple podría quedar atrapado. El acceso desde el balneario de Llico Bajo es apto para todo tipo de vehículos con precauciones propias de manejar sobre ripio suelto.</p>
	Balneario de Llico Bajo	1	Actual	Playa de aproximadamente 400 metros sobre el Río Llico, lo que permite que sean aguas muy quietas para poder estar tanto fuera como dentro del agua. En el lugar se cuenta con estacionamiento y servicios anexos a los visitantes para que puedan disfrutar de un día de playa. El acceso recomendado a este lugar es a través de la comuna de Fresia, ya que el camino si bien es de ripio, no representa mayores dificultades para todo tipo de vehículos.
	Cementerio de alerces	0	Potencial	Vestigios de bosque de alerce, en donde se puede apreciar las huellas de un incendio que arrasó con estos. Tiene potencial para poder ver las distintas etapas de crecimiento de este árbol, sin embargo, no se cuenta con algún tipo de señalización o infografía que permita realizar un auto guiado. Se puede visualizar

Sitios naturales				como un sitio de conservación ya que aún se encuentran individuos vivos.
	Humedal y Playa Juancho y Río	0	Potencial	<p>Playa ubicada al sur de Caleta Estaquilla. Se trata en su mayoría de un lugar utilizado por lugareños para poder sacar recursos marinos asociados a algas, sin embargo, también hay gente que frecuenta este lugar como zona de camping, la que al no estar regulada podría provocar problemas de carácter ambiental relacionados con la acumulación de basura y la extracción de madera para hacer fuego en lugares no autorizados.</p> <p>Este lugar presenta un gran potencial para la observación de aves, ya que el humedal y la playa tienen una buena diversidad de aves migratorias y playeras. En una visita se lograron observar cerca de 20 especies, las que pudieran representar un atractivo para los observadores de aves y fotógrafos.</p>
	Pasarelas Mirador Pampina la	1	Actual	Red de pasarelas que recorren el borde costero desde una altura que permite a los visitantes observar la costa e incluso bajar a la playa a través de un sendero. El lugar se encuentra debidamente señalizado y con barandas de seguridad a lo largo del recorrido. No es apto para personas con movilidad reducida debido a la pendiente que tiene el recorrido. El principal atractivo se refiere a un punto panorámico, donde se puede tomar fotografías de la costa. La playa a la que se puede acceder no es apta para el baño, sin embargo, en el lugar existe una cascada la que puede ser visitada.
Pasarelas de Estaquilla Beach	1	Actual	Red de pasarelas interconectadas que permiten llegar a un punto panorámico ideal para la toma de fotografías, ya que se encuentra emplazado en altura y desde este lugar se aprecia gran parte de la bahía y sector costero de Estaquilla. El lugar cuenta con	

Sitios naturales				baños, sitios de descanso y puntos creados para que los visitantes puedan fotografiarse.
	Sector Palihué	0	Potencial	El sector de Palihué se encuentra en la ribera del Río Maullín. Actualmente no se registran emprendimientos turísticos en este sector, sin embargo, al contar con zonas de humedales, cuenta con un potencial para el desarrollo de actividades relacionadas a la observación de flora y fauna, especialmente a las aves. En el sector es posible avistar bandadas de flamencos chilenos y cisnes de cuello negro, entre otras especies que podrían motivar a los observadores de aves a visitar el lugar.
	Río Cululil	0	Potencial	El sector de Cululil y en especial el borde del río del mismo nombre, que desemboca en el río Maullín, presenta un potencial en cuanto a la observación de avifauna, siendo un lugar tranquilo en donde se pueden apreciar bandadas de aves migratorias entre las que se destacan, flamenco chileno, perrito, rayador, cisne de cuello negro. La presencia de humedal en este lugar lo hace propicio para la llegada de estas especies.

Tabla 3: Jerarquización de atractivos culturales

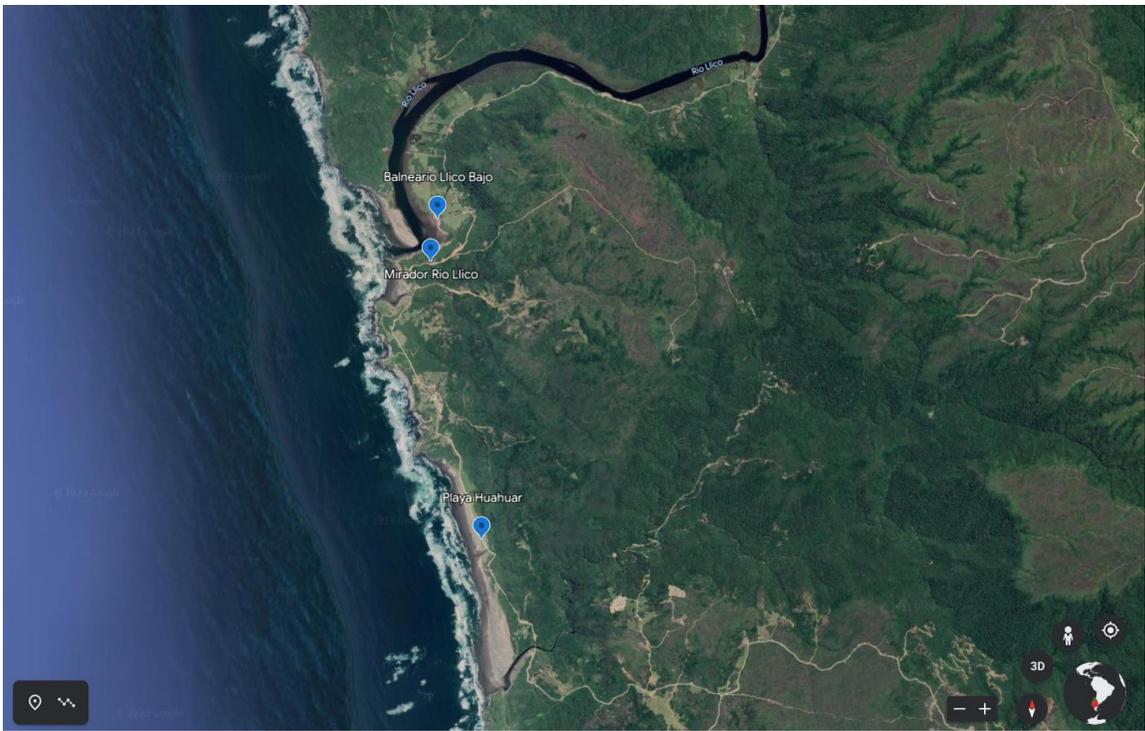
Categoría	Nombre	Jerarquía	Potencial del atractivo	Descripción
Recursos Culturales	Parroquia Inmaculada Concepción de Río Frio	0	Potencial	Iglesia Católica de la localidad de Río Frio que destaca por su construcción en madera y con similitud a las construcciones de origen alemán que se conservan en la zona. Si bien la iglesia pudiera generar una corriente turística menor, no cuenta con una puesta en valor para el turismo que permita hoy en día contar con un relato turístico.

Recursos Culturales	Casas de Río Frío	0	Potencial	Casas que se mantienen en el área urbano de Río Frío y que dan cuenta de la historia de cómo fue habitada en un inicio ésta zona. Si bien se pudiera generar una corriente turística menor, no cuenta con una puesta en valor para el turismo que permita hoy en día contar con un relato turístico.
	Casas de Cañitas	0	Potencial	Casas de los primeros pobladores de la zona y que dan cuenta del uso del Alerce en las construcciones. Esto se puede apreciar incluso en la iglesia del sector. Si bien se pudiera generar una corriente turística menor, no cuenta con una puesta en valor para el turismo que permita hoy en día contar con un relato turístico.

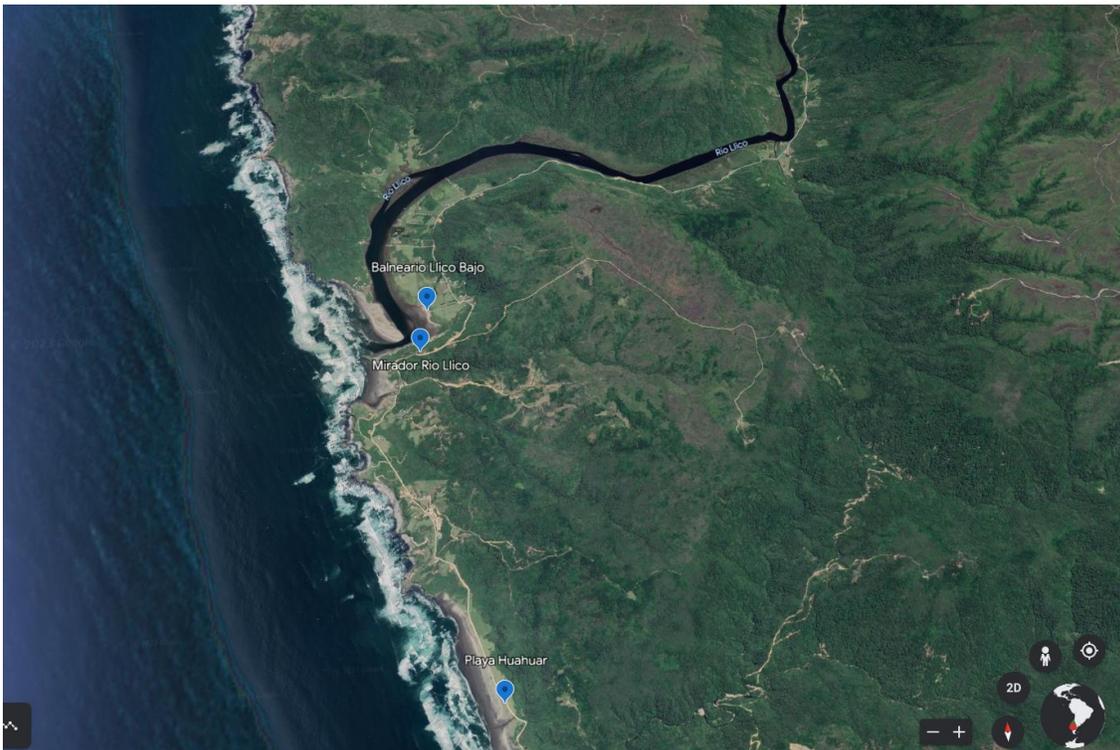
Tabla 4: Actividades culturales realizadas durante el verano de 2023

Categoría	Nombre	Lugar
Eventos Programados	Fiesta de la leche y la papa	Cuesta La Vaca, Cancha Chilenito
	Fiesta del Curanto	Estaquilla Bajo
	Fiesta de la Carne y la Leche	Sector San Carlos
	Asado Muermino	Plaza de Armas Los Muermos
	Fiesta de la Chicha	Sector de Cañitas
	Fiesta de la Empanada	Sector Boquinegro
	Rayando la Papa	Villa Nace Una Esperanza, Los Muermos
	La Fiesta del Chivo	Sector Putrautao
	La Fiesta de la Papa y la Miel	Sector Paraguay Chico
	La Fiesta de Tierra y Mar	Sector la Pampina
	Fiesta Campesina el Torreón	Sector el Torreón
	Muestra Costumbrista Río-Frío	Sector Río-Frío
	Rodeo a la Chilena	Cruce la Colonia
	Encuentro de artesanos de Agrupación de Feriantes Madre Tierra	Plaza de Armas de Los Muermos
	Fiesta de Llico Bajo del Alerce y sus Tradiciones	Sector Llico Bajo
Fiesta Fin de Verano Caleta Estaquilla	Sector Caleta Estaquilla	

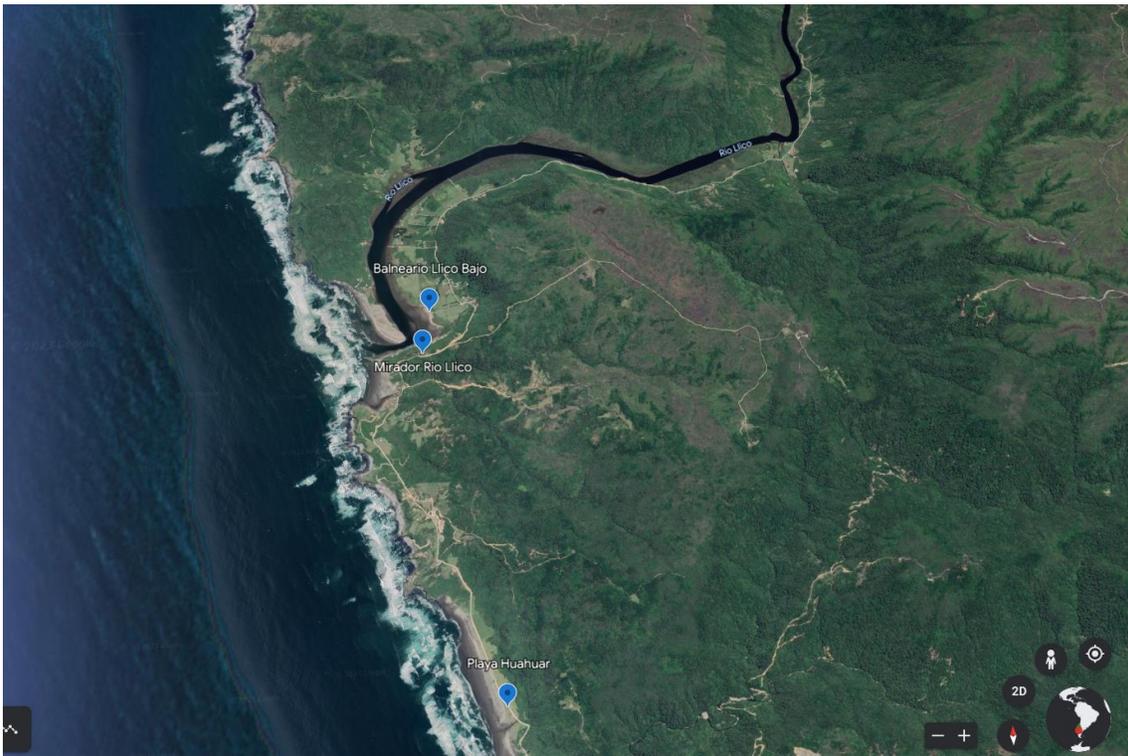
A continuación, se entrega la Ficha descriptiva de atractivos turísticos de la Comuna de Los Muermos:

Nombre	Playa y Dunas de Hua Huar
Georreferencia	41° 19' 10" S – 73° 50' 01" W
	
	

Nombre	Mirador Rio Lico
Georreferencia	41° 17' 27" S – 73° 50' 26" W



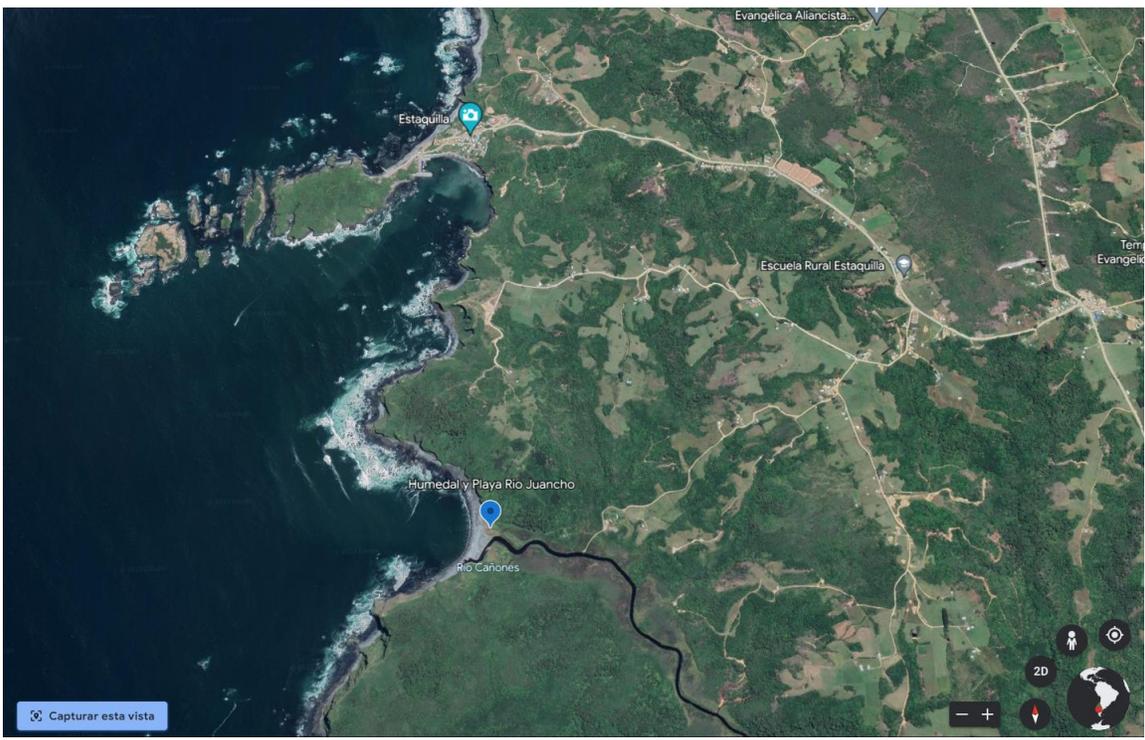
Nombre	Balneario Rio Lico
Georreferencia	41° 17' 11" S – 73° 50' 22" W



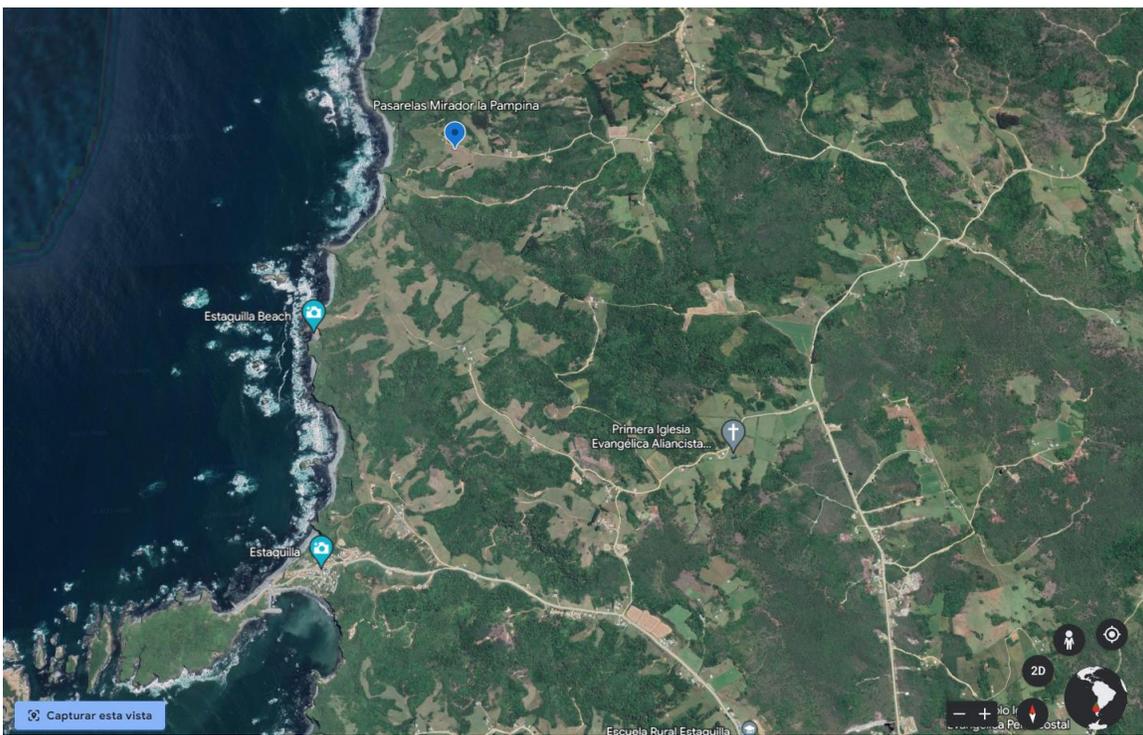
Nombre	Cementerio de Alerces
Georreferencia	41° 21' 32" S – 73° 46' 46" W



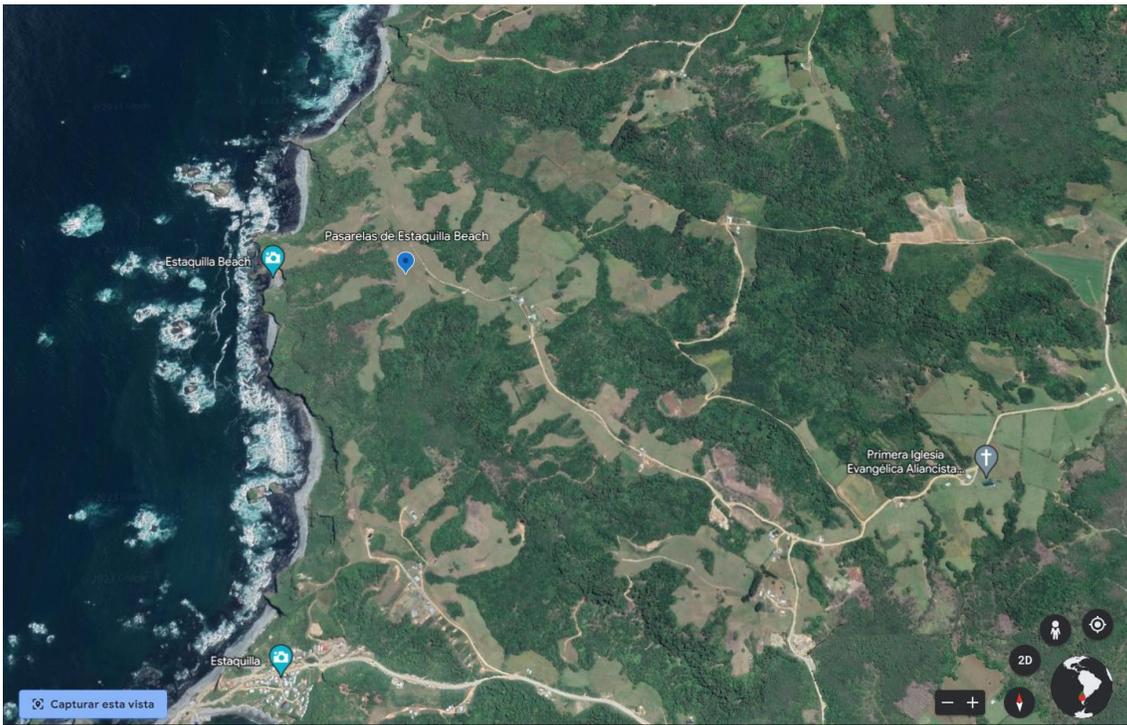
Nombre	Humedal y Playa Rio Juancho
Georreferencia	41° 24' 36" S – 73° 50' 04" W



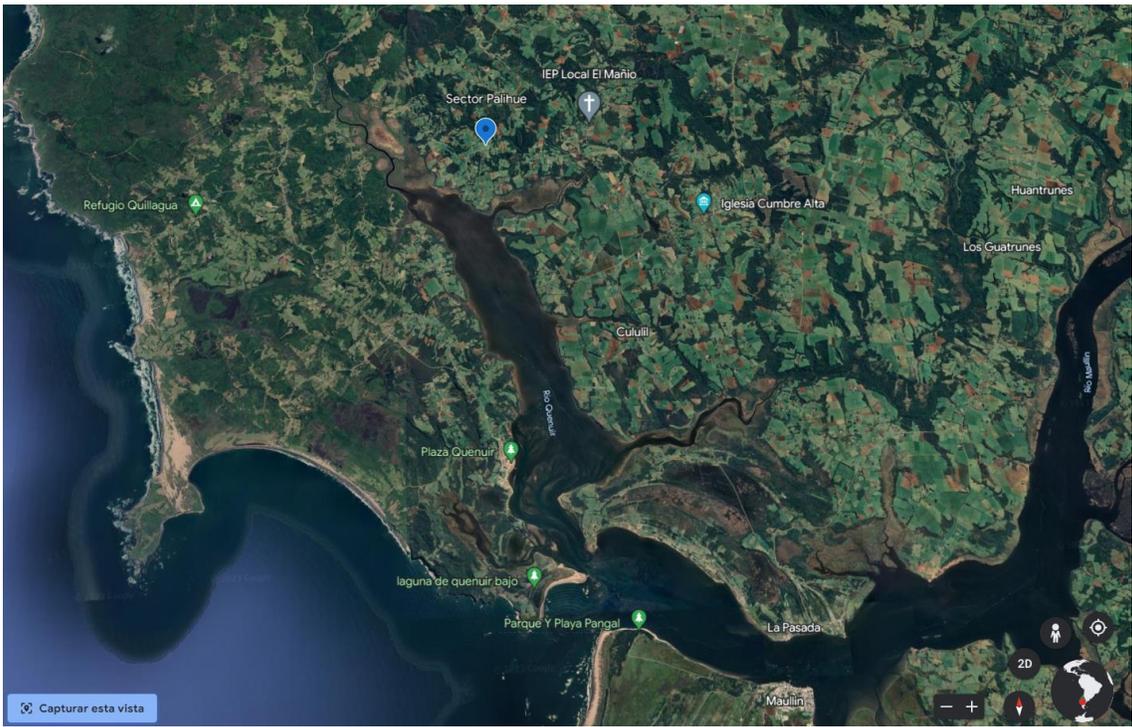
Nombre	Pasarelas Mirador la Pampina
Georreferencia	41° 22' 30" S – 73° 49' 39" W



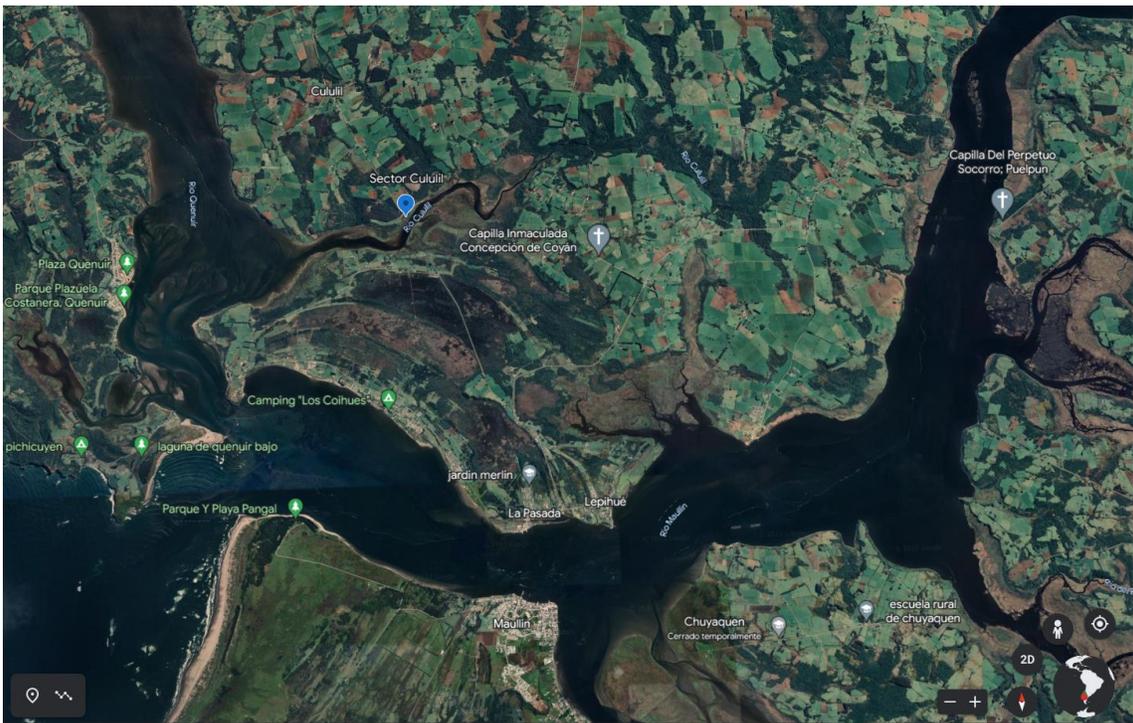
Nombre	Pasarelas de Estaquilla Beach
Georreferencia	41° 23' 02" S – 73° 49' 52" W



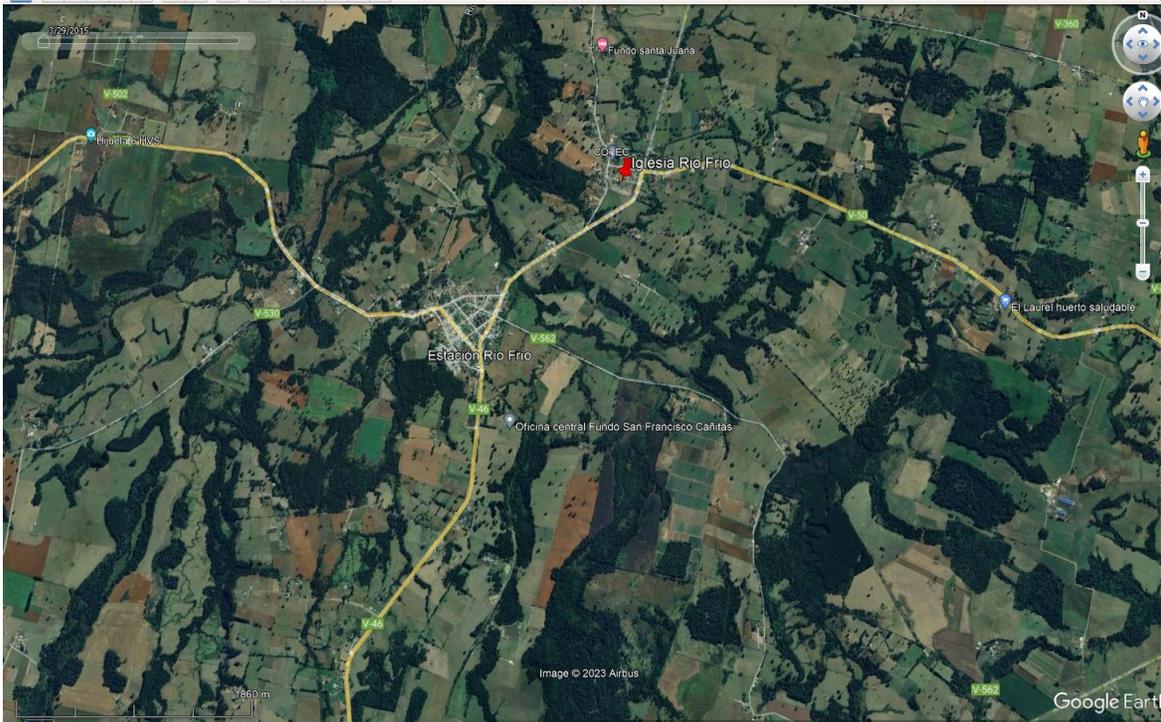
Nombre	Sector Palihué
Georreferencia	41° 28' 51" S – 73° 40' 55" W



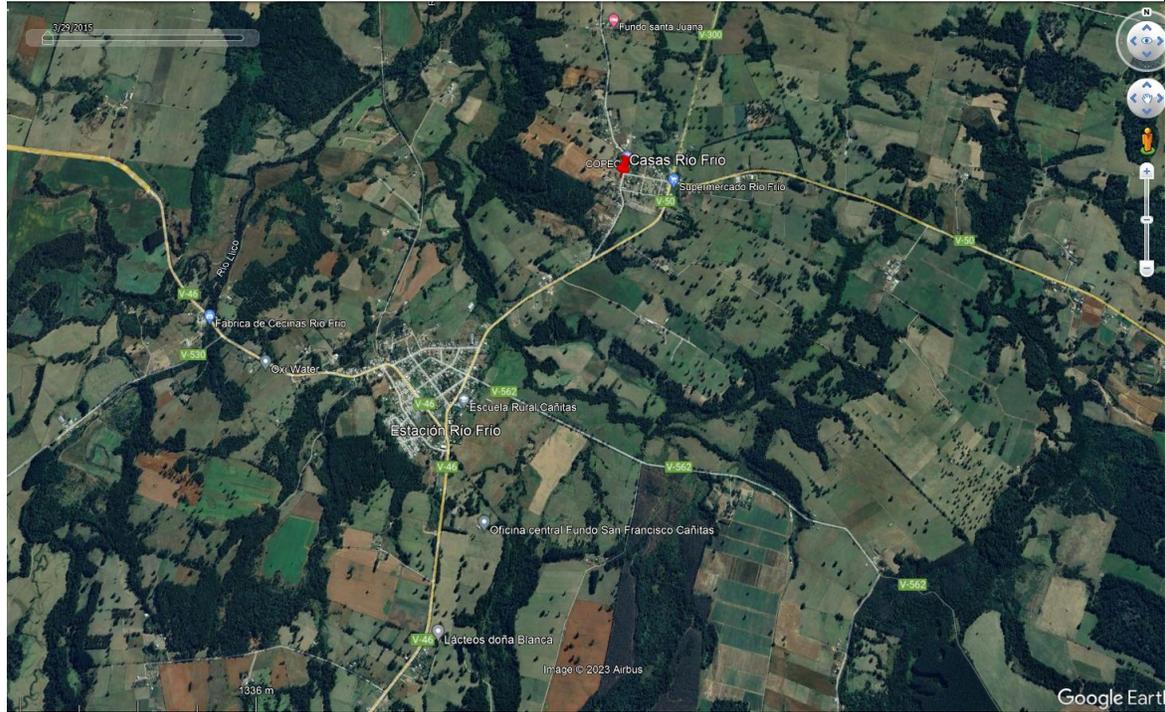
Nombre	Sector Cululil
Georreferencia	41° 33' 21" S – 73° 37' 14" W



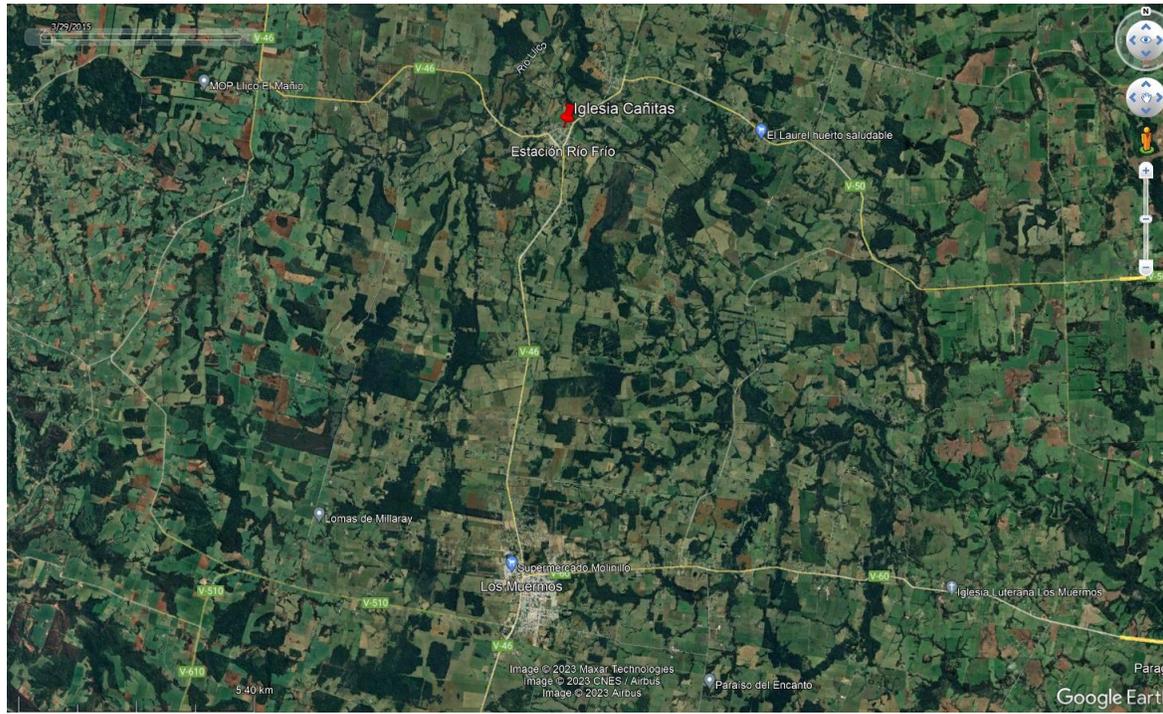
Nombre	Parroquia Inmaculada Concepción de Río Frio
Georreferencia	41° 17' 28" S – 73° 26' 20" W



Nombre	Casas Rio Frio
Georreferencia	41° 17' 59" S – 73° 27' 10" W



Nombre	Casas e Iglesia Cañitas
Georreferencia	41° 17' 24" S – 73° 26' 25" W



3.4. Oferta de Servicios

La oferta de alojamiento actual de la comuna de Los Muermos está principalmente orientada en cabañas, vinculadas a las visitas que han ido en aumento en el sector costero de la comuna, principalmente en Estaquilla y en el sector urbano de la comuna. La planta turística respecto del alojamiento se encuentra en proceso de actualización, lo que se finalizará con la segunda etapa comunicacional del Pladetur, lo actualmente catastrado corresponde a:

Tabla 5: Oferta de alojamiento

Localidad	Clase	Capacidad máxima
Cañitas	Cabañas	67 pasajeros
Cañitas	Camping	75 pasajeros
Estaquilla	Cabañas	175 pasajeros
Estaquilla	Hospedaje	24 pasajeros
Estaquilla	Hostería	16 pasajeros
Hua Huar	Hospedaje	17 pasajeros
Hua Huar	Cabañas	32 pasajeros
La Pampina	Cabañas	5 pasajeros
Llico Bajo	Camping	Sin referencia
Llico Bajo	Cabañas	42 personas
Los Muermos	Cabañas	104 pasajeros
Los Muermos	Hotel	8 pasajeros
Los Muermos	Hospedaje	15 pasajeros
Los Muermos	Residencial	40 pasajeros
Miramar	Domos	8 pasajeros
Quillahua	Cabañas	12 pasajeros
	Total	640 pasajeros

Respecto de la gastronomía, podemos mencionar que hay 25 empresas que se dedican a la alimentación en la comuna, donde 17 de éstos están ubicados en el área urbana de Los Muermos, 4 en Estaquilla, 3 en Cañitas y 1 en Río Frio, totalizando 295 mesas y 992 plazas para comensales.

3.5. Demanda turística

3.5.1. Información actual

Actualmente la comuna no cuenta con oficina de información turística ni con unidad de turismo en el municipio, por lo tanto, no existe información propia por parte de la comuna.

Sobre las estadísticas que recoge el INE en los establecimientos de alojamiento turístico, la región se encuentra dividida en destinos: Chiloé, Lago Llanquihue y Todos los Santos, Puerto Montt y alrededores, y resto de la región. En este último apartado se encuentra la comuna de los Muermos, donde las potenciales estadísticas están unidas con comunas con más flujo de turistas como Osorno, Puyehue, Hualaihué y Futaleufú; por lo tanto, no podemos estimar con detalle el perfil del visitante, es por esta razón que se realizaron encuestas a los visitantes durante la época estival, para poder acercarnos un poco más hacia las principales características y lo que buscan los actuales turistas.

3.5.2. Campañas de levantamiento de datos para caracterizar al visitante

Durante los meses de enero y febrero de 2023, se realizaron encuestas en terreno durante los fines de semana en las localidades de Estaquilla, Cañitas, Paraguay Chico y San Carlos.

Fundamentos para la selección de la muestra

Al tratarse de un estudio de alcance exploratorio, de estadística descriptiva, se define una muestra de turistas de todas las procedencias que visitan los atractivos turísticos de la Comuna de Los Muermos ubicada en la Región de Los Lagos; la revisión de investigación empírica indica que no existen estudios previos que sistematicen la información según criterios de estadística descriptiva.

Por lo anterior, se define un diseño de Muestreo estratégico en la que la selección de las unidades de la población que participarán en la aplicación del instrumento deben ser individuos heterogéneos (que representan distintas variables abordadas en el estudio) y accesibles. Este diseño muestral es sugerido para estudios con muestras ajustadas, inferiores a 300 individuos, cuya finalidad no es la representación sino capturar la diversidad del comportamiento de las variables (Cea D'Ancona, 2010). La operacionalización del muestreo estratégico dependerá de criterios de inclusión y exclusión que consideran las variables de interés definidas en la fundamentación de este estudio, estos son:

Criterios de inclusión:

- Turistas que visitan atractivos/sitios de interés turístico de la comuna de Los Muermos.

Criterios de exclusión:

- Habitantes residentes de la comuna de los muermos
- Residentes de otras comunas que estudian o trabajan en la comuna de Los Muermos

En definitiva:

El marco muestral, esto es, el listado que comprende a las unidades de la población objetivo de estudio que serán seleccionadas para participar del estudio será en base a los criterios de inclusión ya definidos, y también en virtud de la capacidad logística del equipo a cargo.

Se considerará como medición de la calidad de la muestra el logro de la saturación teórica de las respuestas obtenidas, es decir, cuando la tendencia se mantenga o no se observen nuevas ideas o

conceptos emergentes en las respuestas de los participantes, por lo cual una vez se complete la aplicación de encuestas de la muestra inicialmente definida: 300 turistas que visitan la comuna de Los Muermos durante la época estival; se procederá a analizar los resultados para la toma de decisiones.

Adicionalmente, se puede identificar una externalidad positiva de este estudio toda vez que los datos obtenidos, posibilitará desarrollar futuros diseños de investigación con un mayor alcance descriptivo, y con resultados extrapolables a la población (estrategia muestral probabilística), favoreciendo el desarrollo de proyecciones de turistas visitante de la Comuna de Los Muermos con un adecuado nivel de confiabilidad.

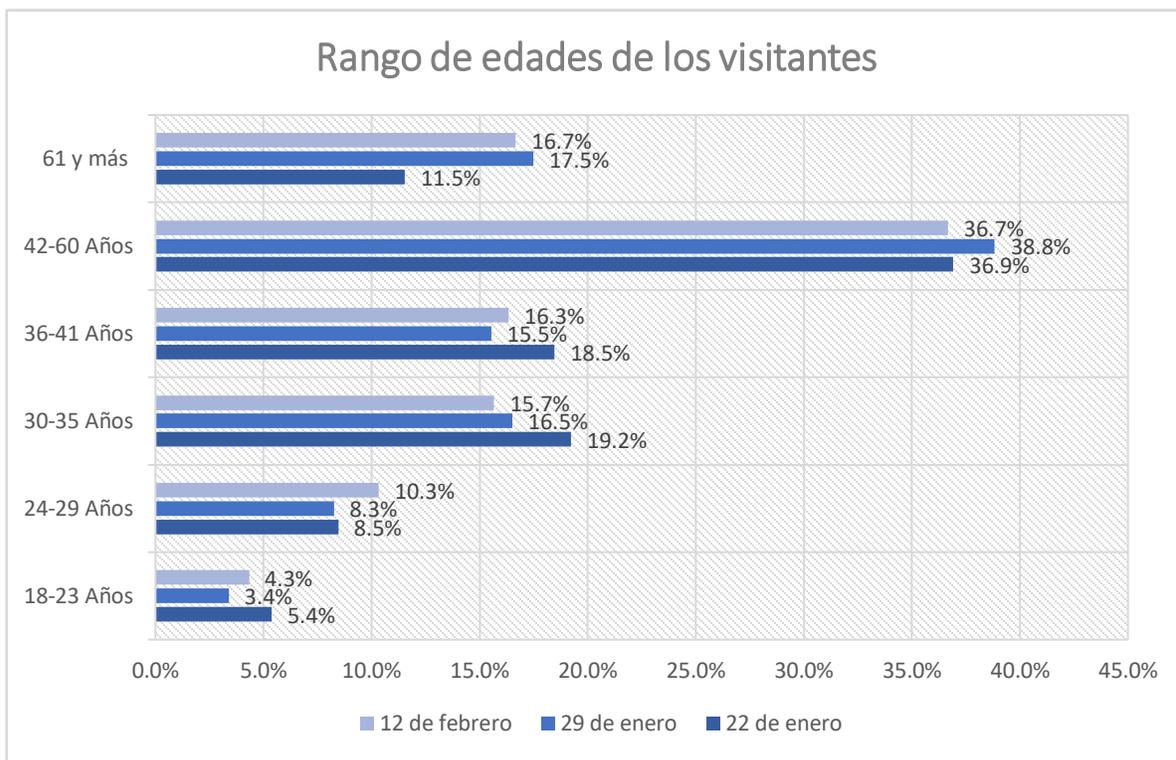
3.5.3. Principales Resultados del Perfil del Visitante

3.5.3.1. Resultados por hitos

Con el fin de analizar y comparar los datos recopilados a través de encuestas a turistas que se encontraban de forma aleatoria en la comuna de Los Muermos, se han utilizado tres períodos: el 22 de enero con un total de 130 casos, el 29 de enero con 206 acumulados y, finalmente, el 12 de febrero con un total de 300 encuestados. Esto, con el fin de determinar la tendencia y la saturación de la muestra, obteniendo el resultado esperado, vale decir, que, aunque se tomen más encuestas, independiente del número final, la tendencia seguirá siendo la misma.

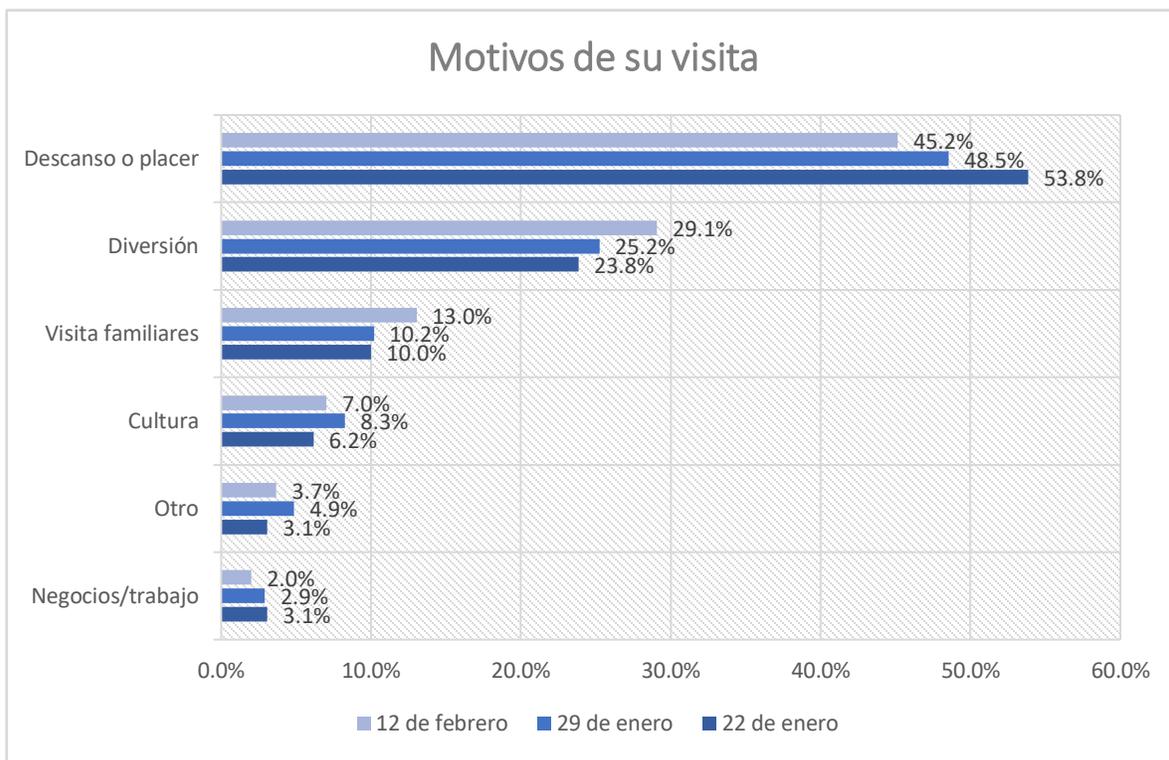
Las estadísticas de las edades muestran una clara tendencia entre las personas dentro del rango de “42 a 60 años”, inicialmente se obtuvo un 36,9% de concurrencia a la comuna, llegando a su punto más alto a finales de enero con un 38,8%, disminuyendo finalmente con los resultados recaudados hasta el 12 de febrero. En contraposición al rango etario anterior, los grupos de 18 a 23, 24 a 29 y de 36 a 41 años presentaron su más baja participación a finales de enero, mientras que el primer grupo de edad presentaba su mayor presencia durante los datos del 22 de enero, las personas entre “24 y 29 años” lo hicieron para el 12 de febrero durante el desarrollo de las Fiestas Costumbristas. El único grupo etario que presenta un patrón son aquellos entre “30 y 35 años”, yendo a la baja, comenzaron siendo la segunda presencia en las encuestas del 22 de enero con 19,2% para luego quedar en tercera posición a fines del mismo mes por debajo del grupo de “61 y más”, finalmente en el mes de febrero su presencia bajó al cuarto lugar con 15,7%.

Gráfico 3: Rango de edad de los visitantes por hitos



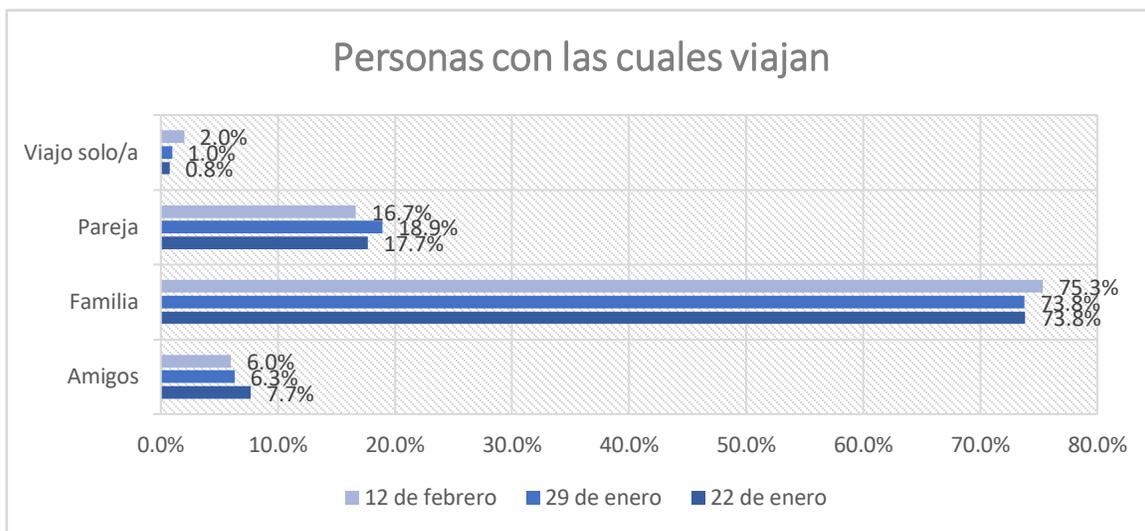
En el siguiente gráfico se puede observar que, hasta el 22 de enero, el principal motivo de visita de los turistas era por “descanso o placer” con un 53,8%. Sin embargo, en las siguientes dos fechas de muestreo, se aprecia una disminución en dicho motivo, con un 48,5% el 29 de enero y un 45,2% el 12 de febrero. Por otra parte, se puede observar un alza de las visitas a la Comuna de Los Muermos por motivos de “diversión”, pasando de un 23,8% el 22 de enero a un 29,1% el 12 de febrero. Lo anterior puede ser explicado por la realización del conocido “Asado Muermino” y “la fiesta de la papa y la miel” del sector Paraguay Chico. En tercer lugar, se puede apreciar que las “visitas familiares” se encuentran como un motivo igualmente importante para aquellos turistas que visitan la comuna de Los Muermos, teniendo un alza desde el día 22 de enero de 10% a un 13% el 12 de febrero.

Gráfico 4: Motivos de la visita por hitos



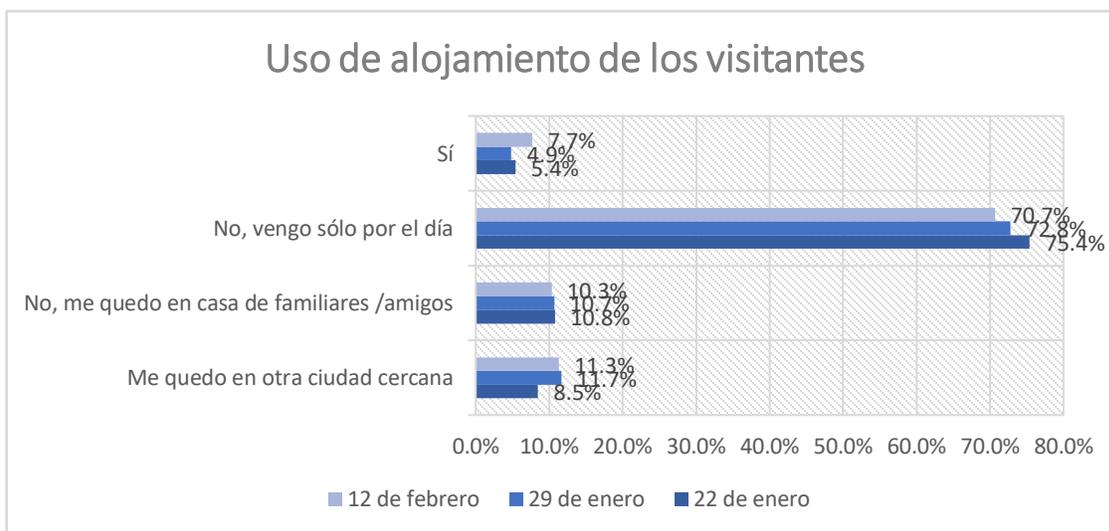
Respecto a los grupos de visitantes que llegan a la comuna de Los Muermos, la amplia mayoría son familias, a pesar de la variación en los contextos. De hecho, durante el período de las Fiestas Costumbristas vemos que la tendencia de viajar en familia aumenta, de un 73,8% inicial a un 75,3% en el mes de febrero, esto se puede complementar con la información del gráfico N°3, debido a que entre las personas que más visitan la comuna poseen una edad entre 42 y 60 años, podríamos decir que son aquellos que ya poseen una familia, auto, entre otros factores que generan las condiciones para que la visita de estos grupos sea más común. El segundo lugar lo ocupan las personas que viajan en pareja, sin embargo, a pesar de que se mantiene un valor promedio prácticamente igual a los resultados obtenidos para el 22 de enero de 17,7%, estas presentan una caída para las encuestas recaudadas hasta el 12 de febrero en comparación a las informaciones anteriores.

Gráfico 5: Composición del grupo por hitos



Aparentemente, visitar lugares con naturaleza o paisajes no parece ser un destino para disfrutar en solitario. En el inicio de las encuestas, se registró que solo el 0,8% de las personas que visitaban lugares como Caleta Estaquilla y Pasarelas lo hacían en solitario. Sin embargo, a medida que avanzaban las Ferias Costumbristas, este porcentaje fue aumentando hasta alcanzar el 2%, lo que indica que se duplicó la cantidad de personas que viajaban solas. Por otro lado, el porcentaje de grupos de amigos disminuyó a medida que transcurría el tiempo. Inicialmente, en las encuestas realizadas hasta el 22 de enero, se registró que el 7,7% de las personas pertenecían a este grupo, mientras que más adelante, ese porcentaje disminuyó hasta el 6%.

Gráfico 6: Estancia de los visitantes por hito



En el gráfico N°6, se puede observar que, hasta el 22 de enero, el 75,4% de los visitantes realizaban “visitas diarias” a la comuna de Los Muermos. No obstante, durante los dos muestreos siguientes, se registró una disminución en dicha cifra, alcanzando un 72,8% el 29 de enero y un 70,7% el 12 de

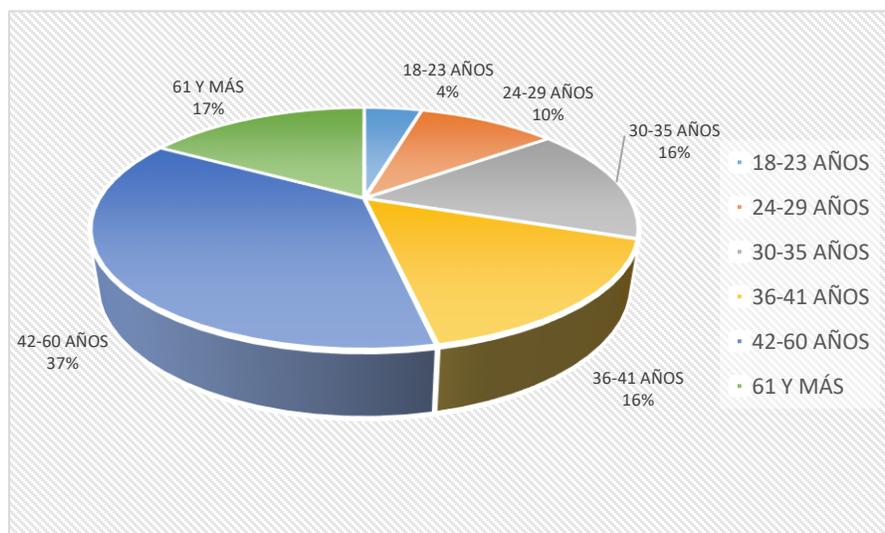
febrero. Por otra parte, se puede señalar que se presentó una variación en aquellos visitantes que “se quedan en otra ciudad cercana” a la comuna de Los Muermos, de un 8,5% durante el 22 de enero, a un 11,3% el 12 de febrero. Además, indicar que, aquellos que hicieron uso de servicios alojamientos en la comuna, presentaron un alza, sin embargo, no es tan significativa, pasando de un 5,4% el 22 de enero a un 7,7% el 12 de febrero. Se puede concluir que los turistas y/o visitantes que llegan a la comuna de Los Muermos generalmente no permanecen en el lugar durante un período prolongado de tiempo. En su mayoría, realizan visitas de un solo día, lo que convierte a la comuna en un “lugar de paso” para aquellos turistas que pernoctan en ciudades cercanas como Puerto Montt, Puerto Varas, Llanquihue y Frutillar.

3.5.3.2. Resultados generales

Acorde a la encuesta aplicada se obtienen los siguientes resultados:

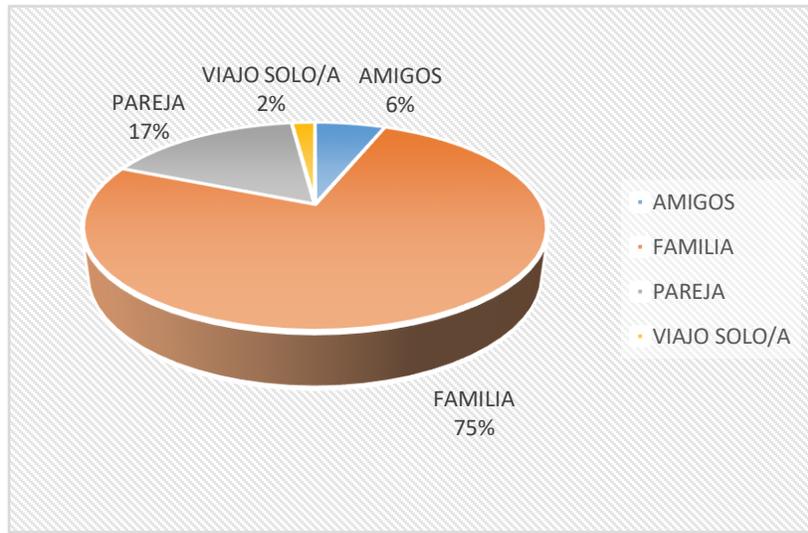
Sobre el rango etario, el 37% corresponde al tramo 42-60 años, los demás rangos sobre 30 años, comparten porcentajes similares al 16%. Respecto de la procedencia de los visitantes, el 76% viene de la Región de Los Lagos, si este dato lo pasamos a comunas, el 54% son visitantes de Puerto Montt, esto se explica en gran medida por la cercanía geográfica de la comuna. Referente a turistas extranjeros, estos representan el 1,3% del total de la muestra, provenientes de Argentina (1%) y Holanda (0,3%).

Gráfico 7: Rango etario del visitante



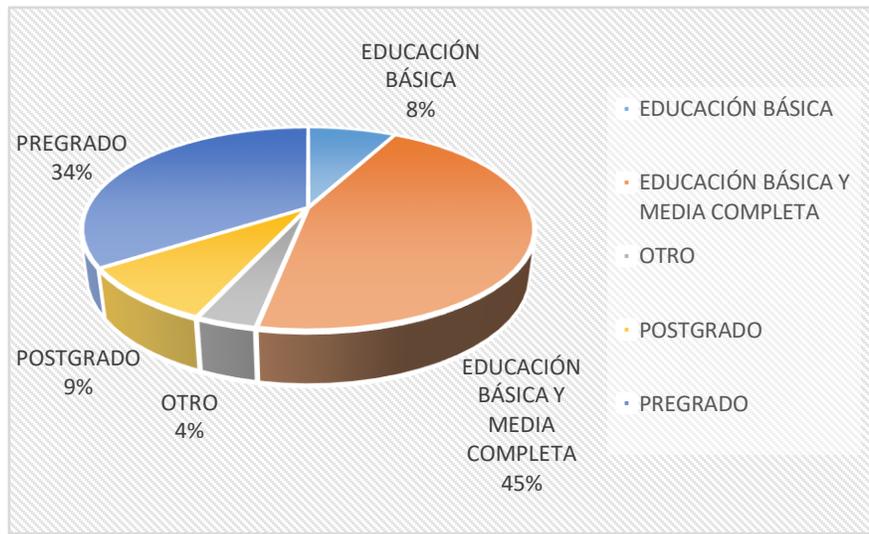
Respecto a la composición del grupo de visitantes, la gran mayoría (75%) lo hace en familia, siendo el promedio del grupo 4 personas; seguido de los viajes en pareja que corresponde al 17%, acorde a lo que se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 8: Composición del grupo del visitante



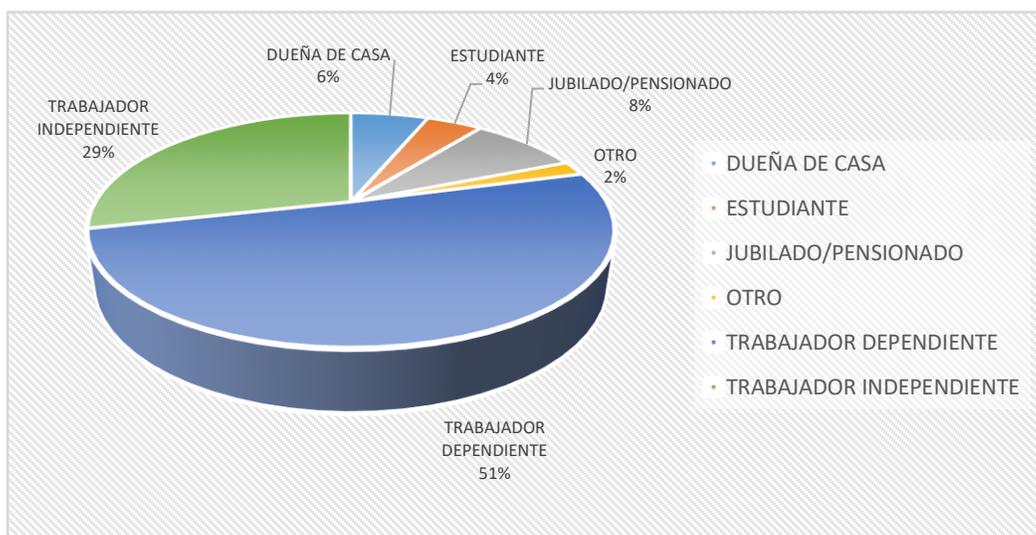
Respecto del nivel educacional el 45% tiene educación media completa, y el 34% educación universitaria o pregrado.

Gráfico 9: Nivel educacional del visitante



Sobre la ocupación, el 51% corresponde a trabajadores dependientes, y el 29% a independientes, lo que deja entrever que los visitantes son principalmente personas activas laboralmente, que buscan descanso o desconexión y que tienen los ingresos suficientes para salir de su residencia habitual.

Gráfico 10: Ocupación del visitante



Sobre la visita a la comuna, el 55% de las personas ya había visitado la comuna con antelación, siendo la principal motivación el descanso o placer, seguido de la diversión que puede encontrar en el lugar, esto se debe principalmente a la participación de ferias costumbristas.

Respecto de la movilización, el 89% de los encuestados menciona andar en auto propio y sólo el 2% lo hace en autobús urbano. Esto se debe principalmente a que hacia las localidades rurales no hay locomoción pública los fines de semana.

Sobre la consulta de los principales servicios que espera encontrar durante la visita, los más destacados son:

- Señal de internet/wifi: 53%
- Señal de celular: 68%
- Baños Públicos: 86%
- Restaurante de pescados y mariscos: 52%
- Ferias costumbristas: 64%

Respecto de las otras alternativas, algunas personas tienen opiniones diversas acerca de los servicios de alimentación, tales como la comida rápida, las cafeterías y los bares. Estas opiniones son consideradas importantes, pero no necesariamente prioritarias. Algunos argumentan que sería beneficioso contar con opciones gastronómicas más auténticas y típicas de la zona, en lugar de centrarse en la comida rápida, por ejemplo.

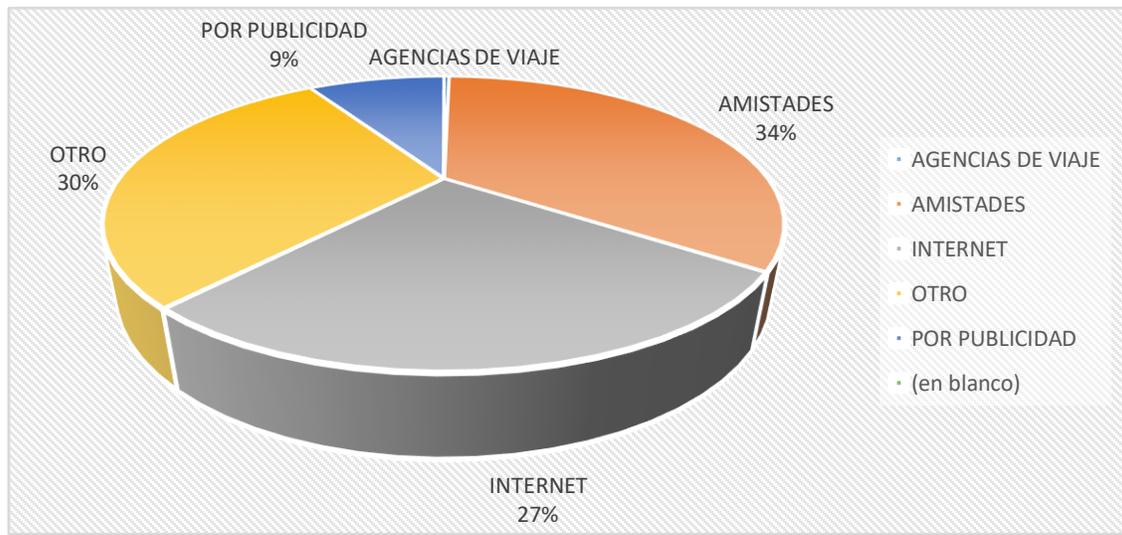
Sobre la pregunta abierta de qué otros servicios les gustaría encontrar, se mencionan:

- Información turística
- Basureros
- Cajero/ cajero portátil para ferias costumbristas

- Salidas en bote
- Pasos en lancha
- Más hospedajes, restaurantes
- Mejor conectividad
- Mejores caminos

Referente a la consulta de cómo se enteró de Los Muermos, el 34% es por amistades, el 27% por internet, y el 30% es otro, donde se menciona que conocía desde antes, por familia, o porque está de visita donde familiares.

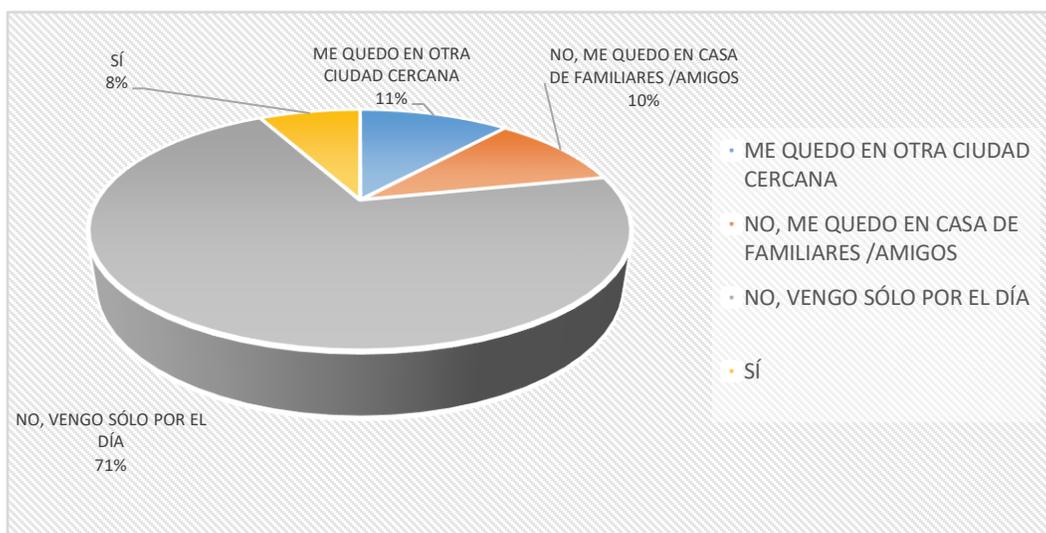
Gráfico 11: ¿cómo se enteró de la comuna?



Sobre la estadía en la comuna, el 71% de los visitantes sólo va por el día a la comuna de Los Muermos, el 11% cuenta con reservas de alojamiento, pero en una ciudad cercana, el 10% está alojando en casa de familiares, y el 8% está haciendo uso de lugares de alojamiento dentro de la comuna.

Aquellos que pernoctan, independiente del lugar, prefieren las cabañas y reservaron por lo menos con una semana de anticipación, realizando una reserva directa, es decir, sin pasar por intermediarios como agencias de viaje o plataformas de internet. Sólo el 23% mencionó utilizar plataformas como Booking o Airbnb.

Gráfico 12: Pernoctaciones en la comuna



Finalmente, sobre el gasto promedio, el 51% mencionó gastar entre \$20.000 a \$50.000 durante su estancia en la comuna, y el 44% menciona querer gastar menos de \$20.000. Esto se relaciona directamente con la cantidad de días que se permanece en la comuna que, en este caso, son mayoritariamente visitas por el día.

En resumen, podemos decir que:

Tabla 6: Perfil del visitante

<i>Categoría</i>	<i>Tendencia</i>
<i>Rango etario</i>	42 – 60 años
<i>Región</i>	Los Lagos
<i>Comuna</i>	Puerto Montt
<i>Tipo de Grupo</i>	Familia
<i>Tamaño del Grupo</i>	4
<i>Ocupación</i>	Trabajador Dependiente
<i>Transporte</i>	Auto Propio
<i>Gasto Promedio Diario</i>	20 mil – 50 mil pesos
<i>Tiempo de estadía en la Comuna</i>	Sólo por el día



3.6. Encuestas de satisfacción

Una encuesta de satisfacción del turista es una herramienta de investigación que se utiliza para evaluar la experiencia de los turistas durante su visita a un destino turístico. Esta encuesta se aplica para obtener información sobre las expectativas, necesidades y opiniones de los visitantes con respecto a la oferta turística del destino.

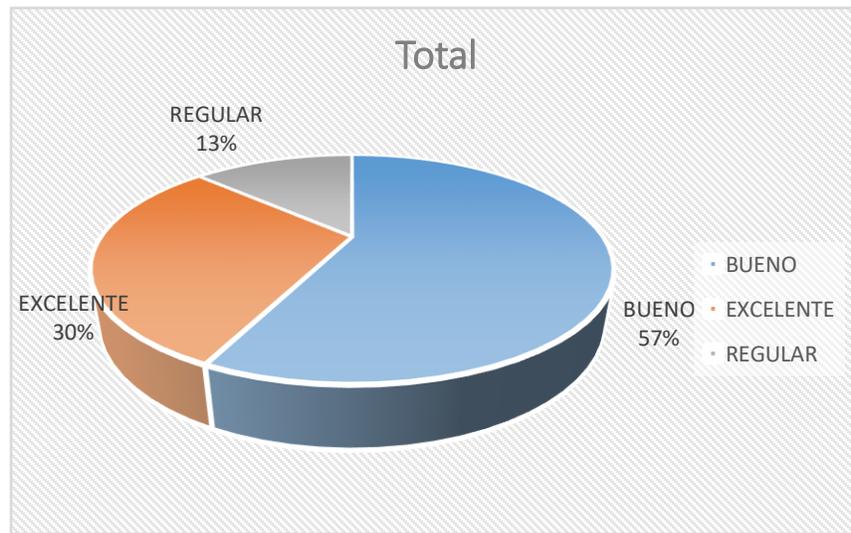
A través de la encuesta, se recopilan datos cuantitativos y cualitativos que permiten medir el grado de satisfacción del turista en relación a diferentes aspectos, como alojamiento, transporte, gastronomía, actividades turísticas, atención al cliente, entre otros.

La información obtenida en la encuesta de satisfacción del turista es muy valiosa para la planificación y gestión del destino turístico, ya que permite identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la oferta turística, lo que puede contribuir a la fidelización de los turistas y a la promoción del destino.

Las encuestas fueron aplicadas a los acompañantes de las personas que estaban respondiendo las encuestas de perfil, y están en un rango de malo, regular, bueno, excelente por cada ítem mencionado, más una pregunta abierta relacionada a aspectos a mejorar.

Respecto de la consulta sobre la opinión del lugar visitado (localidad/comuna), el 57% menciona que es bueno y el 30% que es excelente, es en este punto donde se muestra una oportunidad de mejora de la percepción del destino.

Gráfico 13: Percepción del destino turístico

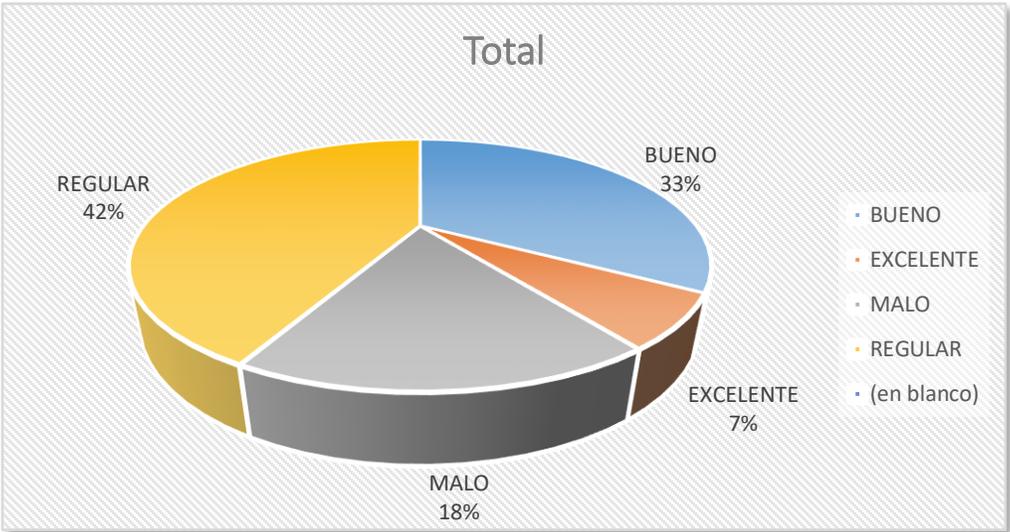


Respecto de los servicios básicos como cajeros, estaciones de servicio para combustible, entre otros, el 52% declara que hay servicios regulares, básicamente porque solo se encuentran en la parte urbana de la comuna.

Sobre la calidad de las rutas, el 46% menciona que es “bueno” el estado de los caminos y solo el 9% como excelente, por lo tanto, también hay un espacio de mejora en este aspecto.

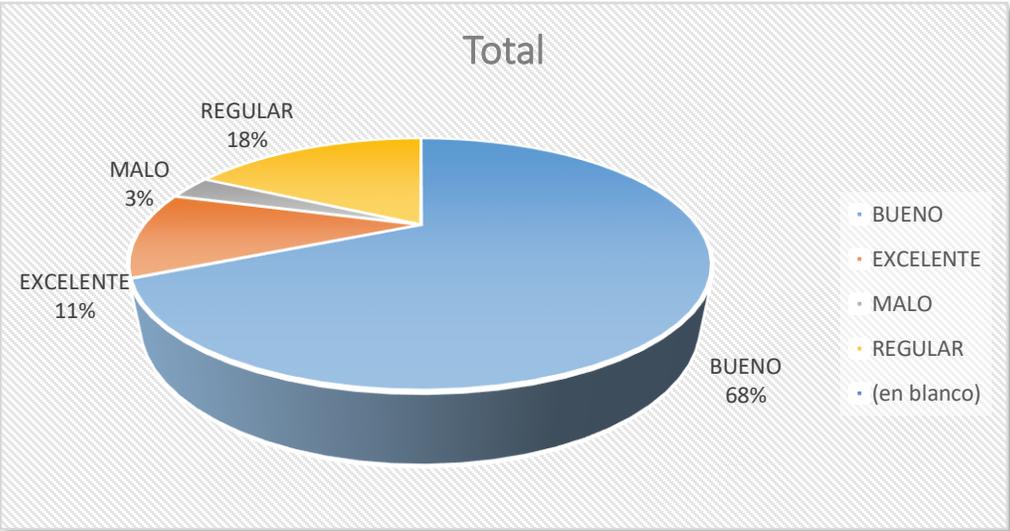
Referente a la accesibilidad de la información turística, el 42% menciona que es regular, esto principalmente a que no hay una oficina de información turística en funcionamiento y la promoción de la comuna en internet es escasa.

Gráfico 14: Disponibilidad de información turística



Una pregunta importante es la relación precio calidad de los productos adquiridos, en este caso tenemos una buena impresión general, dado que el 68% menciona que la relación precio calidad es “buena” y solo el 3% que es “mala”.

Gráfico 15: Relación precio calidad



Sobre la consulta de la seguridad ciudadana, hay también buenos resultados, ya que solo el 1% menciona que es malo, es decir se siente inseguro o que faltan por ejemplo carabineros en los lugares visitados, en general la percepción del visitante es buena (59%) y excelente (27%).

Sobre el aseo y ornato de las localidades, el 47% menciona que es bueno y la segunda mayoría corresponde a “regular” con un 27%, he aquí otra área de mejora.

Sobre la consulta de recomendaría a Los Muermos a otras personas como destino turístico, el 100% dice que Sí. Lo mismo ocurre con la pregunta si regresaría a la comuna, donde todos los entrevistados manifiestan el querer regresar.

Sobre las principales sugerencias o comentarios se encuentran:

- La necesidad de contar con baños públicos
- Mas estacionamientos disponibles
- Falta más información en redes sociales
- Falta lugar para cargar combustible
- Faltan más atractivos turísticos, no solo visitar las pasarelas
- Falta acceso para personas con discapacidad
- Mas señaléticas
- Información turística en el territorio
- Mejoramiento de los caminos/ reparar baches
- Mejorar aseo

3.7. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta útil para identificar los factores internos y externos que afectan el desarrollo turístico de una región o lugar. A continuación, se explican cada uno de los elementos del análisis FODA en el contexto de un destino turístico:

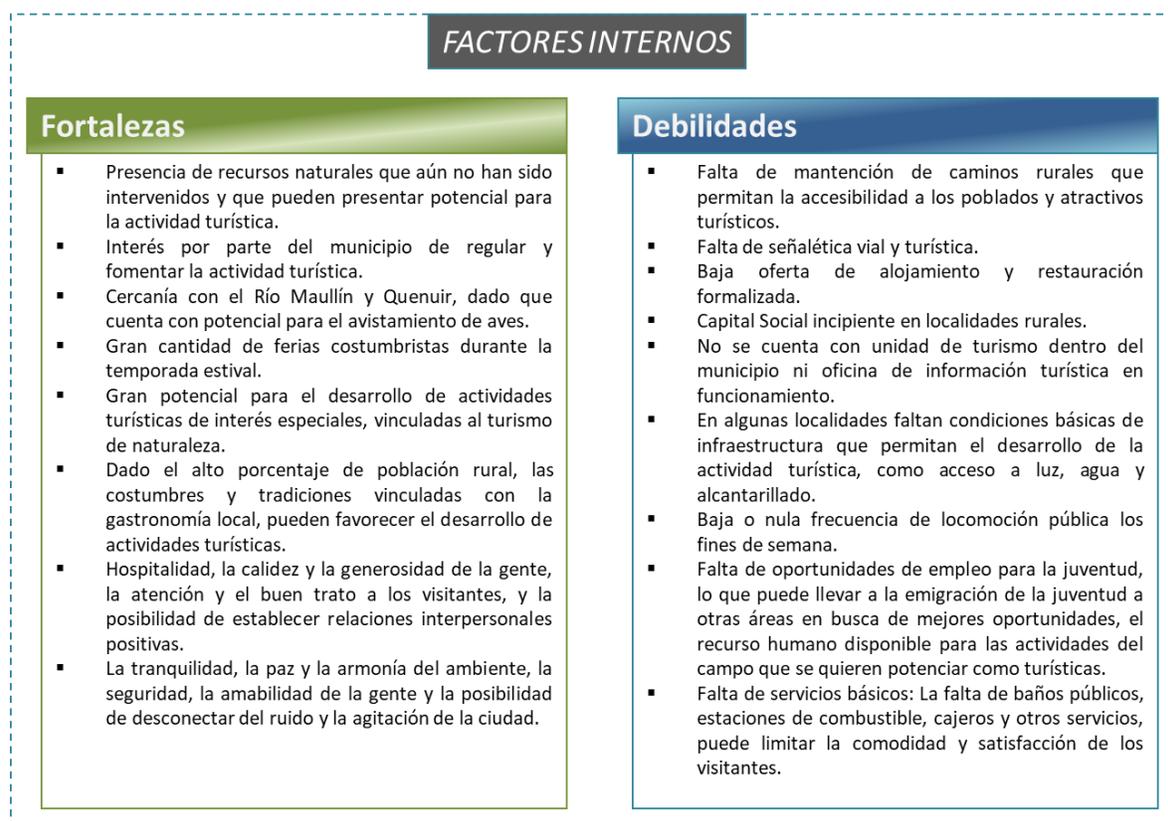
- **Fortalezas:** Son los elementos internos que hacen que el destino turístico sea atractivo para los visitantes. Esto incluye sus atractivos naturales, culturales e históricos, su infraestructura turística (hoteles, restaurantes, transporte), su calidad de servicio, su seguridad y su accesibilidad.
- **Oportunidades:** Son los factores externos que pueden ser aprovechados para mejorar el turismo en el destino. Esto incluye la apertura de nuevas rutas aéreas, la mejora de la conectividad, la promoción en nuevos mercados, la inversión en infraestructura turística y la implementación de políticas favorables para el turismo.
- **Debilidades:** Son los elementos internos que limitan el desarrollo turístico del destino. Esto puede incluir la falta de infraestructura turística, la baja calidad de los servicios, la falta de diversificación de productos turísticos, la falta de sostenibilidad ambiental y la falta de promoción y marketing adecuados.
- **Amenazas:** Son los factores externos que pueden afectar negativamente el turismo en el destino. Esto incluye la competencia de otros destinos turísticos, los cambios en la

percepción del turismo debido a la pandemia o a eventos negativos (crisis económicas, conflictos políticos, desastres naturales), y la falta de apoyo gubernamental para el desarrollo turístico.

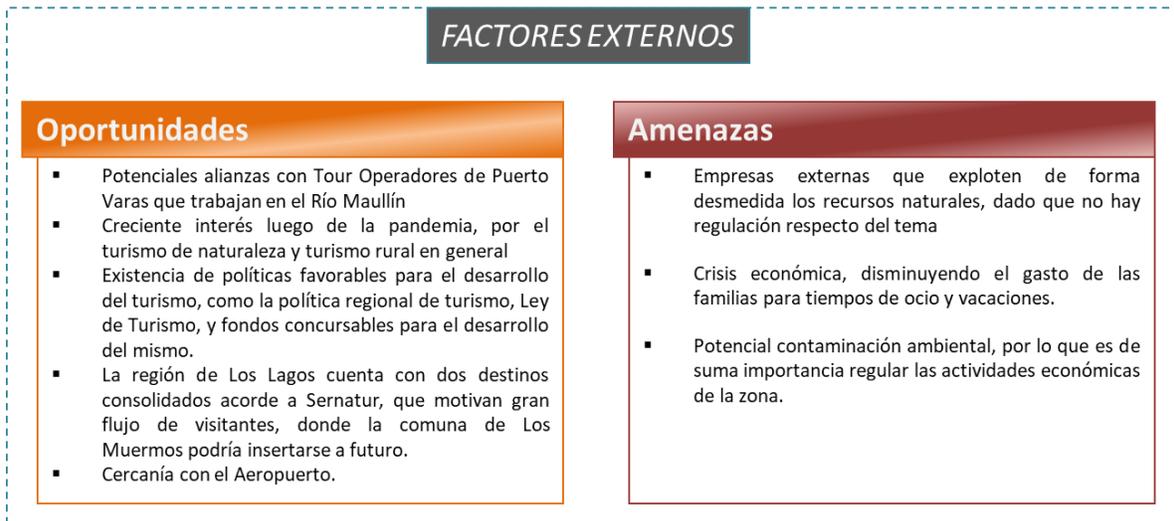
Al realizar un análisis FODA en un destino turístico, es importante tener en cuenta todos estos factores para desarrollar estrategias y planes de acción que permitan mejorar el desarrollo turístico de la región o lugar. Por ejemplo, se pueden identificar oportunidades para invertir en infraestructura turística y mejorar la calidad de los servicios, así como también fortalecer la promoción del destino en nuevos mercados y reducir las debilidades relacionadas con la sostenibilidad ambiental.

A continuación, se presentan los principales hallazgos en la etapa de diagnóstico participativo realizado en talleres en las localidades de Los Muermos, Estaquilla, Palihué, Hua Huar, Paraguay Chico.

3.7.1. Factores Internos



3.7.2. Factores Externos



La información obtenida en el diagnóstico es un insumo y componente fundamental para abordar de manera participativa una propuesta de cartera de inversión. Este proceso da significado y recoge de manera sincera las opiniones y consideraciones de una buena parte de la comunidad turística de la comuna de Los Muermos.



Capítulo IV: Propuesta de plan estratégico para el desarrollo del turismo

4. Capítulo IV: Propuesta de plan estratégico para el desarrollo del turismo

4.1. Potenciales Productos Turísticos

A través del trabajo realizado en conjunto con las comunidades de los distintos sectores, se han identificado 10 productos potenciales para la comuna de Los Muermos. La selección de estos productos se basa en las factibilidades técnicas y de desarrollo que cada uno de ellos presenta, priorizando aquellos con mayor viabilidad.

Ilustración 29: Feria Costumbrista de Paraguay Chico



Antecedentes del producto	
Nombre producto / Excursión	Pingüineras y Lobería de Estaquilla
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Caleta Estaquilla • Pingüineras • Lobería • Formaciones rocosas de Caleta estaquilla
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Observación de aves pelágicas • Turismo cultural, vida de los pescadores
Descripción de la actividad	A través de embarcaciones de pescadores locales habilitadas para el transporte de pasajeros, se planifica un tour de 1 hora de duración para un máximo de 10 personas. En el trayecto se pueden observar especies de aves marinas de costa y pelágicas, además de especies de mamíferos marinos, principalmente lobos.
Público Objetivo	Familias, jóvenes y adultos
Duración	1 hora
Dificultad	Bajo
Equipo requerido	Ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, agua, binoculares (opcional)
Equipamiento Turístico	
Alojamiento	Excursión no incluye alojamiento, sin embargo hay opciones de alojamiento en el sector de Estaquilla
Alimentos y bebidas	Podría incluirse un café al finalizar el recorrido, a modo de snack
Consideraciones	
Se requiere una planificación previa a la realización de la actividad ya que este producto depende en su totalidad de las posibilidades que hayan de poder navegar. Por lo que, si las condiciones climáticas son adversas, no se podría realizar la excursión.	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	Actualmente no se cuentan con embarcaciones que reúnan las condiciones necesarias para el transporte de turistas. Si bien, actualmente se realiza la actividad, esta se hace utilizando los

	botes de pesca, los que son adaptados para el transporte de pasajeros.
Organización	Se requiere de la unión de los pescadores pertenecientes a los distintos sindicatos para organizar un producto turístico comunitario que permita traer más visitantes a la comuna y a la Caleta estaquilla.

Ilustración 30: Sector costero de la comuna de Los Muermos



Antecedentes del producto	
Nombre producto / Excursión	Cabalgatas Estaquilla
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Caleta Estaquilla • Pasarelas de Estaquilla • Playa Estaquilla • Rio Juancho
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Turismo cultural, vida de los pescadores y recolectores de orilla • Cabalgata • Trekking • Visita a puntos panorámicos
Descripción de la actividad	A través de paseos cortos a caballo se busca conectar distintos atractivos, con el fin de que los visitantes se puedan desplazar de manera diferente por la localidad.
Público Objetivo	Familias, jóvenes y adultos
Duración	1 hora
Dificultad	Bajo
Equipo requerido	Ropa cómoda, bloqueador solar, agua
Consideraciones	
Se requieren elementos de seguridad básicos para la realización de esta actividad, además de los conocimientos sobre guiado turístico por parte del prestador del servicio.	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	Existe actualmente un potencial operador que pudiera realizar la implementación del servicio.

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Kayak por los Ríos de Estaquilla
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Rio Juancho • Rio pescado
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Observación de aves • Kayak de paseo/travesía
Descripción de la actividad	Circuitos de kayak por los afluentes de los Ríos Juancho y Pescado. Ambos ríos son planos, lo que permiten que se puedan adentrar en el tanto kayak de paseo como de travesía, pudiendo observar en los viajes tanto aves de humedal como especies migratorias. Esta es una actividad que puede realizarse en familia ya que no representa dificultades técnicas para el remado.
Público Objetivo	Familias, jóvenes y adultos
Duración	1 a 2 horas
Dificultad	Bajo
Equipo requerido	Ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, agua, binoculares (opcional)
Consideraciones	
Se requiere una planificación previa a la realización de la actividad ya que este producto depende en parte de las condiciones climáticas. El viento podría afectar el desarrollo de una excursión de este tipo, no así la lluvia que incluso podría ser un sello, pudiendo promocionar el remado bajo estas condiciones.	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	Actualmente no hay prestadores locales que presten este servicio, sin embargo, operadores de la ciudad de Puerto Varas llevan gente durante la temporada de verano a desarrollar kayak de travesía en estos ríos e incluso pudiendo adentrarse en el mar con los que tienen mayor experiencia.

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Ruta Agrosustentable de la costa Muermina
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Productores de hortalizas y frutos de la huerta de la costa Muermina
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de productos alimentarios locales • Visita a productores locales
Descripción de la actividad	Se busca integrar una ruta que integre a los productores locales de hortalizas y frutos de la huerta de la costa de la comuna, de esta forma potenciar el consumo de productos locales, reactivando la economía familiar campesina y diversificando la producción local.
Público Objetivo	Familias
Duración	No aplica
Dificultad	No aplica
Equipo requerido	No aplica
Consideraciones	
Se necesita para esto la organización y coordinación de los productores locales, los que a través de agruparse pudieran obtener beneficios en ventas de sus productos. Actualmente los productores no se encuentran organizados, pero se visualiza como una oportunidad de sello comunal que entregue productos locales orgánicos tanto a visitantes como a los residentes y emprendimientos locales.	

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Cabalgatas por la costa de Llico
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Río Llico • Desembocadura del Río Llico • Campo dunar Llico • Bosque costero • Puntos panorámicos
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Turismo cultural • Cabalgatas • Tour fotográfico
Descripción de la actividad	Ruta a caballo que integra la desembocadura del Río Llico con el campo dunar que se encuentra próximo a este lugar. Esta actividad tiene el potencial de diversificar las actividades ofrecidas en la zona de Llico bajo, entregando alternativas a los visitantes y generando flujos de turistas que buscan actividades de carácter familiar que les permita conocer los alrededores.
Público Objetivo	Familias, jóvenes y adultos
Duración	2 horas
Dificultad	Bajo
Equipo requerido	Ropa cómoda, bloqueador solar, agua
Consideraciones	
<p>Se requiere una planificación previa a la realización de la actividad ya que este producto depende en gran parte de las condiciones del clima, esto por la ubicación del servicio y que una de sus rutas incluye pasar cerca del río y el mar.</p> <p>Se requieren elementos de seguridad básicos para la realización de esta actividad, además de los conocimientos sobre guiado turístico por parte del prestador del servicio</p>	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	Existe actualmente un potencial operador que pudiera realizar la implementación del servicio.

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Ruta de los alerces
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Bosque de alerces - Cementerio de alerces • Sector Miramar • Sector Hua huar • Río Pescado
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Turismo cultural • Fotografía
Descripción de la actividad	Sendero guiado a través de bosque de alerces en sus distintos estados de crecimiento que sirve para conocer y reconocer a esta especie en peligro de extinción.
Público Objetivo	Jóvenes y adultos con interés por la naturaleza
Duración	5 a 6 horas de caminata
Dificultad	medio
Equipo requerido	Ropa cómoda, bloqueador solar, agua, snack
Consideraciones	
<p>Es una actividad de exigencia media, ya que implica una jornada larga de caminata por el bosque. Sin embargo, el recorrido permite conocer los distintos estados de conservación de esta especie arbórea en peligro de extinción. Actualmente el sendero es un camino que es conocido por gente local, la que a través de la generación de un relato turístico podría realizar el guiado. Debido a la fragilidad del ambiente por el que se desarrolla la actividad se sugiere que no se promocióne como sendero auto guiado, debiendo ir acompañados siempre de un guía local.</p>	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	No existe en la actualidad equipamiento asociado al producto, debiendo generar el que sea necesario para que se desarrolle adecuadamente. Este principalmente se refiere a las condiciones necesarias para que el sendero sea utilizado con turistas de manera segura tanto para los visitantes como para el ambiente natural.

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Observación de aves en Piedra Blanca
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Bosque de alerces • Sector Hua-Huar • Río Pescado • Río Cululil • Río Quenuir
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Turismo cultural • Fotografía
Descripción de la actividad	El sector cuenta con un potencial para el avistamiento de aves por su proximidad con el Río Maullín y su fácil acceso a este. Podría presentarse como una alternativa de diversificación productiva en este sector, esto tanto en el sector Piedra Blanca y Cululil. Las especies que son posibles observar en estos sectores son mayormente aves migratorias como flamencos y cisnes, así como residentes permanentes.
Público Objetivo	Jóvenes y adultos con interés por la naturaleza
Duración	No aplica
Dificultad	baja
Equipo requerido	Ropa cómoda, bloqueador solar, agua, snack, binoculares
Consideraciones	
No existen aún emprendimientos locales que lleven turistas a estas zonas, sin embargo, hay empresas de la comuna de Puerto Varas que tienen visitas esporádicas al sector de piedra blanca. Esto dado básicamente por su acceso al río Maullín y la gran diversidad de especies con las que se cuenta en esta zona.	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	No existe en la actualidad equipamiento asociado al producto. Si bien se tiene un gran potencial de desarrollo en lugares como Palihué no hay prestadores debido básicamente a los problemas de accesibilidad del sector para con el río.

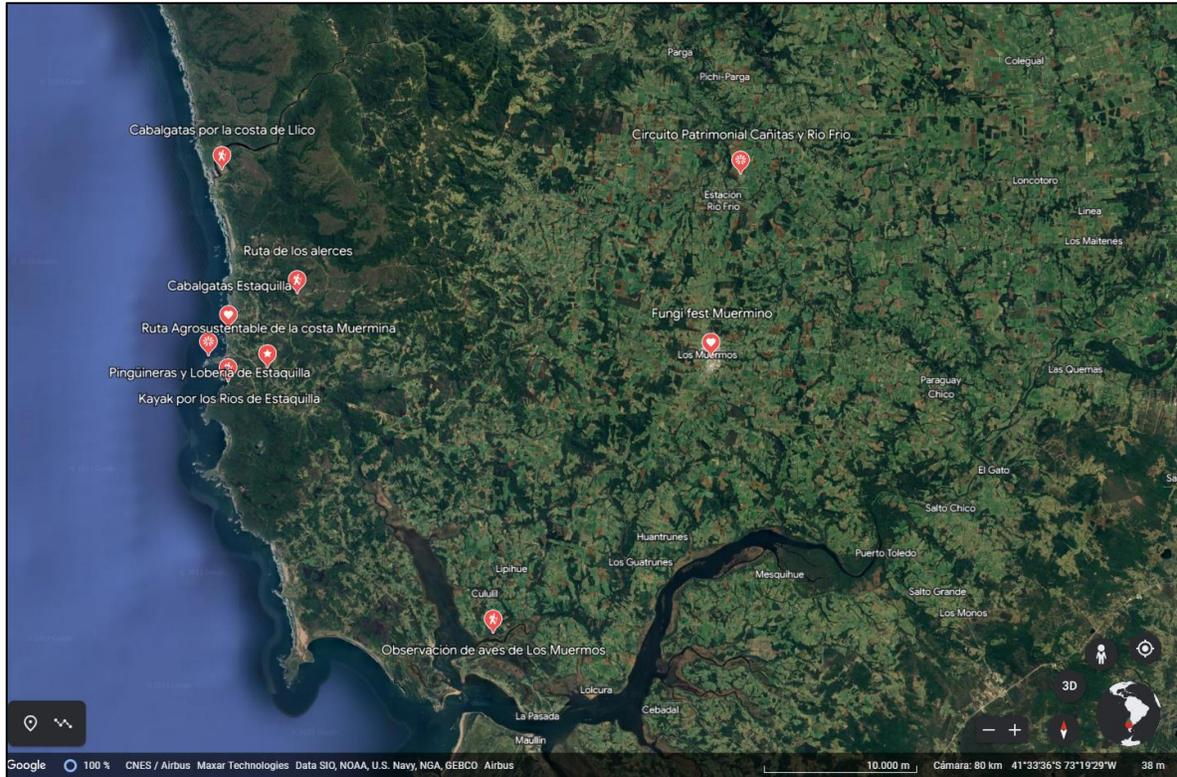
Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Observación de aves en Palihué
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Río Pescado • Humedal Río Quenuir • Río Maullín
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Turismo cultural • Fotografía
Descripción de la actividad	La cercanía del sector con el Río Maullín y el Río Quenuir y lo convierten en un lugar con un gran potencial para el avistamiento de aves. Esta actividad podría presentarse como una alternativa de diversificación productiva en la zona de Palihué y que se podría fusionar con actividades de agroturismo.
Público Objetivo	Jóvenes y adultos con interés por la naturaleza
Duración	No aplica
Dificultad	baja
Equipo requerido	Ropa cómoda, bloqueador solar, agua, snack, binoculares
Consideraciones	
No existen aún emprendimientos locales que lleven turistas a estas zonas, sin embargo, hay empresas de la comuna de Puerto Varas que tienen visitas esporádicas al sector de piedra blanca. Esto dado básicamente por su acceso al río Maullín y la gran diversidad de especies con las que se cuenta en esta zona.	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	No existe en la actualidad equipamiento asociado al producto. Si bien se tiene un gran potencial de desarrollo en lugares como Palihué no hay prestadores debido básicamente a los problemas de accesibilidad del sector para con el río.

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Circuito Patrimonial Cañitas y Río Frío
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Río Frío • Cañitas • Casas alemanas • Iglesia de Río Frío
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo cultural • Fotografía
Descripción de la actividad	Tour patrimonial que comprende la visita a diferentes casas históricas patrimoniales, las que cuentan la historia de la colonización en la zona. Las casas se encuentran en buen estado de conservación por lo que permite ver de manera cercana la vida de los pobladores locales antiguos.
Público Objetivo	Familiar
Duración	2 horas
Dificultad	baja
Equipo requerido	Ropa cómoda, bloqueador solar, agua
Consideraciones	
No existen aún emprendimientos locales que lleven turistas a estas zonas, sin embargo, hay empresas de la comuna de Puerto Varas que tienen visitas esporádicas al sector de piedra blanca. Esto dado básicamente por su acceso al río Maullín y la gran diversidad de especies con las que se cuenta en esta zona.	
Necesidades de mejora	
Equipamiento	No existe en la actualidad equipamiento asociado al producto. Si bien se tiene un gran potencial de desarrollo en lugares como Palihué no hay prestadores debido básicamente a los problemas de accesibilidad del sector para con el río.

Antecedentes del producto	
Nombre producto/ Excursión	Fungi Fest Muermino
Atractivos turísticos Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Los Muermos y sus alrededores
Actividades por desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Evento programado de recolección de frutos silvestres
Descripción de la actividad	Fiesta de la recolección de hongos que podría realizarse en los meses de mayo y junio, donde a través de circuitos guiados se pueda enseñar y recolectar hongos de estación, los que podría complementarse con cocina en vivo de los mismos. Con este producto se busca generar un evento programado en otoño, que rompa la estacionalidad y entregue ingresos a la comuna y los residentes locales.
Público Objetivo	Familiar
Duración	1 día
Dificultad	baja
Equipo requerido	Ropa cómoda, recipientes para recolectar
Consideraciones	
<p>Se presenta esto como una oportunidad de romper la estacionalidad de la comuna. Se recomienda ver ejemplos como el de Valdivia que tiene varios años de desarrollo y desde donde se puede generar un modelo a seguir. Se deben considerar en este producto tanto residentes locales cercanos a la ciudad como espacios de realización en la ciudad misma, ya que esto puede ir acompañado de charlas, cocina en vivo y recolección.</p>	

Ubicación de los productos turísticos

Ilustración 31: Mapa de los productos turísticos



4.2. Imagen y Visión Turística

La temática de imagen y visión turística se complementa el plan comunicacional que considera el diseño de la imagen turística y la marca gráfica. Se consideran tres diseños validados con el municipio, considerando siempre el requerimiento de mantener coherencia visual con la marca actual de “Los Muermos comuna Verde”.

La metodología de trabajo del plan comunicacional considera:

- Levantamiento de información
- Trabajo de diseño de marca en gabinete
- Presentación de opciones
- Diseño final

Acorde al levantamiento de información de los talleres realizados, contamos con la siguiente visión del territorio por parte de la comunidad:

Ilustración 32: Visión actual del territorio

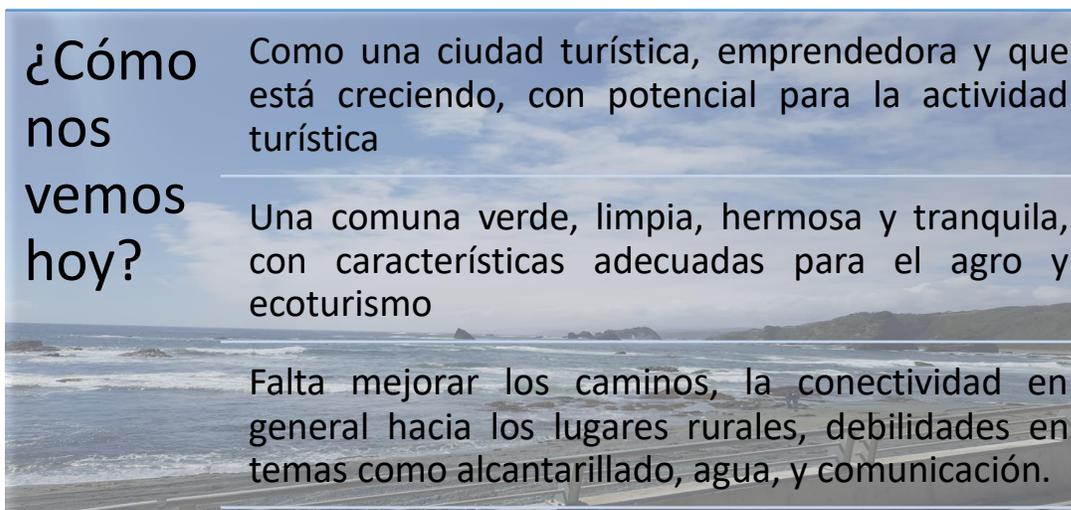
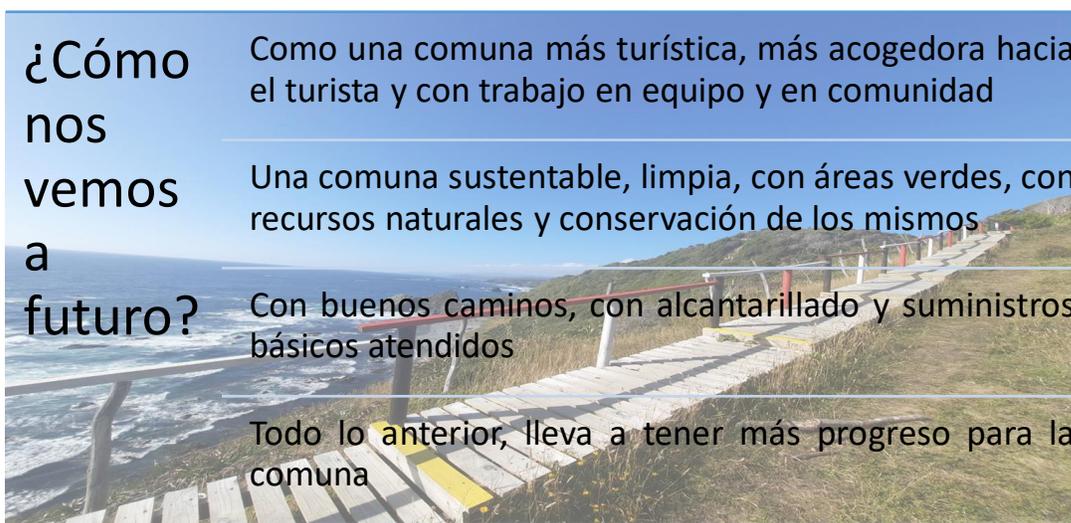


Ilustración 33: Visión futura del territorio



4.3. Cartera de inversión

4.3.1. Metodología

Uno de los aspectos considerados en el Plan de desarrollo turístico para la comuna de Los Muermos dice relación al levantamiento participativo de posibles iniciativas de inversión consolidadas en una cartera de inversión para un horizonte de 10 años. Las etapas realizadas fueron las siguientes:

1. Recopilación de información en los diversos talleres realizados en las localidades de: Llico Bajo; Hua Huar, Los Muermos, Estaquilla, Palihué, y Paraguay Chico.

2. Talleres específicos para la propuesta de iniciativas en las localidades de Estaquilla y Los Muermos.
3. Opinión experta del equipo profesional a cargo de la elaboración del Pladetur.

La metodología utilizada para identificar las iniciativas son las que se explican a continuación:

Ilustración 34: Metodología Cartera de Inversión



1. Sistematización de la información recopilada en los talleres participativos con los emprendedores turísticos de cada localidad. Para ello se definieron inversiones por “Ejes estratégicos”, los cuales son:

Ilustración 35: Ejes estratégicos para la cartera de inversión



2. Se asociaron las iniciativas en una línea temporal para establecer las prioridades en el tiempo. De esta manera se consideraron los siguientes plazos:

Corto plazo: 1 a 2 años
Mediano plazo: 3 a 6 años
Largo plazo: 7 a 10 años.

3. El conjunto de iniciativas de la cartera de inversión debe estar asociada a la imagen turística que se desea proyectar y a la propuesta de un conjunto de “potenciales productos turísticos” que fueron levantadas en conjunto con la comunidad, ya que cada inversión en la comuna es un puente hacia los productos turísticos que puedan ser desarrollados efectivamente. Los productos a potenciar son:

- a) Pingüineras y lobería de Estaquilla
- b) Cabalgatas Estaquilla
- c) Tour en Kayak (Río Juancho y Río Pescado)
- d) Ruta agrosustentable de la costa
- e) Cabalgatas por la costa de Llico Bajo
- f) Ruta de Los Alerces
- g) Aviturismo en Piedra Blanca
- h) Aviturismo en Palihué
- i) Circuito patrimonial Cañitas y Río Frío
- j) Fungi Fest Muermino

4. Validar la información con la comunidad, lo que fue realizado en los talleres de mayo y junio.

5. Priorización técnica de la cartera de iniciativas según opinión experta, que necesariamente debiese estar presente para el desarrollo del turismo local. Para estos efectos la metodología propuesta es utilizando la herramienta del Balanced Scorecard que define una serie de perspectivas estratégicas para alinear objetivos estratégicos imprescindibles para alcanzar el propósito mayor (Visión turística) de la comuna. En esta línea se definen 4 perspectivas estratégicas:

- a) Los clientes o usuarios que consumen productos/servicios turísticos.
- b) Presupuesto o recursos financieros requeridos para financiar la cartera de inversión.
- c) Procesos internos necesarios para implementar y prestar productos/servicios turísticos.
- d) Aprendizaje, desarrollo e innovación para la mejora constante del destino turístico.

4.3.2. Actividades de la Cartera de Inversión

A continuación, se muestran las principales acciones que se ven priorizadas por la comunidad para el desarrollo de la actividad turística en la comuna:

1. Los Muermos

Eje	Acciones	Priorización		
		C	M	L
Equipamiento e infraestructura	Mercado	X		
	Parque verde		X	
	Espacio para artesanas	X		
	Monumento al tren	X		
	Monumento al cargador de papas	X		
	Ordenamiento vial	X		
	Cine			X
	Maqueta de EEFF	X		
	Hotel 5 estrellas (min 50 pasajeros)			X
	Parque mirador en Los Muermos		X	
	Mini tren		X	
	Arcos de bienvenida		X	
	Ciclo vía		X	
	Teatro		X	
	Calles pavimentadas	X		
	Calle techada		X	
	Museo		X	
	Centro con marquesinas		X	
	Centro de información turística	X		
Promoción y Calidad Turística	Web de turismo	X		
	Señalética Turística	X		
	Encargado de turismo	X		
	Tour operadores	X		
	Circuitos turísticos	X		
Medio ambiente	Identidad de comuna verde	X		
	Sembrar ulmos	X		
Asociatividad	Organización de emprendedores turísticos	X		
Conocimiento y Aprendizaje	Capacitación en atención al cliente	X		
	Capacitación en flora y fauna	X		
	Capacitación en RRSS	X		
	Liceo técnico con turismo		X	

	Capacitación en inglés	X		
	Capacitación en administración de empresas	X		
	Capacitación en costos y valor agregado	X		
	Capacitación en conciencia medio ambiental	X		
Otros	Terminar el plan regulador	X		
	Polideportivo			X
	Programa para el control de perros callejeros	X		

2. Estaquilla

Eje	Acciones	Priorización		
		C	M	L
Equipamiento e infraestructura	Mejora de la locomoción pública	X		
	Alcantarillado	X		
	Estacionamientos	X		
	Cuartel de bomberos		X	
	Ensanchamiento de caminos		X	
	Agua potable	X		
	Baños con acceso para personas con discapacidad	X		
	Oficina de Turismo	X		
	Bencinera		X	
	Todas las obras de infraestructura con acceso para personas con discapacidad		X	
	Luz	X		
	Mejorar conectividad de caminos	X		
Promoción y Calidad Turística	Folletos con mapa actualizado que incluya Estaquilla	X		
	Mapa turístico comunal	X		
	Página web de turismo	X		
	Señaléticas de turismo	X		
	Encargado de turismo	X		
Medio ambiente	Retiro de basura más seguido	X		
	Más contenedores de basura	X		
	Limpieza de rutas (maleza)	X		
Asociatividad	Creación Cámara de comercio	X		
Conocimiento y Aprendizaje	Capacitación en artesanía	X		
	Curso de gastronomía	X		
	Faltan artesanos	X		
	Capacitación en modelo de negocios	X		
	Capacitación en sustentabilidad y economía circular	X		

	Capacitación en marketing Digital	X		
	Capacitación en atención al cliente	X		
Otros	Programa de esterilización de animales	X		

Al analizar las prioridades establecidas por los grupos de trabajo de las localidades de Estaquilla y Los Muermos se aprecia que la mayoría de las iniciativas son requeridas por la comunidad en el corto plazo. En el caso de Estaquilla el 86% de las iniciativas y en el caso de Los Muermos un 65%.

En cuanto a la priorización por ejes estratégicos se releva que prácticamente todas las iniciativas son priorizadas para el corto plazo, a excepción de aquellas correspondientes al eje de “Equipamiento e infraestructura” que para el caso de Los Muermos es de un 42% y en Estaquilla corresponde a un 67%.

Lo anterior nos proporciona una visión de las necesidades que tiene cada uno de los sectores, los cuales, dada la forma en que se desarrolla la actividad turística, es decir, utilizando los recursos, emprendimientos e industrias presentes en las localidades para desarrollar el turismo (nutriéndose de diversas áreas para formar un producto turístico), están principalmente enfocados en necesidades básicas que conciernen a la población en general y que no tienen un enfoque 100% puro en la actividad turística.

Al sistematizar las iniciativas expuestas en los diversos talleres con la comunidad, no sólo en aquellos que tuvieron como propósito trabajar en esta temática, sino también de los anteriores realizados en Paraguay Chico, Llico Bajo, y Hua Huar, se pudo establecer una propuesta de líneas de acción (cartera de inversión) que conecta los Ejes o ámbitos estratégicos del Pladetur de Los Muermos con objetivos estratégicos con un horizonte de 10 años, y las posibles fuentes de financiamiento a las cuales se podría acceder. La propuesta definitiva y su priorización es un desafío que debe abordar la instancia que resulte del modelo de gobernanza público privada.

4.4. Sistematización cartera de inversión en relación a ejes y objetivos estratégicos

A continuación, se mencionan los ejes tratados en los talleres con los objetivos estratégicos y líneas de inversión principales, los cuales se verán reflejados en indicadores de seguimiento.

Eje estratégico	Objetivos estratégicos	Líneas de acción (Cartera de Inversión)
Equipamiento e infraestructura	Construir y/o mejorar la red de infraestructura para el acceso a las rutas y servicios turísticos.	Mejorar los servicios básicos de agua y alcantarillado para impulsar el turismo en localidades con potencial turístico. Implementar servicios de telecomunicaciones en zonas priorizadas turísticamente.

		<p>Diseñar senderos y miradores para potenciar e integrar las rutas turísticas.</p> <p>Mejorar la conectividad y el estado de los caminos.</p> <p>Diseñar e invertir en equipamiento urbano (veredas, espacios techados, baños públicos) en zonas turísticas.</p>
Promoción y calidad turística	Satisfacer las expectativas de los turistas.	<p>Implementar iniciativas para transitar hacia una cultura por la calidad turística.</p> <p>Implementar mecanismos de recogida de información para monitorear el nivel de satisfacción de los turistas.</p>
	Posicionar la oferta de turismo local en el mercado nacional.	<p>Desarrollar una estrategia de marketing turístico para la comuna (que incluya página web, señalética de turismo, entre otros medios).</p> <p>Posicionar oferta en base a productos turísticos con potencial de desarrollo.</p>
	Desarrollar sistemas y plataformas de información para la promoción del turismo local.	<p>Implementar estructuras de gestión turística local (Departamento de Turismo; oficinas de información turística).</p> <p>Gestionar la imagen de destino y oferta turística a través de buscadores especializados.</p>
	Agregar valor a la oferta de productos/servicios con identidad local.	<p>Analizar productos turísticos que tengan potencial de desarrollo.</p> <p>Diseñar mecanismos que permitan encadenar la oferta turística en una lógica de agregación de valor.</p>
Medio ambiente y sustentabilidad	Promover y generar sustentabilidad ambiental para el	Diseñar e implementar un plan de sensibilización y educación ambiental para la comuna.

	desarrollo del turismo.	Implementar mecanismos efectivos para mantener la limpieza y retiro de residuos.
Asociatividad	Desarrollar una cultura de asociatividad y colaboración.	Implementar modelos de gestión asociativa de turismo (Cámara de turismo; Mesa público-privada de turismo, etc.) Vivenciar experiencias de buenas prácticas asociativas desarrolladas en otros territorios. Desarrollar proyectos pilotos de acción conjunta y evaluar sus resultados.
Conocimiento y aprendizaje	Fortalecer las competencias y capacidades de los emprendedores turísticos	Coordinar con la institucionalidad pública la priorización e implementación de cursos de capacitación para el desarrollo turístico. Asesorar a emprendedores turísticos para postular a proyectos en forma asociativa.

4.5. Estructura de objetivos e indicadores según modelo del Balanced Scorecard

El PLADETUR es un instrumento de planificación estratégica para el desarrollo turístico de la comuna de Los Muermos en un horizonte de 10 años, y como tal contempla un conjunto de elementos esenciales que tienen incidencia en las etapas de diseño, implementación, y seguimiento de lo establecido en el Plan. Estos elementos son:

1. Diagnóstico del sector turismo de la comuna de Los Muermos. *¿Cómo estamos?*
2. Visión turística que se desea proyectar. *¿Dónde queremos llegar?*
3. Imagen objetivo. *¿Cómo queremos que nos vean?*
4. Ejes estratégicos de desarrollo. *¿Cuáles son las áreas relevantes a las que debemos abocarnos?*
5. Objetivos estratégicos y líneas de acción. *¿Cómo hacemos posible el logro de la Visión turística?*
6. Indicadores de seguimiento. *¿Cómo nos aseguramos que vamos en la dirección correcta?*
7. Gobernanza del PLADETUR. *¿Cómo gestionamos el Pladetur?*

El instrumento de gestión estratégica que se propone para el diseño del PLADETUR es el Balanced Scorecard (BSC), que permite alinear de manera práctica las etapas de diseño- implementación- seguimiento del Plan.

En la siguiente tabla se presenta el mapa estratégico que representa el alineamiento de Ejes estratégicos, con los Objetivos estratégicos y en relación a las perspectivas estratégicas del BSC.

MAPA ESTRATÉGICO CON PERSPECTIVAS BSC, EJES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PLADETUR

Tabla 7: Mapa estratégico acorde a BSC

Perspectivas estratégicas	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS POR EJES				
	EJE: Infraestructura y equipamiento	EJE: Promoción y calidad turística	EJE: Medio ambiente y sustentabilidad	EJE: Asociatividad	EJE: Conocimiento y aprendizaje
↓ Clientes/ Usuarios	O.E.1: Construir y/o mejorar la red de infraestructura para el acceso a las rutas y servicios turísticos.	O.E.3: Satisfacer las expectativas de los turistas			
Financiera/ Presupuestaria	O.E. 2: Lograr sustentabilidad financiera para la cartera de inversión.				
Procesos internos		O.E.4: Posicionar la oferta de turismo local en el mercado nacional. O.E.5: Desarrollar sistemas y plataformas de información para la promoción del turismo local.	O.E.7: Promover y generar sustentabilidad ambiental para el desarrollo del turismo.	O.E.8: Desarrollar una cultura de asociatividad y colaboración.	
Aprendizaje, desarrollo e innovación		O.E.6: Agregar valor a la oferta de producto/servicios con identidad local.			O.E.9: Fortalecer las competencias y capacidades de los emprendedores turísticos.

Una vez definido el encuadre o alineamiento se procede a operacionalizar cada uno de los objetivos estratégicos en un conjunto acotado y priorizado de iniciativas o líneas de acción en un horizonte de corto (1 a 2 años), mediano (3 a 6 años) y largo plazo (7 a 10 años). Finalmente se definen los

indicadores de gestión que permitirán hacer seguimiento al nivel de cumplimiento de dichas líneas de acción y en definitiva de los objetivos estratégicos.

En la siguiente tabla se puede apreciar lo antes mencionado con la estructura de indicadores.

OPERACIONALIZACIÓN EJES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CON INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN BSC DEL PLADETUR

Tabla 8: Ejes y Objetivos estratégicos con indicadores

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN.	INDICADORES ASOCIADOS	C	M	L
Equipamiento e infraestructura	PERSPECTIVA: Usuarios	1). Mejorar los servicios básicos de agua y alcantarillado para impulsar el turismo en localidades con potencial turístico.	% de los destinos turísticos priorizados por el Pladetur que mejoran sus instalaciones de agua y alcantarillado.	X		
	O.E.1. Construir y/o mejorar la red de infraestructura para el acceso a las rutas y servicios turísticos.	2). Implementar servicios de telecomunicaciones en zonas priorizadas turísticamente.	% de las zonas priorizadas turísticamente en la comuna de los Muermos implementan servicio de telecomunicaciones		X	
		3). Diseñar senderos y miradores para potenciar e integrar las rutas turísticas.	N° de senderos y miradores diseñados e implementados para integrar las rutas turísticas definidas por el Pladetur	X		
		4). Mejorar la conectividad y el estado de los caminos.	M\$ invertidos y ejecutados para mejorar la conectividad y el estado de los caminos priorizados por el Pladetur.		X	
		5). Diseñar e invertir en equipamiento urbano (veredas, espacios techados, baños públicos) en zonas turísticas	M\$ invertidos y ejecutados para mejorar el equipamiento urbano priorizado por el Pladetur.		X	
Transversal	O.E.2. Lograr sustentabilidad financiera para la cartera de inversión ³	1) Diseñar y evaluar una cartera de proyectos de inversión turística	N° de proyectos evaluados con factibilidad técnica para ser presentados a fuentes de financiamiento del Estado.	X		
		2) Postular a diversas fuentes de financiamiento institucionales de tipo regional y nacional	N° de proyectos postulados a fuentes concursables de tipo publica a nivel regional y nacional. M\$ adjudicados por proyectos de financiamiento concursables de nivel regional y/o nacional	X		
		3) Aprovisionar recursos financieros con cargo al presupuesto municipal para el desarrollo turístico de la Comuna	M\$ destinados a la ejecución del Pladetur de la comuna de los Muermos	X		

³ Este objetivo estratégico impacta transversalmente a todos los ejes del plan y líneas de acciones propuestas en este cuadro de mando. Ver en mapa estratégico.

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN.	INDICADORES ASOCIADOS	C	M	L
Promoción y calidad turística	PERSPECTIVA: Usuarios O.E.3. Satisfacer las expectativas de los turistas	1) Implementar iniciativas para transitar hacia una cultura por la calidad turística	% de hospedajes, operadores de viajes en rutas turísticas locales y restaurantes acreditados en calidad por el Departamento de Turismo municipal.	X		
		2) Implementar mecanismos de recogida de información para monitorear el nivel de satisfacción de los turistas.	N° de informes de resultados en base a la aplicación de encuestas para evaluar la satisfacción de turistas que visitan los destinos priorizados por el Pladetur	X		
	PERSPECTIVA: Procesos Internos O.E.4. Posicionar la oferta de turismo local en el mercado nacional	1) Desarrollar una estrategia de marketing turístico para la comuna (que incluya página web, señalética de turismo, entre otros medios)	Plan de marketing y promoción turística finalizado en concordancia con los ejes del Pladetur	X		
		2) Posicionar oferta en base a productos turísticos con potencial de desarrollo.	% de aumento de turistas que visitan los destinos priorizados por el Pladetur anualmente.		X	
	PERSPECTIVA: Procesos Internos O.E.5. Desarrollar sistemas y plataformas de información para la promoción del turismo local.	1) Implementar estructuras de gestión turística local (Departamento de Turismo; oficinas de información turística)	Departamento de Turismo implementado y formalizado al interior del municipio. Oficina de información turística municipal en pleno funcionamiento.	X		
		2) Gestionar la imagen de destino y oferta turística a través de buscadores especializados.	% de aumento en las visitas de la plataforma web que contiene la oferta turística de la comuna de los Muermos.		X	
	PERSPECTIVA: C.A.D.I⁴ O.E.6. Agregar valor a la oferta de productos/servicios con identidad local.	1) Analizar productos turísticos que tengan potencial de desarrollo	N° de productos turísticos evaluados con factibilidad de ser implementados exitosamente en la comuna.	X		
		2) Diseñar mecanismos que permitan encadenar la oferta turística en una lógica de agregación de valor	N° de productos turísticos priorizados por el Pladetur que disponen de encadenamiento e integración entre sectores relacionados potencialmente (hospedajes, restaurantes, tours, etc.).	X		

⁴ C.A.D.I.: Crecimiento, aprendizaje, desarrollo e innovación.

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN.	INDICADORES ASOCIADOS	C	M	L
Medio ambiente y sustentabilidad	PERSPECTIVA: Procesos Internos O.E.7. Promover y generar sustentabilidad ambiental para el desarrollo del turismo.	1) Diseñar e implementar un plan de sensibilización y educación ambiental para la comuna	N° de etapas del plan de educación ambiental implementadas en la comuna.	X		
		2) Implementar mecanismos efectivos para mantener la limpieza y retiro de residuos.	N° de etapas de implementación del programa permanente de limpieza y ornato de los destinos turísticos que correspondan	X		
Asociatividad	PERSPECTIVA: Procesos Internos O.E.8. Desarrollar una cultura de asociatividad y colaboración.	1) Implementar modelos de gestión asociativa de turismo (Cámara de turismo; Mesa público-privada de turismo, etc.)	Modelo de gobernanza con actores públicos y privados implementado con sus respectivas estructuras.	X		
		2) Vivenciar experiencias de buenas prácticas asociativas desarrolladas en otros territorios.	N° de visitas a otras comunas del país con experiencias exitosas en materia de desarrollo turístico. N° de iniciativas y/o proyectos formulados para potenciar el desarrollo turístico a partir del conocimiento de buenas prácticas en otros territorios.	X		
		3) Desarrollar proyectos pilotos de acción conjunta y evaluar sus resultados.	N° de proyectos formulados en asociación público privado para el desarrollo del turismo en la comuna de los Muermos.		X	
Conocimiento y aprendizaje	PERSPECTIVA: C.A.D.I⁵ O.E.9. Fortalecer las competencias y capacidades de los emprendedores turísticos	1) Coordinar con la institucionalidad pública la priorización e implementación de cursos de capacitación para el desarrollo turístico.	% de emprendedores capacitados en materias de desarrollo turístico para la comuna de los Muermos.	X		
		2) Asesorar a emprendedores turísticos para postular a proyectos en forma asociativa.	N° de emprendedores capacitados en la formulación de proyectos asociativos. N° de proyectos presentados en forma asociativa para el desarrollo turístico de la comuna de los Muermos		X	

⁵ C.A.D.I.: Crecimiento, aprendizaje, desarrollo e innovación.



Capítulo V: Modelo de Gestión Integral

5. Capítulo V: Modelo de Gestión Integral

5.1. Modelo de gestión para el PLADETUR⁶

Para asegurar la puesta en marcha y ejecución del Plan de desarrollo turístico de la comuna de Los Muermos es necesario contar con un modelo de gobernanza que incluya la participación de agentes públicos y privados. La propuesta de un modelo fue expuesta y compartida en talleres de trabajo con la comunidad turística de la comuna. En lo sustancial se compartieron algunos principios que deben guiar el trabajo del modelo de gobernanza, así como sus objetivos, estructura organizativa, y mecanismos de monitoreo y seguimiento del PLADETUR.

5.2. Principios orientadores del modelo

El modelo de gobernanza es una estructura organizativa público- privada que representa a las diversas actividades del turismo local y cuenta con las capacidades para analizar, proponer y gestionar iniciativas expresadas en programas o proyectos para impulsar el desarrollo turístico. Su actuación debe obedecer a los siguientes principios:

1. **Participativo:** Este principio se entiende como la capacidad que debe expresar la Mesa Público Privada (MPP) para integrar a la diversidad de actores en la gestión territorial del sector turismo en Los Muermos, sustentado en acuerdos y compromisos de los agentes involucrados, locales y externos, lo que significa una mayor certeza sobre las reales necesidades y desafíos para el desarrollo del turismo de la comuna.
2. **Territorialidad:** La MPP debe representar la diversidad de las localidades existentes en la comuna, con el fin de abordar de una manera integral las soluciones y mejoras a las necesidades para el desarrollo turístico de la comuna. Este principio se expresa en abordar soluciones distintas frente a territorios específicos.
3. **Vinculante:** Cuando se logra involucrar a los actores turísticos de la comuna en las decisiones relacionadas con la definición de proyectos, programas o planes del sector público, la política pública es más efectiva y eficiente. Desde esta premisa, se aspira que las decisiones y gestiones que realice la MPP, deben ser consideradas por las autoridades que diseñan políticas públicas, preferentemente regionales y comunales, con el fin de ser coherente con la asignación de recursos públicos y las necesidades territoriales en el sector turismo.

⁶ El presente modelo de gestión es tomado como referencia del Plan de Desarrollo turístico de la comuna de Puyehue, elaborado por la Universidad de Los Lagos, 2016.

5.3. Condiciones territoriales para la implementación de la mesa público privada (MPP) de turismo de la comuna de Los Muermos.

Para contar con una MPP con mayor injerencia en el desarrollo turístico de Los Muermos, es necesario contar con las siguientes condiciones:

1. Poseer a nivel comunal un instrumento de planificación que oriente el desarrollo del turismo. Este instrumento permite contar con objetivos, líneas de acción, cartera de proyectos, e indicadores, que oriente la gestión pública a nivel municipal, como también a las diversas instancias de gobernanza turística presente en la comuna.
2. Relevar al turismo como una actividad estratégica en la gestión municipal. En la actualidad a nivel municipal no se cuenta con un área o unidad dedicada exclusivamente a la gestión del sector turístico de Los Muermos.
3. Compromiso de los actores de la comuna con sus roles y funcionamiento de la MPP. Es importante que los actores comunales, relacionados directamente con el turismo, sientan que la MPP es una plataforma efectiva para resolver necesidades y problemas de su sector, como también una oportunidad para lograr un desarrollo del turismo más cohesionado e inclusivo.

5.4. Objetivos y funciones de la mesa público privada (MPP)

El modelo de gestión propuesto para el funcionamiento de la MPP de la comuna de Los Muermos debe tener como objetivo primordial identificar y evaluar oportunidades para el desarrollo del turismo de la comuna. Como funciones específicas se proponen las siguientes:

1. Diagnosticar los grandes problemas que constituyen obstáculos para desarrollar el turismo local.
2. Fomentar la asociatividad y colaboración entre los diversos actores del turismo de la comuna.
3. Promover la identidad y visión turística de la comuna como, asimismo, la oferta turística existente en la comuna.
4. Gestionar con las autoridades locales la búsqueda de soluciones a los problemas que dificultan el desarrollo turístico comunal.
5. Planificar el desarrollo turístico de la comuna y hacer seguimiento a los planes resultantes.
6. Diseñar una cartera de proyectos buscando complementariedad de las diversas fuentes de financiamiento público existente en materias de fomento turístico.

5.5. Organización y funcionamiento de la mesa publico privada (MPP)

La MPP contará con un plan de operación anual alineado con el PLADETUR. Este plan debe ser consensuado en asamblea general. La ejecución y avance del plan debe ser expuesto en cuenta pública a los diversos actores del turismo local.

Integrantes de la MPP: instituciones, gremios, emprendedores, de carácter permanente y especiales.

La MPP, estará compuesta por integrantes permanentes que representan a todas las organizaciones de desarrollo turístico y organizaciones funcionales relacionadas con el turismo local, representantes de la municipalidad, Concejales Municipales, y representantes de empresarios turísticos. Además, la MPP contará con integrantes especiales (Sernatur, Corfo, Sence, Sercotec, etc.,) que participarán de las reuniones cuando sean convocados según los temas a tratar en el plan de trabajo.

Las reuniones tendrán como propósito avanzar en las acciones y estrategias con instituciones públicas que tienen un rol en el cumplimiento de objetivos relevantes para el desarrollo turístico de la comuna.

Para el desarrollo de estas instancias de coordinación, se han definido cuatro ámbitos de acción relacionados con los Ejes estratégicos del PLADETUR, siendo las iniciativas turísticas las que definan las instancias de coordinación. A modo de propuesta se señalan las siguientes instancias:

Tabla 9: Ámbitos estratégicos del modelo de Gobernanza

Ámbitos de acción o Ejes estratégicos	Integrantes especiales
Infraestructura y equipamiento	Seremi Obras públicas, Dirección de Vialidad, Gobierno Regional, Seremi Bienes Nacionales, Armada de Chile.
Conocimiento y aprendizaje	Sence, Sercotec, Conadi, ProChile.
Promoción, Calidad turística, Asociatividad	Seremi Economía, Sernatur, Sence, Corfo, Indap, Gobierno Regional, Sercotec, Carabineros de Chile.
Medioambiente	Seremi Medioambiente, Autoridad sanitaria, Gobierno Regional.

5.6. Equipo gestor de la MPP: Integrantes y funciones

La MPP debe organizarse en función de una estructura que debe ser presidida por el Alcalde de la Comuna como autoridad máxima del territorio y sobre el cual recae principalmente la responsabilidad del desarrollo territorial en sus diversos sectores de actividad económica. La MPP debe contar con una Secretaría Ejecutiva a cargo de la Unidad Municipal a cargo del desarrollo turístico comunal. Este equipo gestor contará con responsables a cargo de cada uno de los ámbitos de acción o ejes estratégicos ya mencionados.

El equipo gestor será responsable de gestionar y coordinar las iniciativas de inversión contempladas en el plan operativo de trabajo y en el PLADETUR. En específico el equipo gestor tendrá las siguientes funciones:

1. Colaborar y gestionar las principales acciones e iniciativas de inversión para el desarrollo del turismo de la comuna.
2. Gestionar alianzas con centros universitarios y de investigación dedicados al desarrollo del sector turismo para explorar oportunidades de desarrollo de productos/mercados y desarrollo de proyectos.
3. Sensibilizar a la comunidad de la significación del trabajo colaborativo.
4. Fomentar encadenamientos de productos o servicios para agregar valor a la oferta turística de la comuna.
5. Colaborar en la implementación de los planes de trabajo de cada ámbito de acción o ejes estratégicos.

5.7. Monitoreo y seguimiento del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna

El proceso de seguimiento del PLADETUR Los Muermos permitirá a todos los integrantes de la MPP, institucionalidad pública y emprendedores turísticos, conocer el avance del plan de trabajo y del PLADETUR. Este proceso supone contar previamente con los siguientes instrumentos:

1. Objetivos estratégicos y líneas de acción del PLADETUR
2. Cartera de inversión por Ejes estratégicos
3. Plan de trabajo anual, coherente con el PLADETUR de la comuna.

Los objetivos del monitoreo y seguimiento son determinar y evaluar la eficacia y eficiencia en la gestión del PLADETUR, y recomendar modificaciones o ajustes a los objetivos del plan operativo y del PLADETUR.

Para el desarrollo de las líneas de acción y de la cartera de inversión priorizadas por cada Eje estratégico se propone una secuencia de etapas en donde sea posible el seguimiento del PLADETUR de la comuna:

Asignación de responsables y tareas: Esta función la realiza el equipo gestor de la MPP bajo la coordinación de la Secretaría Ejecutiva, definiendo a las personas y/o instituciones encargadas de colaborar en las líneas de acción definidas para cada Eje estratégico del PLADETUR.

Selección de iniciativas por eje estratégico: El equipo gestor, en base a la propuesta realizada por el presidente de la MPP, presenta a la Asamblea General una priorización de aquellas iniciativas que serán abordadas con su respectivo plan de trabajo ejecutivo.

Comunicación a la MPP ampliada: El equipo gestor de la MPP comunica en una Asamblea ampliada de la MPP, de las actividades y tareas específicas que deben cumplirse para el logro de los objetivos estratégicos del PLADETUR. Esta comunicación está dirigida a las instituciones e integrantes (permanentes y especiales) que integran la MPP, con el fin de obtener compromisos para su implementación.

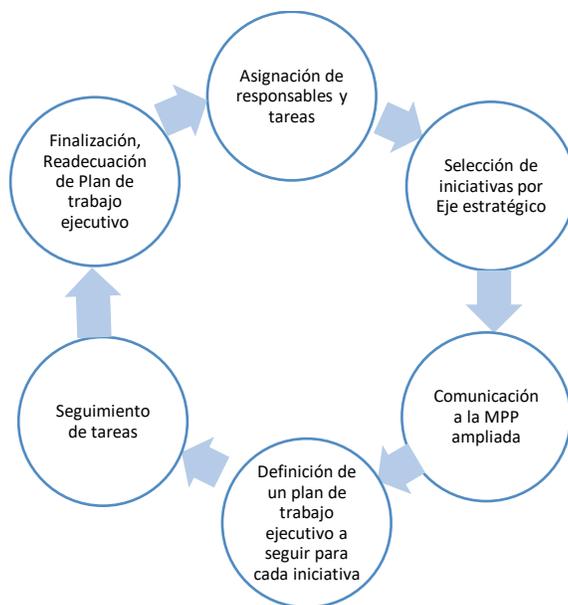
Definición de un plan de trabajo ejecutivo a seguir para cada iniciativa seleccionada: Cada encargado por Eje estratégico es responsable de generar un plan de trabajo ejecutivo para aquellas iniciativas seleccionadas, definiendo acciones, productos, plazos e instituciones involucradas públicas y/o privadas para posibles cooperaciones.

Seguimiento de tareas: esta actividad tiene como objetivo realizar un seguimiento del plan de trabajo ejecutivo elaborado para cada iniciativa seleccionada por Eje estratégico del PLADETUR. Esta etapa permite ver contingencias y por tanto hacer los ajustes de manera oportuna en los niveles que corresponda.

Finalización/readecuación del Plan de trabajo ejecutivo por iniciativa seleccionada: En esta etapa se analiza el cumplimiento de los planes de trabajo de las iniciativas seleccionadas por Eje estratégico, debiendo presentar un avance a la asamblea Ampliada de la MPP, como una actividad anual obligatoria. También es la oportunidad de replantear el plan de trabajo en la eventualidad de realizar ajustes en las acciones contenidas en las respectivas iniciativas.

Esta secuencia de etapas se presenta en el siguiente flujo:

Ilustración 36: Monitoreo y Seguimiento del PLADETUR



Conclusiones

El turismo como actividad económica está ofreciendo a la comuna de Los Muermos una oportunidad única para fortalecer el crecimiento económico y al mismo tiempo, preservar los recursos naturales y culturales que existen en las comunidades locales, siendo un motor de cambio para poder diversificar las actividades tradicionales, esto no quiere decir dejar de lado las actuales tradiciones, si no, dar valor agregado a las mismas. En esta línea Los Muermos ha sido considerada por la Estrategia Regional de Los Lagos como una de las zonas estratégicas de desarrollo, formando parte del territorio “Mapu Lahual” con fuerte potencial para el turismo. Esta importancia se ratifica en la Política regional de turismo e imagen al considerar a Los Muermos en el destino turístico “De cordillera a mar”.

Con la información recabada con la comunidad, podemos concluir que la comuna de Los Muermos está muy interesada en desarrollar un polo turístico sustentable, basada en el turismo de naturaleza y turismo rural. Aunque la industria turística aún está en una etapa temprana de desarrollo, está en crecimiento, y cuenta con lo fundamental para potenciar su desarrollo, los recursos turísticos, una comunidad comprometida, y la voluntad política.

Durante los talleres se logró recopilar información valiosa sobre las perspectivas de la comunidad en cuanto al desarrollo de su territorio. Se destaca la importancia de mantener la sustentabilidad y la limpieza en la comuna, así como la conservación de su entorno natural. Aunque no se manifestó una oposición hacia la actividad turística, se enfatizó la necesidad de aprovechar esta etapa temprana de desarrollo para establecer un turismo seguro y regulado que garantice un equilibrio en beneficio de toda la comunidad.

Los resultados obtenidos de las encuestas del perfil del visitante indican que la mayoría de los turistas que visitan Los Muermos tienen un perfil familiar y de mediana edad, con edades comprendidas entre 42 y 60 años. Además, la mayoría de los turistas proviene de la misma localidad, lo que sugiere que la promoción turística en otras áreas podría mejorarse para influir en aumentar la pernoctación en la comuna. Es importante destacar que el nivel educativo predominante es de enseñanza media completa, lo que sugiere que no son turistas especializados. Por último, el hecho de que la mayoría de los turistas sean empleados dependientes puede influir en su capacidad de gasto durante el viaje, la duración del mismo y en la selección de los servicios turísticos ofrecidos.

Cabe resaltar que estos resultados no excluyen la presencia de otros perfiles de turistas en la zona; más bien, reflejan el panorama actual de los visitantes. Sin embargo, esto proporciona una base para la formulación de estrategias que transformen la experiencia turística en la comuna. Mediante la creación de actividades turísticas, la preservación del patrimonio cultural tangible e intangible, la elevación de la calidad de los proveedores de servicios y la creación de productos turísticos, se espera prolongar la duración de la estadía y aumentar el gasto de los visitantes potenciales en el destino.

Respecto a los atractivos turísticos, podemos mencionar que en la actualidad la comuna posee mayoritariamente recursos turísticos, es decir, falta algún tipo de implementación, infraestructura, accesibilidad o rescate del relato histórico para que estos puedan ser puestos en valor. Del mismo

modo, estas acciones deben ir de la mano con la cartera de inversiones propuesta para que tanto las necesidades básicas de la comunidad y las inversiones netamente turísticas puedan desarrollarse de forma paralela, creando valor para los potenciales productos turísticos.

Del diagnóstico del territorio se pudieron determinar un conjunto de potenciales productos turísticos distribuidos en todo el territorio, estos serían: Pingüineras y lobería de Estaquilla; Cabalgatas Estaquilla; Tour en Kayak (Río Juancho y Río Pescado); Ruta agrosustentable de la costa; Cabalgatas por la costa de Llico Bajo; Ruta de los Alerces; Aviturismo en Piedra Blanca; Aviturismo en Palihué; Circuito patrimonial Cañitas y Río Frío; y Fungi Fest Muermino.

En la lógica de abordar de manera eficiente y focalizada el proceso de desarrollo del turismo en la comuna, se definieron cinco ejes o áreas claves: Infraestructura y equipamiento; Promoción y calidad turística; Medio ambiente y sustentabilidad; Asociatividad; y Conocimiento y aprendizaje. Dentro de estos ejes se pueden indicar, a modo de síntesis, los Objetivos Estratégicos de: Construir y/o mejorar la red de infraestructura para el acceso a las rutas y servicios turísticos; Desarrollar sistemas y plataformas de información para la promoción del turismo local; Agregar valor a la oferta de producto/servicios con identidad local; Posicionar la oferta de turismo local en el mercado nacional; Desarrollar una cultura de asociatividad y colaboración; Fortalecer las competencias y capacidades de los emprendedores turísticos.

Acorde a lo anterior, se resalta que muchos de los requerimientos especificados en la cartera de inversión tienen relación con los Ejes de Infraestructura, tales como acceso a electricidad, agua potable, alcantarillado y mejoramiento de los caminos, y con el Eje de Promoción y calidad turística, donde se señala la necesidad de desarrollar una estrategia de marketing turístico que considere, por ejemplo, páginas web, señalética de turismo, etc., y prioritariamente implementar estructuras de gestión turística local, como crear el Departamento Municipal de Turismo, y oficinas de información turística. Por lo tanto, es un desafío para el municipio poner en obra aquellos proyectos y programas que aborden el desarrollo del turismo de la comuna.

Finalmente, hay que destacar la importancia de poder implementar de forma correcta el modelo de gobernanza, ya que es la única forma que el Plan de Desarrollo Turístico sea sostenible en el tiempo, para ello se necesita un Departamento Municipal de Turismo que disponga de un equipo de especialista en temas de turismo, que guíe la gestión del turismo en la comuna comenzando por la conformación de una Mesa público privada (MPP) donde estén representadas todas las organizaciones dedicadas al turismo y autoridades municipales. Será responsabilidad de esta instancia de participación establecer dos cuestiones relevantes: 1) Elaborar un Plan operativo anual donde se consignen los objetivos propuestos a mediano y largo plazo, las líneas de acción, y la cartera de inversión, en concordancia con lo indicado en el Plan de desarrollo turístico (PLADETUR), 2) Hacer seguimiento y monitoreo al Pladetur para que la MPP conozca en todo momento los avances, logros, y dificultades en la ejecución del plan.

En la medida que la comunidad y las autoridades se comprometan de manera decidida y colaborativa con el desarrollo turístico de la comuna se puede alcanzar la visión de ser una comuna turística, acogedora con los visitantes, con trabajo en comunidad, más sustentable con el medio ambiente.

Anexos

Formato encuesta perfil del turista



UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS

Encuesta para conocer los motivos de visita y el perfil de consumo de los turistas que visitan Los Muermos

Fecha: _____

Preguntas Filtro:

a) ¿Vive o realiza una actividad remunerada en la comuna de Los Muermos?

<p>1. Sexo: F M Omite</p> <p>2. Rango Etario:</p> <p>a) 18-23 años</p> <p>b) 24-29 años</p> <p>c) 30-35 años</p> <p>d) 36-41 años</p> <p>e) 42-60 años</p> <p>f) 61 y más.</p> <p>3. Lugar de Procedencia:</p> <p>País: _____</p> <p>a) Ciudad: _____</p> <p>b) Santiago/comuna _____</p> <p>4. ¿Con cuántas personas viaja?</p> <p>_____</p> <p>5. ¿Quiénes lo acompañan?</p> <p>a) Viajo solo/a</p> <p>b) Pareja</p> <p>c) Familia</p> <p>d) Amigos</p> <p>e) Colegas</p> <p>6. Nivel Educativo:</p> <p>a) Educación Básica</p> <p>b) Educación básica y media completa</p> <p>c) Pregrado</p> <p>d) Postgrado</p> <p>e) Otro _____</p> <p>7. Ocupación:</p> <p>a) Estudiante</p> <p>b) Dueña de casa</p> <p>c) Trabajador dependiente</p> <p>d) Trabajador independiente</p> <p>e) Jubilado/pensionado</p> <p>f) Otro: _____</p> <p>8. ¿Es primera vez que visita la zona de Los Muermos?</p> <p>a) Si</p> <p>b) No, ya he venido antes. (si la respuesta es no, saltar a la pregunta 10)</p>	<p>9. Si ha venido antes, ¿Cuántas veces en los últimos 5 años?</p> <p>_____</p> <p>10. ¿Cuáles son los principales motivos de su visita?</p> <p>a) Descanso o placer</p> <p>b) Diversión</p> <p>c) Negocios/trabajo</p> <p>d) Cultura</p> <p>e) Visita familiares</p> <p>f) Otro _____</p> <p>11. Indique los 3 principales factores que influyeron para venir a la comuna de Los Muermos, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.</p> <p>() Recomendaciones</p> <p>() Conocimiento previo</p> <p>() Cercanía del lugar de origen</p> <p>() Precios</p> <p>() Diversidad de actividades</p> <p>() Interés por conocer nuevos lugares</p> <p>() Visitar a familiares o amigos</p> <p>12. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a la Región de Los Lagos?</p> <p>a) Avión</p> <p>b) Autobús</p> <p>c) Automóvil</p> <p>13. ¿Cuál es el medio de transporte que va a utilizar o ha utilizado durante su estancia en la comuna? (Puede marcar más de una opción)</p> <p>a. Automóvil propio</p> <p>b. Automóvil rentado</p> <p>c. Autobús urbano</p> <p>d. Autobús turístico</p> <p>e. Taxi</p> <p>f. Bicicleta</p> <p>g. Otro _____</p>
--	---



UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS

14. Marque con una X los servicios/actividades que le gustaría encontrar durante su visita a Los Muermos, en función de su grado de interés por ellos. Utilice la siguiente escala:

4: Muy importante, 3: Importante, 2: Indiferente, 1: Nada de importante

Servicios	1	2	3	4
Internet wifi				
Señal para celulares				
Baños Públicos				
Tiendas de <u>souvenirs</u>				
Restaurante de pescados y mariscos				
Restaurante de comida rápida				
Cafetería				
Bares				
Paseos a caballo				
Senderos para <u>trekking</u>				
Actividades de agroturismo				
Juegos para niños				
Camping				
Ferias costumbristas				
¿Otro servicio que desee encontrar?				

15. ¿Cómo supo de Los Muermos?

- a) Por publicidad
- b) Internet
- c) Amistades
- d) Agencias de viaje
- e) Otro _____

16. ¿Hará uso de servicios de alojamiento en la zona de Los Muermos?

- a) Si
- b) No, vengo sólo por el día.
- c) No, me quedo en casa de familiares/amigos
- d) Me quedo en otra ciudad cercana.

¿Cuál? _____

17. ¿Qué tipo de alojamiento utilizará durante su estancia?

- a) Hostal
- b) Hostería
- c) Pensión
- d) Casa de familiares/amigos
- e) Casa o departamento propio
- f) Cabañas
- g) Camping

18. ¿Cuántos días permanecerá en la comuna?

- a) Menos de 1 día
- b) Entre 1 a 2 días
- c) Entre 3 a 5 días
- d) Otro: _____

19. ¿Con cuánto tiempo de anticipación realizó sus reservaciones?

- a) No hice reservaciones
- b) 1 semana
- c) 2 semanas
- d) 3 semanas
- e) 1 mes
- f) Más de un mes

20. ¿Por qué medio por el reservó? (Puede marcar más de una opción)

- a) Directo
- b) Agencia
- c) Excursión/ Contrato
- d) Internet

21. ¿Cuánto es el gasto promedio diario que pretende realizar durante su estadía en Los Muermos?

- a) Menos de \$20.000.-
- b) Entre \$20.000.- a \$50.000.-
- c) Entre \$51.000.- a \$80.000.-
- d) Más de \$80.000.-

22. ¿Qué lugares tiene pensado visitar en la zona?

Formato encuesta de satisfacción

Questionario de Satisfacción del Turista que Visita Los Muermos

La Ilustre Municipalidad de Los Muermos y la Universidad de Los Lagos están desarrollando un estudio para conocer las características de nuestros visitantes, que permitirá optimizar la entrega de un mejor servicio en su próxima visita.

Questionario Anónimo

¿Cuánto ha sido su tiempo de estadía en la comuna?

<input type="checkbox"/>	Menos de 24 horas	<input type="checkbox"/>	Entre 1 día a 2 días	<input type="checkbox"/>	Más de 3 días	<input type="checkbox"/>	Otro: _____
--------------------------	-------------------	--------------------------	----------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	-------------

¿Cómo calificaría su experiencia en el destino acorde a? (marque con una X):

	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1. Destino turístico visitado				
2. Servicios básicos dispuestos en la comuna (baños, estacionamientos, estaciones de servicio, cajeros automáticos, etc.)				
3. Conectividad Telefónica (señal e internet móvil)				
4. Calidad de las rutas/Conectividad Vial				
5. Servicios de transporte público				
6. Servicios de alimentación				
7. Servicios de alojamiento				
8. Acceso a información turística previa a su visita				
9. Calidad de la información turística en Los Muermos				
10. Relación precio-calidad de los productos y servicios adquiridos				
11. Seguridad ciudadana (delitos)				
12. Medidas de seguridad en actividades turísticas (barreras de protección en miradores y senderos, salvavidas en lagos y ríos, otros)				
13. Aseo y ornato				
14. Amabilidad de la comunidad local				
15. Señalética turística				

16. ¿Recomendaría a Los Muermos como destino turístico?

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

Porque: _____

17. ¿Regresaría usted a Los Muermos?

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

18. ¿Desea dejar sugerencias, en cualquier ámbito, para mejorar la calidad de nuestro servicio?

Lista de asistencia a talleres

Los Muermos

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller de Inicio Fecha: 10-01-23 Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Wilton Saldana E.	12.202.163-7	Comida E.P.I.	123milva123@gmail.com	994774876	[Firma]
2	Marina Luisa Urrut	10624565-7	Restaurante "Fenix"	maler6868@hotmail.com	932649556	[Firma]
3	Jesus toledo	116047992	Orca	jesus.toledo@gmail.com	910376795	[Firma]
4	Nora Pizarren	M.502.788-3	Taller Artesanal Entre Lanas y telares	Taller entre lanas y telares@gmail.com	982508340	[Firma]
5	Melby Aguilo	11413580-1	Agrupación de Lanas Capital	mblanquet31@gmail.com	996681052	[Firma]
6	Jose Fabian Jorjag	12562001-8	Refugio Quilagua	refugioquilagua@gmail.com	982578937	[Firma]
7	Elisavinda	8424789-1	Centro Los Muermos	elidom@material.com	973351105	[Firma]
8	Gabriela Astudillo	12.780.590-3	Casa Notro	casanotro@gmail.com	973351105	[Firma]
9						
10						

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller de Inicio Fecha: 10-01-23 Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Cristina Téllez	15.282.074-0	Guía de Turismo (Senatur)	crissteel4@gmail.com	977594049	[Firma]
2	Antonella España	21.190.657-4	Club deportivo Los Guindos	antonella.espana@gmail.com	956609027	[Firma]
3	Marcio Cerdeña	6.449.402-1	Centro Artesanía y Turismo Los Muermos	repositivo@gmail.com	997933812	[Firma]
4	Carlos Soto Gallardo	14.229.203-2	Turismo Ruta Exploradores	carlos.soto@gmail.com	98514780	[Firma]
5	Blanca Balboa	11.115.319-1	Mamos Artesanos	-	990601433	[Firma]
6	Sociedad Barón	13.824.692-2	Entre Lanas y Telares	Taller entre lanas y telares@gmail.com	978369566	[Firma]
7	Piccolo Osorio	10.827.847-1	Escuela de Artes y Oficios YUGO	piccoloosorio@gmail.com	67668264	[Firma]
8	Sergio Barria	17.737093-1	Restaurante Con sabor Muermos	-	-	[Firma]
9	Luis Blanco A.	12.326.532-1	Concejal	-	967841487	[Firma]
10	Violeta Gómez	14.569.008-1	Agrupación de Artesanos Capital	violeta.gomez@gmail.com	996431483	[Firma]

LISTADO DE ASISTENTES - PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller de Inicio Pladetur

Fecha: 10-01-23

Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Corman Tellez	6.014.708-2	-	-	62541698	<i>C. Tellez</i>
2	JOSE HERMAN Aguila Toledo	10.148.156-5	-	-	974941124	
3	Constanza Young	162366077	Tour Familiar Alojamiento	-	92200906	<i>CY</i>
4	Harriet Hernández	10299748-4	Concejala	harrietvelazquez@gmail.com	979674300	<i>H. Hernández</i>
5	Virginia Alvarado	8.015952-8	Turismo / Camping	-	958982068	<i>V. Alvarado</i>
6	Viviana Velazquez	17631995-K	Arteronia	vivianavelazquezpablo@gmail.com	981134225	<i>V. Velazquez</i>
7	Rosa Manríquez	7999456-1	Restaurant Fonix	rosa6868@hotmial.com	979804310	<i>R. Manríquez</i>
8	Carolina Navarrete	12.0077910	JUDAP	CANAVARRETE@JUDAP.d	-	<i>C. Navarrete</i>
9	Yosna González	12257122-K	TE CUIDO	Ygonzalezance@gmail.com	74960826	<i>Y. González</i>
10	Tania Alvarado	7916050-4	Capital - Artesanía	-	898 92215148	<i>T. Alvarado</i>

LISTADO DE ASISTENTES - PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Inicial

Fecha: 10-01-23

Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Carola Yara Abúgbo	10.124.010-K	ECO Turismo y HOSTERIA	-	96766 8264	<i>Carola Yara Abúgbo</i>
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Estaquilla

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Inicial

Fecha: 11-01-23

Lugar: Estaquilla

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Inem Inche	10.903.198-4	Asociación Turística Estaquilla	Inem.inche.218@gmail.com	9490304724	
2	Keren Soto	16.950.330-7	Asociación - turismo Estaquilla	kerensoto22@gmail.com	974878341	
3	Ruth Mener	12.202180-3	Asoc. Turismo	ruthmener@gmail.com	965866668	
4	Germana Kozar	8.352.174-0	Emprendimiento		972672401	
5	yvette Espinosa	10.1218392	Restorant		953802896	
6	Pablo Valasquez	8.228.836-8	Emprendedor		972672401	
7	Honoldo Velazquez	3121.106-6	Emprendedor	jose.honoldo@gmail.com	97478133	
8	José Lourdes P.	10.958.897-2			968198302	
9	José Rubén	90218166			9833512935	
10						

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Inicial

Fecha: 11-01-23

Lugar: Estaquilla

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	CGS AN CARCAMO	13.916.578-3	ASOCIACION TURISMO ^{ESTAQUILLA}	CGS AN CARCAMO@gmail.com	994070076	
2	Sindey Velazquez	18.736.551-9	Asociación turismo	sindey.v@gmail.com	993780417	
3	Haniet Hernández	10299748-4	Concejala	haniet.hernandez@concejales.cl	97967430	
4	Viviana Fernández	19.675.310-0	VERDE MAR	VerdeMarEspañola@gmail.com	991448268	
5	Angela Mener	51.152.31-0	APR		999919584	
6	Rosmaría Rojas	12.999.238-9	CABAÑA		76741688	
7	Sofía Muñoz	10277926-4	Concejel.		988119107	
8	SORGE JAQUE	16.721.503-3	CABAÑA		963024631	
9						
10						

Hua Huar

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Inicial

Fecha: 11-01-2023

Lugar: Hua - Huar

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Mario Herraiz	12 309 146-9	Colonia	coloh_1952@hidmahua.com	963279648	[Firma]
2	Ricardo Almaseda	10 210 428-5	-	-	958804306	[Firma]
3	Bartolomé Rojas	10 422 698-6	Proyecto ^{de} desarrollo futuro	antonio.rojas.1965@gmail.com	996235482	[Firma]
4	Eva ^{Jiménez} Quejón Calisto		Proyecto ^{de} desarrollo futuro	-	952076751	[Firma]
5	Margarita Cantares	13 852 265-4	-	margarita.cantares.1950@gmail.com	992712078	[Firma]
6	Rosa Díaz	13 166 604-7	Taller 'hogar' ^{de} artesanía	rosadiaz.040873@gmail.com	944104695	[Firma]
7	Rodrigo Ojeda	10.472.0782	-	-	957829283	[Firma]
8	Maria Teresa Urbina Campos	9 112 746-6	Proyecto ^{de} desarrollo futuro	mariateresa.urbina@gmail.com	996807948	[Firma]
9	Esteban Noto	12 344 289-K	Comité - ^{de} vecinos	esteban.noto.92@gmail.com	997025037	[Firma]
10	Maraela Muñoz	12 998 069-6	Comité ^{de} vecinos	maramuñoz.1976@gmail.com	988753788	[Firma]

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Inicial

Fecha: 11-01-2023

Lugar: Hua Huar

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Ricardo Herraiz	9 390 855-4	Colonia	ricardo.herraiz.1923@gmail.com	968481936	[Firma]
2	Rosaura Díaz	11 430 799-8	Proyecto ^{de} desarrollo futuro	rosauradiaz.1960@gmail.com	968223781	[Firma]
3	José Ángel González	9540 985-7	Agencia ^{de} desarrollo	-	973780013	[Firma]
4	Yvonne Corcos	14 421 530-3	Colonia ^{de} desarrollo futuro	yvonne.corcos.1960@gmail.com	966708772	[Firma]
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Palihué

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Tallas Inicial

Fecha: 12/01/2023

Lugar: Palihue

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Mario Noto Delgado Palihue	8086727-1	Prodesal	-	973963138	Elba S.J.
2	Enrique Ojeda Noto	9087493-4	Agricultora - Org. a Laboro de agua, Palihue Comité de control productivo	-	974698857	Emilia Oj
3	Tadanda Rosario Mancilla	12169862-8	Prodesal - Agricultora	-	991707046	Tadanda Ros
4	Nancy Inig Toledo	15444666-7	Prodesal - Productora de Cereales	-	934006121	Nancy Inig
5	Mirra Mancilla Alvarado	4831866-5	Prodesal -	mirramancilla@prodesal.com	987253488	Mirra Mancilla
6	Reginaldo Arguero	11715367-3	Agricultura	reginaldo.arguero1971@gmail.com	996284642	Reginaldo
7	Veronico Zeteno	11891332-K	-	veronico.zeteno187@gmail.com	974832567	Veronico
8	Veronico Velazquez	8307141-2	Agricultura - productor de Cereales	-	984375923	Veronico
9	Martín Mancilla	134066407	Productora de Cereales	-	975236335	Martín
10	Amanda Gómez	4.19095096	Productora de Cereales	-	975236335	Amanda

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Tallas Inicial

Fecha: P. 12/01/2023

Lugar: Palihue

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Luis Jacinto Velazquez	11403586-0	Departamento de agua y saneamiento Agricultura y ganadería	-	-	Luis Aguilar
2	José Pizarro	7163019-2	Prodesal - Tecnología Agricultura y ganadería	-	-	Bilduza
3	Damián Noto	11413421-2	Agricultura y ganadería	-	934661481	Damián
4	Tomasa Teresa Pineda	17311598-8	Productora de cereales: Desempeñadora de servicios agrícolas	tomasa.pineda@palihue.org.cl	978893534	Tomasa
5	Luis Guillermo Arguero	12115027-1	Ganadería - Cabras y caballos	luisarguero@palihue.org.cl	988157204	Luis Arguero
6	José González	15000091-6	Agricultura	josé.gonzález@gmail.com	992154282	José
7	Verónica Borra	13737039-3	Desarrollo de Cereales	veronicaborra@gmail.com	98886515	Verónica
8	Diego Noto	22122834-0	-	diego.noto@gmail.com	961281882	Diego
9	Luis Borra	9555826-7	Productora / Hector	luisborra@gmail.com	991554054	Luis Borra
10	José Antonio Arguero	3053500-5	Agricultura y ganadería	-	992114653	José

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Inicial Fecha: 12/01/2023 Lugar: Palihme

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Andrea Paez	19824767	Probes - Comuna Santiago Pueblo de Coca - H. Cuba	-	957423234	[Firma]
2	Luis Dupres	2065513-4	Agricultor	-	940389667	[Firma]
3	José Aguila Noto	7659816-9	Agricultor	aguilas.dubane.558@gmail.com	922878158	[Firma]
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Paraguay Chico

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: TALLER INICIAL Fecha: 12-01-23 Lugar: PARAGUAY CHICO

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Hector Barria Paez	9.875673-K	Carretera a la Alameda - restaurant	Hectorbarria26@hotmail.com	962500703	[Firma]
2	Manuel Cardenas Jimenez	13731104-9	Parque de Vecinos Paraguay	manuelcardenas@hotmail.com	95408447	[Firma]
3	SANDRA AYALA T.	9.618.557-5	PA' CAMPO ADEPTICO	SAYALATRONCOSO1964@gmail.com	91642919	[Firma]
4	José Navarro	7790481-6			962428522	
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Lista de asistencia 17-05-23, Estaquilla

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Pladetur II

Fecha: 17/05/23

Lugar: Estaquilla

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Inene Uribe	10 903 198-4	Asesoría "Corallero"	uribe.inene218@gmail.com	949030489	[Firma]
2	Humberto Posada	13737062-K	Operador Turístico "Posadas"	-	99739992	[Firma]
3	Elina Vidal	10585818-3	Hotel de Condo	-	98949264	[Firma]
4	Francisco Toledo	19673 8762	Cabana	frmmobiliano17@gmail.com	95557939	[Firma]
5	Cristine Tenorio	13.030.1815	codice sin nombre	Cristine Tenorio	99318047	[Firma]
6	Yoselyn Oyarzun	13662288-8	Cabana "Aguas" cafetería	yoselynoyarzun@gmail.com	95650101	[Firma]
7	Maria Gonzaly	12.134.007-0	Cabanas	posada1964@gmail.com	96662098	[Firma]
8	Juan Posada	1509454-R	Cabanas	posadamat1980@gmail.com	64803284	[Firma]
9	MARLEN PANDEKES	12712100-1	CABANAS	MARLENMATT.2073@gmail.com	966772807	[Firma]
10	Judith Vargen	11715604-4	empalaje		968161251	[Firma]

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Pladetur II

Fecha: 17/05/23

Lugar: Estaquilla

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	CESSAN CALCAMO	13966578-3	CABANAS TANFAR	CESSAN4W@gmail.com	994070078	[Firma]
2	HUGO VELASQUEZ	11.713.448-2	CABANAS		987836969	[Firma]
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Listas de asistencia 17-05-23, Los Muermos

LISTADO DE ASISTENTES - PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller Pladetur II Fecha: 17/05/23 Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Mónica Muñoz	259377560	Pizzeria Kopaiche	Monica.munoz@gmail.com	95453828	[Firma]
2	Gabriela Astudillo Muñoz	12780590-3	Casa Notro	gabyla.astudillo@gmail.com	973351105	[Firma]
3	Helga González Aguado	12934610-8	rendido San Carlos Cordele excondide	HelgitaGonzalez75@aol.com	973500022	[Firma]
4	Helga Soto Martínez	8.157468-5	Restaurante		934522137	[Firma]
5	Soledad Borrón	13.824.6922	Taller Antinaval	flowers_05@hotmail.com	978369566	[Firma]
6	Nora Alvarez Neumann	11.502.788-3	Taller Artesanía	TallerArtesaniaVasycelons@gmail.com	982507340	Nora Alvarez
7	Ignacio González	15520250-5	Pizzeria Rustik PRIMA SURENA	mschoavis123@gmail.com	920800600	[Firma]
8	Ami Amarello M.	7.999.456-1	Restoant "Fenix"	melu685@hotmail.com	932649556 978801310	[Firma]
9	Lilian Ampar Jerez	12343518-4	Restoant panaderia y minimarket.	Lilian-ampar@hotmail.com	998800869	[Firma]
10	Carola Jara A.	10.124.0106	HOSTERIA Lluvia del Sano		967 66 82 64	Carola Jim

LISTADO DE ASISTENTES - PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Fecha: Lugar:

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Ricardo Asencio	10.827.847-1	HOSTAL. Lluvia ASERATO	asencio1866@gmail.com	67668269	[Firma]
2	José Oval	9.133962-5	Cafetería "AL Tose"	joselovalca@gmail.com	944924340	[Firma]
3	Alex Zamora	853616506	Impresora	boruermos@gmail.com	953616506	[Firma]
4	Harriet Hernández	10299748-4	Concejala	harriet.hernandez@muermos.cl	977967430	[Firma]
5	Cristian Yáñez	16236.601-7	Verde Azul Paseo tur familiar	lakstendunka@gmail.com	922009061	[Firma]
6	Ama Marie Subiabre	8908905-0	Hospedaje y caballería Los Coicóes	asubiabre@gmail.com	950762175	[Firma]
7						
8						
9						

Lista de asistencia 18-05-23, Hua Huar

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller 2 Pladetur

Fecha: 18-05-23

Lugar: Hua Huar

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	ESTEBAN SOTO MUÑOZ	12374289-K			997025035	[Firma]
2	Marcia Muñoz	12.998.065-6	Independiente.	marmuto1996@gmail.com	98858788	[Firma]
3	Nolasco Soto	5.729598.0			953567897	[Firma]
4	Eva Anuarín A.	9.597895-K	Independiente			[Firma]
5	MARIO HERNÁNDEZ	12.309.146-9	INDEPENDIENTE	cebol_1972@hotmail.com	9-6299648	[Firma]
6	CHRISTIAN JAVIER VARGAS ALVAREZ	12.193.654-2	HUA HUAR TURISMO RURAL ESCUELA MIRAMAR BAJO	huahuar1@gmail.com	981522086	[Firma]
7	Susana Díaz C.	11.430.799-8	HUA HUAR TURISMO RURAL	HUAHUARTURISMO RURAL@GMAIL.COM	962273721	[Firma]
8	José Díaz C.	14370442-4				José Díaz C
9	Micela Barria					Micela Barria
10	Ernestina Córdova	6544429-1				Ernestina Córdova

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: Taller 2º Pladetur

Fecha: 18-05-23

Lugar: Hua Huar

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Mariana Cordero	8309043-4	Taller laboral			[Firma]
2	Ruth Alvarado	58.521.367-6	Taller laboral		9-77052626	[Firma]
3	ROSA DÍAZ C.	13.166.604-7	TALLER LABORAL HUA - HUAR.		944404695	[Firma]
4	Ernestina Córdova R	14.040.590-6	taller laboral hua-huar.		940816901	Ernestina Córdova
5	[Firma]	11.593.6124	Comunidad Independiente		96148871	[Firma]
6						
7						
8						
9						
10						

Lista de asistencia 14-06-23, Estaquilla

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: 3^{er} taller Pladetur

Fecha: 14/06/23

Lugar: Estaquilla.

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Fabiola Pare des Velasco	16.507.593-5	CABAÑAS Estaquilla	V.Fabiola1987@gmail.com	972536808	[Firma]
2	Verónica Patricia Ojeda	13.592.290-0	Cabañas San Valentín	lenchomery@gmail.com	973019899	[Firma]
3	Yannick Javadi	19.673.311-0	RESTORANT	Fernando Javadi	91448265	[Firma]
4	Yvette Espinosa	10.121.839-2	Restorant		953828596	[Firma]
5	Mario J. Vargas	11.715.604-4	Hospedaje gastronómico		968161251	[Firma]
6	Genoveva Wurman	8.352.174-0	Emprendimiento		972672401	[Firma]
7	Shane Uribe Parodi	10.903.198-4	Amosandino	Uribeuribe218@gmail.com	949030484	[Firma]
8	Yoselyn Oyarzun Uribe	17.632.288-8	Cafetería y Colación	yoselynoyarzun.u@gmail.com	956506041	[Firma]
9	Keren Soto Oribe	16.958.330-7	Venta de Churros	Kerensoto22@gmail.com	974878341	[Firma]
10	Humberto Paredes	13737062K	PASAOLA Estaquilla		99739592	[Firma]

LISTADO DE ASISTENTES – PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: 3^{er} taller Pladetur

Fecha: 14/06/2023

Lugar: Estaquilla

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	CSAR CARCAMO	13946578-3	ESTAQUILLA CABAÑAS FAN FAN	CESSAR4W031111@GMAIL.COM	994030078	[Firma]
2	Sindey Velásquez	18.736.351-9	WBBN SUD MEDIFERANEA	Sindey.V@gmail.com	9.93780417	[Firma]
3	Juan Pablo Velásquez	8.228836-8	gastronomía		972672401	[Firma]
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Lista de Asistencia 14-06-23, Los Muermos

LISTADO DE ASISTENTES - PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: 3er taller Pladetur

Fecha: 14/06/23

Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Carola Jara A	10124010-K	ECO Turismo HOSTAL		967668264	Carola Jara
2	Ricardo Asencio	10827847-1	ECO Turismo HOSTAL	ricardo.asencio@gmail.com	967668264	
3	Heather Alicia Toledo	10.148.196-5	Comités Turísticos	laurotoledo@gmail.com	974911249	
4	Ricardo Mansilla	7994569	Restaurante Fenix		7994569	
5	Viviana Velásquez	17.631.945-K	Cestería Los Muermos	vivianavelasquez@gmail.com	982134723	
6	Raúl Pérez J.	6829206-9	MANHATTAN Restaurant	restaurantemanuel@gmail.com	974369337	
7	José Luis Peña Celis	17014404-K	Loose los Alencos.	contacto@looselosalencos.cl	976424614	
8	Claudio Muñoz Palma	15296934-0	Loose los Alencos	contacto@looselosalencos.cl	987413524	
9	Harriet Hernández R	10299748-4	Concepción Altos de Estación	harrietveline@gmail.com	979674300	
10	Sergio Durán	1777097-2	Con Sabor Muermos	consabormuermos@gmail.com	931712465	

LISTADO DE ASISTENTES - PLADETUR LOS MUERMOS

Nombre Actividad: 3er taller Pladetur

Fecha: 14/06

Lugar: Los Muermos

N°	Nombre	Rut	Empresa/Institución	Email	Teléfono	Firma
1	Cristian Jerez	162366047	Turismo Familiar	dakstordunk@gmail.com	922009061	
2	Cristina Teller R	15.282.024-0	Guía de Turismo	cristee14@gmail.com	977594048	Cristina Teller
3	Dora M. Subiabre	89089050	Hospedaje Los Coigües	asubiabre@gmail.com	950762175	
4	José Hernández	20831070-4	Hospedaje Los Coigües	joselansubiabre@gmail.com	972964128	
5	Manuel Guisán	16144471-7	Resto Rm	com/sabillal@gmail.com	9.88137652	
6	Manuela Rojas	10624565-7	Restaurante Fenix	manuelarojas@gmail.com	932649556	
7						
8						
9						
10						

Formas de Pago:	
<input type="checkbox"/> Efectivo	<input type="checkbox"/> Tarjetas Bancarias
<input type="checkbox"/> Transferencia	<input type="checkbox"/> Cheque
Empleo	
N° de trabajadores temporada Baja: _____	
N° de trabajadores temporada Alta: _____	
N° de personas que trabajan que son familia: _____	
N° de personas contratadas de forma externa: _____	
Propietario: Trabajo Principal <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
Formalización	
Inicio de actividades ante SII: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>En caso de no tener inicio de actividades, ¿Qué es lo que le falta? ¿Cuál es la complicación que ha tenido? ¿Qué trámite no ha podido cumplir? ¿Por qué?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> </div>
Resolución Sanitaria: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
Patente Municipal: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
En caso de tener inicio de actividades: RUT: _____	
<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
Actividad Turística en la comuna	
1. Según su percepción, ¿Qué tipo de turista visita más la zona?	
<input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Parejas <input type="checkbox"/> familias <input type="checkbox"/> Tercera Edad	
2. Según su percepción, ¿Cuál es la procedencia de los turistas?	
<input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero	
3. ¿Cuántas noches se quedan los turistas?	
<input type="checkbox"/> 1 noche <input type="checkbox"/> 2 noches <input type="checkbox"/> Fin de semana <input type="checkbox"/> 3 – 4 noches <input type="checkbox"/> Otro _____	
4. ¿Qué es lo más relevante para Ud. para mejorar las capacidades emprendedoras del sector? (mencione 2 máx.)	
<input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Formalización <input type="checkbox"/> Ley de Turismo <input type="checkbox"/> Formulación de Proyectos	
<input type="checkbox"/> Otro _____	
5. Comentarios o sugerencias para mejorar el turismo en la comuna	

Observaciones por parte del entrevistador:	
<input type="checkbox"/> Foto Frontis	
<input type="checkbox"/> Foto lugares internos	
<input type="checkbox"/> Georreferenciación	

Empleo	
N° de trabajadores temporada Baja: _____ N° de trabajadores temporada Alta: _____ N° de personas que trabajan que son familia: _____ N° de personas contratadas de forma externa: _____ Propietario: Trabajo Principal <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
Formalización	
Inicio de actividades ante SII: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Resolución Sanitaria: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Patente Municipal: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> En caso de no tener inicio de actividades, ¿Qué es lo que le falta? ¿Cuál es la complicación que ha tenido? ¿Qué trámite no ha podido cumplir? ¿Por qué? _____ _____ _____ </div>
En caso de tener inicio de actividades: RUT: _____	
<input type="checkbox"/> Persona Natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica	
Actividad Turística en la comuna	
1. Según su percepción, ¿Qué tipo de turista visita más la zona? <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Parejas <input type="checkbox"/> familias <input type="checkbox"/> Tercera Edad	
2. Según su percepción, ¿Cuál es la procedencia de los turistas? <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero	
3. ¿Qué es lo más relevante para Ud. para mejorar las capacidades emprendedoras del sector? (mencione 2 máx.) <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Formalización <input type="checkbox"/> Ley de Turismo <input type="checkbox"/> Formulación de Proyectos <input type="checkbox"/> Otro _____	
4. Comentarios o sugerencias para mejorar el turismo en la comuna _____ _____ _____ _____	
Observaciones por parte del entrevistador:	
<input type="checkbox"/> Foto Frontis <input type="checkbox"/> Foto lugares internos <input type="checkbox"/> Georreferenciación _____ _____ _____ _____	

Registro de alojamientos

N°	LOCAL	CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO	CAPACIDAD DE PERSONAS	EMPRESARIOS	FONO	DIRECCIÓN	MAIL	SECTOR
1	CAFETERIA,CABAÑAS Y RELAJACIÓN DI LUKAS	4 CABAÑAS	18 PERSONAS	MANUEL GUAICO	569 76152783	REINHARD WESTERMEIER N°132	contacto@elcongrionaga.cl	LOS MUERMOS
2	CABAÑAS Y HOSPEDAJE NATIVAS	20 CABAÑAS	80 PERSONAS	ANYELA KARINA RODRIGUEZ TRUJILLO	569 95701852	MANUEL MONTT N° 100	anyekar.rodriguez@hotmail.com	LOS MUERMOS
3	CABAÑAS Y CENTRO DE EVENTOS RINCON LOS AROMOS	4 CABAÑAS Y UN CENTRO DE EVENTOS	6 PERSONAS	SOFIA OJEDA BUSTAMANTE	569 82913011	ARTURO PRAT S/N	asob30@gmail.com	LOS MUERMOS
4	HOTEL RESTORANT AL PASO	HOTEL	8 PERSONAS	VIKTOR LEONHARD SCHEEL HERNANDEZ	65 2 211496	MANUEL MONTT N°210	scheel.viktor@gmail.com	LOS MUERMOS
5	HOSPEDAJE RUCAHUEN	HOSPEDAJE	15 PERSONAS	SABINA COTTENIE ANGULO	65 2 211537	JUAN DE DIOS DIAZ N° 198	sabinacottenie@gmail.com	LOS MUERMOS
6	HOSTAL MANUEL MONTT	RESIDENCIAL	40 PERSONAS	CECILIA NEIQUEL	569 91701115	MANUEL MONTT N° 397	gonznei@hotmail.com	LOS MUERMOS
7	CABAÑAS AURORA	10 CABAÑAS	40 PERSONAS	PATRICIO TELLEZ CASTILLO	569 68367782	CAMINO A CAÑITAS KM 1	cabañasauroralosmuermos@gmail.com	CAÑITAS

8	CABAÑAS LOS ALAMOS	DOS CABAÑAS	6 PERSONAS	MARIA LEON MELLA	569 87080818	CAMINO A CAÑITAS S/N	SIN REFERENCIA	CAÑITAS
9	CENTRO DE EVENTOS Y TURISMO RURAL SOL Y LUNA	2 CABAÑAS - 20 SITIOS DE CAMPING	12 PERSONAS (CABAÑAS) - 75 PERSONAS EN CAMPING	ROBINSON CASTILLO	997895710	CAMINO A CAÑITAS, KM 3	marcelino1055@gmail.com	CAÑITAS
10	CABAÑAS AMANECER SUREÑO	DOS CABAÑAS	4 Y 5 PERSONAS	JANETH GOMEZ HARO	569 63332033	CAMINO A CAÑITAS	janethveronicagomez@gmail.com	CAÑITAS
11	CABAÑAS ALTOS DE ESTAQUILLA	DOS CABAÑAS	24 PERSONAS	HARRIET HERNANDEZ ROSAS	569 77480150	ESTAQUILLA ALTO S/N	harrietveline@gmail.com	ESTAQUILLA
12	CENTRO VACACIONAL LAS VERTIENTES	HOSPEDAJE	24 PERSONAS	MONICA OJEDA TOLEDO	56 9 73019899	ESTAQUILLA ALTO S/N	lonchmony@gmail.com	ESTAQUILLA
13	HOSTERIA RESTAURANT PUNTA ESTAQUILLA	HOSTERIA	16 PERSONAS	EDGARDO HERNÁNDEZ JARAMILLO	569 68363961 569 34327390	CALETA ESTAQUILLA S/N	hosteriapuntaestaquilla@gmail.com	ESTAQUILLA
14	CENTRO TURISMO RURAL HUA HUAR	HOSPEDAJE RURAL	12 PERSONAS	SUSANA DIAZ CARCAMO	569 62273721	HUA HUAR S/N	huahuaturismorural@gmail.com	HUA HUAR
15	HOSPEDAJE Y CAMPING LA ARENILLA	HOSPEDAJE Y CAMPING	5 PERSONAS	CECILIA SOTO MUÑOZ	569 87487550	HUA HUAR S/N	cisotom@gmail.com	HUA HUAR
16	CAMPING LOS ALERCES	4 CABAÑAS Y UN SITIO DE CAMPING	20 PERSONAS	JOSE ZARATEGUI ALVARADO SOTO	569 87618317 569 97102960	LLICO BAJO S/N	losalercesllicobajo@gmail.com	LLICO BAJO

17	REFUGIO QUILLAHUA	CABAÑAS, PISCINA	12 PERSONAS	JOSE LEONEL CALBUN PARRAGUEZ	56 9 32578937	QUILLAHUA S/N	contacto@refugioquillagua.cl	QUILLAHUA
18	REFUGIO EL BALNERARIO	3 CABAÑAS, TURISMO AVENTURA	12 PERSONAS	JUAN FERNANDEZ	56 9 965334823	LLICO BAJO S/N	refugioelbalneario@gmail.com	LLICO BAJO
19	CABAÑAS FAN FAN	3 CABAÑAS, TURISMO AVENTURA	12 PERSONAS	CESAR CARCAMO	56 9 94070078	ESTAQUILLA S/N	cessar4w@gmail.com	ESTAQUILLA
20	COMPLEJO TURISTICO PLAYA HUA HUAR	9 CABAÑAS, RESTAURANT	32 PERSONAS	HERNÁN ANGEL	56 9 85951895	HUA HUAR S/N	SIN REFERENCIA	HUA HUAR
21	CABAÑA ESTAQUILLA MARLEN	2 CABAÑAS	7 PERSONAS	MARLEN PAREDES	56 9 66472805	ESTAQUILLA S/N (MINI MARKET VANE 20 MTS, CABAÑAS BLANCAS)	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
22	CABAÑAS ESTAQUILLA MAKA	1 CABAÑAS	4 PERSONAS	MACANERA CATRILEF NORIEGA	56 9 62054740	MALVINAS 200 MTS, NEGOCIO DE DON CRISTIAN PAREDES, CABAÑA CAFÉ, CON TERRAZA Y TINAJA	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
23	CABAÑAS EL COIGUE	1 CABAÑAS	5 PERSONAS	XIMENA CARCAMO	56 9 66708772	TINAJA E HIDROMASAJE, LA PAMPINA	SIN REFERENCIA	LA PAMPINA
24	CABAÑAS AGUSTIN	2 CABAÑAS	8 PERSONAS	YOSELYN OYARZÚN	56 9 91932541	CRUCE LAS MALVINAS, CAMINO LA PAMPINA	yoselinoyarzun.u@gmail.com	ESTAQUILLA

25	CABAÑAS Y DOMO EL TRARO	3 CABAÑAS, 1 DOMO	16 PERSONAS	VERÓNICA NENEN	56 9 65866668	ESTAQUILLA ALTO, KM 38	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
26	CABAÑAS ESTAQUILLA	1 CABAÑA	5 PERSONAS	FABIOLA PAREDES	5 6 9 72536803	CRUCE CEMENTERIO	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
27	CABAÑAS RIO JUANCHO	2 CABAÑAS	10 PERSONAS	SOLEDAD GONZALEZ	56 9 96562090	CRUCE CEMENTERIO	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
28	CABAÑAS EBEN EZER	2 CABAÑAS	8 PERSONAS	CESIA PAREDES	56 9 61777109	CAMINO LA PAMPINA	cabanasebenezer.estaquilla@gmail.com	ESTAQUILLA
29	CABAÑAS HALTER WALD	1 CABAÑA	5 PERSONAS	JORGE JAQUE	56 9 63024631 56 9 63296740	CAMINO LA PAMPINA	lorgejaque87@gmail.com	ESTAQUILLA
30	CABAÑAS LAS MALVINAS ESTAQUILLA	2 CABAÑAS	8 PERSONAS	JOSE HAROLDO VELASQUEZ PAREDES	997478133	ESTAQUILLA ALTO S/N, KM 37 - CRUCE LAS MALVINAS	iose11.haroldo@gmail.com	ESTAQUILLA
31	CABAÑAS PUNTA ESTAQUILLA	2 CABAÑAS	12 PERSONAS	ZOILA BUSTAMANTE	934327390	CALETA ESTAQUILLA	zbustamante.c@gmail.com	ESTAQUILLA
32	LODGE LOS ALERCES	2 DOMOS	8 PERSONAS	INGRID AGUILA, CLAUDIO MUÑOZ	987413324	MIRAMAR	contacto@lodgelosalerces.cl	MIRAMAR
33	CABAÑAS LOS ULMOS	2 CABAÑAS	10 PERSONAS	MARCELA LARA DIAZ	969167877	LLICO BAJO S/N sector mata redonda	marcelasuncionlara@gmail.com	LLICO BAJO
34	CABAÑAS SALTO LAS ROCAS	2 CABAÑAS	10 PERSONAS	JORDAN PAREDES	971559062	CALETA ESTAQUILLA	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA

35	CABAÑA EL VALLE ESTAQUILLA	2 CABAÑAS	9 PERSONAS	MARLEN PAREDES	56 9 66472805	ESTAQUILLA S/N (MINI MARKET VANE 20 MTS, CABAÑAS BLANCAS)	cabanaselvalleestaquilla@gmail.com	ESTAQUILLA
36	CABAÑAS VISTA AL JUANCHO	2 CABAÑAS	10 PERSONAS	MARIA SOLEDAD GONZALEZ	56 9 65620990	CRUCE CEMENTERIO	pasol1964@gmail.com	ESTAQUILLA
37	CABAÑAS VISTA AL PACIFICO	1 CABAÑA	5 PERSONAS	FABIOLA PAREDES VELÁSQUEZ	56 9 72536803	CRUCE CEMENTERIO	v.fabiola1987@gmail.com	ESTAQUILLA
38	CABAÑAS RIO JUANCHO	3 CABAÑAS	10 PERSONAS	JOSE OYARZÚN GONZALES	56 9 84041310	ESTAQUILLA S/N	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
39	ACANTILADOS ESTAQUILLA LODGE	1 CABAÑA	6 PERSONAS	MÓNICA NENEN NAVARRO	56 9 77085974	SECTOR ESTAQUILLA S/N	m1nenen.n@gmail.com	ESTAQUILLA
40	ACANTILADOS ESTAQUILLA LODGE	1 CABAÑA	6 PERSONAS	MÓNICA NENEN NAVARRO	56 9 77085974	SECTOR ESTAQUILLA S/N	m1nenen.n@gmail.com	ESTAQUILLA

Registro de Servicios Gastronómicos

N°	ESTABLECIMIENTO	MESAS	SILLAS	EMPRESARIOS	FONO	DIRECCIÓN	MAIL	SECTOR
1	RESTAURANT MANHATTAN	16	64	RAUL PEREZ YAÑEZ	65 2 211505	JOSE MIGUEL CARRERA N° 35	restoranmanhattan@gmail.com	LOS MUERMOS
2	RESTORÁN EL CONGRIO CON AGALLAS	46	120	MANUEL GUAICO	65 2 211691	REINHARD WESTERMEIER N° 132	contacto@elcongrioconagallas.cl	LOS MUERMOS
3	RESTAURANT DOÑA CECY	12	48	MARCOS INALEF	56985704949	BERNARDO O'HIGGINS 31	cecy41164@gmail.com	LOS MUERMOS
4	CENTRO DE EVENTOS CASA NOTROS	30	150	GABRIELA ASTUDILLO - JOSE PACHECO	975955062	HIJUELA 1, SECTOR SAN JUAN	casanotro@gmail.com	LOS MUERMOS
5	RESTAURANT PLAZA	18	36	FELIPE ANDRES ESPINOZA VEGA	569 78905895	BERNARDO OHIGGINS N° 70	hanna350@gmail.com	LOS MUERMOS
6	RESTAURANT LA MADRINA	12	36	BRIGIDA ORIETA OYARZUN ANDRADE	569 78088243	BERNARDO O'HIGGINS N° 301	orie.oyarzun@gmail.com	LOS MUERMOS
7	RESTAURANT CALLE UNO NORTE	7	14	MARIA CECILIA PARDO CARRASCO	65 2 805839	UNO NORTE S/N	cpardo737@gmail.com	LOS MUERMOS
8	CAFETERIA, GELATERIA Y SERVICIOS DE BANQUETERIA AL PASO	5	20	JUANA OÑATE	65 2 211496	JOSE MIGUEL CARRERA ESQUI MANUEL MONTT N°210	juanadelcarmeno@gmail.com	LOS MUERMOS

9	RESTAURANT Y CHOPERIA FENIX	11	40	RENE MANSILLA NAHUALHUEN	569 79804310	BERNARDO OHIGGINS N° 26	SIN REFERENCIA	LOS MUERMOS
10	RESTAURANTE PUNTA ESTAQUILLA	23	70	EDGARDO JARAMILLO ULLOA	569 68363961- 569 34327390	CALETA ESTAQUILLA S/N	hosteriapuntaestaquilla@gmail.com	ESTAQUILLA
11	LA VALDIVIANA	4	10	MARIA LORETO BARRIENTOS	56 9 974114487	PADRE NELSON AGUILAR 147	SIN REFERENCIA	LOS MUERMOS
12	CAFÉ CERATI	7	39	EDUARDO PAREDES	56 9 85818084	ANTONIO VARAS 233	SIN REFERENCIA	LOS MUERMOS
13	RINCON DEL PACIFICO	4	16	PAOLA DEL RIO	56 9 90252258	ESTAQUILLA S/N	paola.ebustamante@gmail.com	ESTAQUILLA
14	PIZZERIA CAPRICHE			MAURO	5695443929	REINARD WESTERMEIER	SIN REFERENCIA	LOS MUERMOS
15	RESTAURANT RUSTIK	18	62	IGNACIO GONZALEZ	56920149621		SIN REFERENCIA	LOS MUERMOS
16	RESTAURANTE CLASSE	5	20	RENE MANSILLA	40074150	AVDA ESTACION SN	ewertdenisse764@gmail.com	CAÑITAS
17	RESTAURANT EL PASO	5	18	HELGA EDITH SOTO MARTINEZ	934522937	CAÑITAS, AV LLICO S/N	HELGASOTOMARTINEZ24@GMAIL.COM	CAÑITAS
18	CAFETERIA MELI	6	18	PAULINA RODRIGUEZ OYARZUN	569 81845678	ANTONIO VARAS N°268	melispecialtycoffee@gmail.com	LOS MUERMOS
19	RESTAURANTE EL VERDE MAR	11	43	ALBA ESPORMAN NAVARRO	953802986	CALETA ESTAQUILLA N°35	SIN REFERENCIA	ESTAQUILLA
20	DONDE DOÑA NUBIA	3	14	NUBIA GODOY ALMONACID	981674806	CALETA ESTAQUILLA S/N	nubia.godoy1964@gmail.com	ESTAQUILLA

21	COCINERIA MONTECINOS	4	14	-	81845678	MANUEL MONTT 300	SIN REFERENCIA	LOS MUERMOS
22	PERLA DEL RIO	13	28	MARTINA TOLEDO	954489406	CAMINO REAL CON INMACULADA	SIN REFERENCIA	RIO FRIO
23	STECRY	6	20	LILIANA ANGULO ASENCIO	998800869	CALLE ESTACION 140	SIN REFERENCIA	CAÑITAS
24	RESTAURANTE MONTECINO	14	36	FLOR TOLEDO MONTECINO	569 81845678	MANUEL MONTT N°397	yordytoledo71@gmail.com	LOS MUERMOS
25	CAFETERIA RESTORANT ENTRE ESTEROS	15	56	BRITTANI AUENDAÑO IGOR	56 9 67663757	REINARD WESTEMEIER 200	entreesterosrestorante@gmail.com	LOS MUERMOS

Fondos Públicos

A continuación, se entrega una tabla con los principales fondos públicos disponibles actualmente, donde emprendedores, empresas y organizaciones pueden postular, y concretar de esta forma parte de la cartera de inversión propuesta.

SERVICIOS	FONDOS DISPONIBLES	Objetivo	Focalización
SERCOTEC	CAPITAL SEMILLA EMPRENDE	Apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado.	Personas naturales, mayores de 18 años, sin inicio en actividades de primera categoría.
SERCOTEC	CAPITAL ABEJA EMPRENDE	Apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado, liderado por emprendedoras mujeres.	Personas mayores de 18 años, de sexo registral femenino, sin inicio de actividades en primera categoría.
SERNATUR	CONCURSO MÁS VALOR TURÍSTICO	Distinguir a productos turísticos innovadores de todo el país, que estén diseñados de acuerdo a las tendencias de los nuevos consumidores y que aporten una experiencia turística que entregue más valor al mercado turístico.	Productos turísticos que aportan a la diversificación de experiencias con la incorporación de innovaciones destacadas, con prácticas de sustentabilidad y que destacan por contar con una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal.
SERNATUR	MUJER EMPRESARIA TURÍSTICA (CONCURSO)	Distinguir a empresarias que apliquen sustentabilidad e inclusión en la forma en que desarrollan sus negocios y sus productos turísticos.	Mujeres de todo Chile que estén a cargo empresas turísticas que desarrollen experiencias y productos turísticos inclusivos y/o sustentables, cuyas ventas anuales no excedan las 40.000 UF.
SECOTEC	CRECE MULTISECTORIAL LOS LAGOS	Fondo para empresas de primera categoría donde se puede financiar acciones de gestión empresarial o Inversiones, que permitan potenciar su crecimiento, consolidación y/o el acceso a nuevos negocios.	Personas jurídicas o naturales con inicio de actividades en primera categoría ante el SII.
SERCOTEC	ruta digital	Facilitar la incorporación y uso de tecnologías en la gestión de los negocios	Personas naturales o jurídicas con inicio de actividades en primera categoría ante el SII

SERCOTEC	FORTALECIMIENTO DE ASOCIACIONES GREMIALES	Apoyar el fortalecimiento de organizaciones representativas de micro y pequeñas empresas, el mejoramiento de sus capacidades de gestión y la generación de nuevos y mejores productos y/o servicios para las pymes asociadas	Fondo destinado a Asociaciones gremiales, federaciones regionales, cámaras de comercio, cámaras de turismo, corporaciones y sindicatos de trabajadores independientes con fines productivos o de servicios, que se encuentren legalmente vigentes*, y cuyas ventas netas anuales no superen las 25.000 UF en caso de tener iniciación de actividades
CORFO	SEMILLA INICIA	Orientado a apoyar emprendimientos innovadores, esto es, proyectos que cuenten con una solución mejorada respecto de lo que ya existe, corresponda a un desarrollo del equipo emprendedor, que atienda una problemática u oportunidad relevante al menos a nivel regional y tenga potencial para expandirse a nuevos mercados.	Personas Naturales mayores de 18 años residentes en Chile o Personas jurídicas constituidas en Chile. En caso de tener iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos, debe ser menor a 18 meses, y no debe tener ventas.
CORFO	SEMILLA EXPANDE	Orientado a emprendimientos de alto potencial de crecimiento, con una solución innovadora ya desarrollada y con ventas iniciales de máximo \$ 60.000.000 el último año, postula a esta convocatoria que cofinancia actividades para el crecimiento inicial y despegue comercial del emprendimiento.	Persona jurídica constituida en Chile, con menos de 36 meses de iniciación de actividades ante el SII y ventas de la solución postulada en el proyecto. La empresa postulante debe tener ventas de máximo \$ 60.000.000 netos en los últimos 12 meses anteriores a la fecha de apertura de la convocatoria.
CORFO	PYMES EN LÍNEA	Busca que las empresas de menor tamaño aumenten sus ventas, reduzcan sus costos y mejoren su relación con clientes y proveedores	Todos pueden participar de la etapa 1, en la etapa 2 sólo aquellos que cumplan con los requisitos mínimos y cofinanciar cierto monto
SENCE	CURSOS ONLINE SENCE	Sence ofrece cursos gratuitos enfocados en el emprendimiento	Desde los 18 años, con cédula vigente, con necesidades de capacitación y/o en busca de empleo
SERCOTEC	PORTAL DE CAPACITACIÓN VIRTUAL SERCOTEC	Cursos online gratuitos para emprendedores	Usuarios Sercotec inscritos
SENCE	DESPEGA MIPE	Variedad de cursos sobre	Dueños y trabajadores,

		tecnología, marketing digital, entre otros, de forma gratuita.	representantes legales y socios de una pyme (con factura máxima de 25.000 uf anuales)
CENTRO DE NEGOCIOS SERCOTEC	CAPACITACIONES EN LÍNEA	Variedad de capacitaciones gratuitas	Emprendedores y pymes
CENTRO DE NEGOCIOS SERCOTEC	ASESORÍAS	El Centro de Desarrollo de Negocios es un lugar donde las pequeñas empresas y emprendedores, hombre y mujeres, reciben asesoría técnica, individual y sin costo para el cliente, a través de mentores expertos, para fortalecer sus capacidades y desarrollar su actividad empresarial.	Pequeñas empresas y emprendedores, hombres y mujeres, que requieran apoyo y se comprometan a implementar un plan de trabajo acordado con el asesor del Centro, orientado por el esfuerzo, la constancia y la responsabilidad.
CORFO	CORFO TV	Información sobre programas, casos de éxito y convocatorias	Plataforma abierta
BANCO ESTADO	CRECE MUJER EMPRENDEDORA	Aparte de capacitarse se busca crear redes que fortalezcan sus posibilidades comerciales	Emprendedoras con negocio en etapa inicial (funcionamiento inferior a un año) y negocios en funcionamiento
BANCO ESTADO	ACADEMIA EMPRENDE	Otorgar contenido de apoyo en formato escrito y audiovisual	Todo público con ideas de negocio
BANCO ESTADO	PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA	Mejorar la gestión de las finanzas tanto familiares como las de negocios. Aprender a evaluar riesgos y oportunidades.	Microempresas y personas naturales
MUJERES DEL PACIFICO	VIAJE DE LA EMPRENDEDORA	Serie de cursos sin costo con el objetivo de motivar, formar y acompañar en la toma de decisiones.	Empresas y emprendedoras
INSTITUTO DE SEGURIDAD LABORAL	CURSOS PREVENCIÓN DE RIESGOS	Variedad de cursos online gratuitos sobre la prevención de riesgos en las empresas.	Empresarios y trabajadores

Instrumentos vinculantes con la actividad turística

INSTRUMENTO	OBJETIVOS	PILARES	LINK
<p>ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO 2030</p>	<p>Promover una experiencia del turista, nacional y extranjero, que sea segura, memorable y satisfactoria, fortaleciendo la posición de Chile como un destino de excelencia turística. Una experiencia que se haga cargo, a través de la formación de capital humano y la entrega de información y contenido oportuno, accesible y de calidad, de todas las interacciones que el turista enfrenta.</p> <p>Propiciar las condiciones para que el turismo sea el principal promotor de las economías locales, del medio ambiente, del patrimonio y la identidad cultural, de la adaptación y mitigación al cambio climático, a través del desarrollo de productos y destinos turísticos sustentables, inclusivos y accesibles.</p> <p>Posicionar el rol de las regiones en el desarrollo del turismo como motor económico, social y cultural, con énfasis en lo local y en la contribución de un progreso sostenible y descentralizado.</p> <p>Propiciar desarrollar un contexto innovador y un cambio cultural que propicie la transformación digital del turismo en Chile, a través de la adopción y adaptación tecnológica, la incorporación del talento digital a la industria turística y el impulso a las iniciativas de innovación y transformación digital en todo el territorio nacional.</p>	<p>La Estrategia Nacional de Turismo 2030 está estructurada en torno a los siguientes cuatro pilares estratégicos:</p> <p>Experiencia del turista. Sustentabilidad económica, social y ambiental. Desarrollo regional. Innovación y transformación digital.</p>	<p>http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2022/03/Estrategia-Nacional-de-Turismo-2030.pdf</p>
<p>ESTRATEGIA REGIONAL DE DESARROLLO LOS LAGOS 2030</p>	<p>La Estrategia Regional tiene como objetivos:</p> <p>Reducir las desigualdades en el acceso y calidad de los bienes y servicios públicos entre áreas urbanas y rurales, priorizando a los grupos más vulnerables y excluidos mediante un enfoque de derechos sociales.</p>	<p>La Estrategia Regional de Desarrollo se enmarca en los siguientes lineamientos estratégicos:</p> <p>Bienestar socioterritorial.</p>	<p>https://www.goreloslagos.cl/recursos/descargas/erd_2030/ERD_LosLagos_2030.pdf</p>

	<p>Alcanzar mayores niveles de integración y cohesión social en los territorios a escala local y regional, fortaleciendo las identidades locales y poniendo en valor el patrimonio cultural material e inmaterial.</p> <p>Avanzar hacia un sistema económico productivo sustentable, diversificado, con valor agregado y encadenado a escala regional, más próximo a la economía circular, que equilibre una mayor inserción en los mercados internacionales con un desarrollo económico local sostenible, potenciando el emprendimiento, ampliando las oportunidades laborales y mejorando la calidad del empleo.</p> <p>Fortalecer los procesos de formación, retención y atracción de profesionales y técnicos al servicio del desarrollo regional y local, en alianza con la academia, empresas y organizaciones no gubernamentales de la Región, en el campo de la investigación y la innovación tecnológica y social. Adicionalmente, potenciar el rescate, capacitación y desarrollo de oficios y saberes locales.</p> <p>Proveer un sistema integrado e inclusivo de transporte de pasajeros urbano, interurbano e insular, favoreciendo el desarrollo y uso preferente del transporte público y la movilidad activa. A su vez, un transporte y logística de carga intermodal más moderno y sustentable, y una mejor accesibilidad, cobertura y calidad de la conectividad digital en todo el territorio regional.</p> <p>Avanzar hacia un sistema de ordenamiento territorial integrado y sustentable, promoviendo una mayor actualización de los instrumentos de planificación territorial normativos e indicativos con una visión prospectiva. Considerar elementos de protección, conservación y conectividad ambiental,</p>	<p>Cohesión e identidad sociocultural.</p> <p>Competitividad regional sustentable.</p> <p>Conectividad y movilidad sustentable e inclusiva.</p> <p>Capital humano calificado.</p> <p>Gobernanza regional y local.</p> <p>Ordenamiento territorial sustentable y resiliente.</p> <p>Participación ciudadana activa.</p>	
--	--	--	--

	<p>así como los riesgos socio-naturales y la adaptación al cambio climático, protegiendo y potenciando el patrimonio natural y cultural de la Región.</p> <p>Avanzar en el fortalecimiento de las capacidades técnicas y administrativas para reforzar el proceso de descentralización y fortalecimiento regional y local en el ámbito de las políticas públicas con impacto regional, con miras a una mayor incidencia y/o autonomía en la focalización de la inversión en la Región, así como una mayor internacionalización.</p> <p>Promover un mayor empoderamiento de la ciudadanía para participar e incidir en las materias relativas al desarrollo urbano y rural, regional y local, así como fortalecer las organizaciones de la sociedad civil para un diálogo público-privado más armónico y sinérgico.</p>		
<p>POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO E IMAGEN REGIÓN</p>	<p>La Política Regional de Turismo tiene como objetivos operativos:</p> <p>Constituir la Gobernanza Multinivel del sector turismo, implicando a los actores públicos y privados.</p> <p>Articular la promoción conjunta de la Región, tanto a nivel nacional, como internacional, promoviendo las complementariedades con otras actividades productivas.</p> <p>Apoyar la calidad y la sustentabilidad de la oferta turística regional para la mejora de su competitividad y con bajo impacto ambiental.</p> <p>Promover el desarrollo competitivo de los destinos turísticos, considerando el medioambiente, el desarrollo económico y social, así como los temas culturales, de diseño, de calidad y de seguridad.</p>	<p>La Política Regional de Turismo incorpora las siguientes iniciativas:</p> <p>Formalización y competitividad de la oferta de servicios turísticos sustentables.</p> <p>Formación y Capacitación.</p> <p>Diversificación y Desarrollo de la oferta de productos turísticos accesibles y de bajo impacto ambiental.</p> <p>Transformar en oportunidad la adversidad.</p> <p>Puesta en valor de la identidad local para su</p>	<p>https://www.goreloslagos.cl/recursos/descargas/programas/pr_turismo/2015/Politica_Regional_Turismo_2015_2025.pdf</p>

	<p>Favorecer el empleo y la capacitación en el sector, apostando por la profesionalización y el aumento del atractivo del sector para el desarrollo de carreras profesionales.</p>	<p>incorporación en los productos turísticos.</p> <p>Mejorar la acogida y experiencia del visitante.</p> <p>Educación para el Turismo.</p> <p>Articulación del sector público para el apoyo integral al Turismo.</p> <p>Los resultados esperados de la Política Regional de Turismo a 2025 son:</p> <p>Aumentar la inversión en turismo en un 150%.</p> <p>Aumentar en un 35% las ventajas de las actividades vinculadas al turismo.</p> <p>Aumentar en un 65% el empleo en las actividades vinculadas al turismo.</p> <p>Aumentar las llegadas de turistas en un 90%.</p> <p>Aumentar la tasa de ocupabilidad al 50%.</p> <p>Aumentar la tasa de pernoctación a 2,5 días.</p>	
<p>LEY DE TURISMO N° 20.423</p>	<p>La Ley de Turismo establece que:</p> <p>Su objeto es 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.</p>		<p>https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010960</p>

	<p>El Estado deberá promover la actividad turística de modo armónico e integral, impulsando su crecimiento sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país.</p> <p>El Estado impulsará la asociatividad entre los actores del sector privado y establecerá programas encaminados a fortalecer las organizaciones empresariales, especialmente de las empresas de menor tamaño.</p> <p>La Política Nacional de Turismo deberá considerar, para el desarrollo y promoción de la actividad, el rol de las regiones y comunas en el cumplimiento de los propósitos, objetivos, acciones y prioridades fijados. Asimismo, promoverá el desarrollo de programas sociales que, junto con permitir el acceso a los diferentes grupos de interés social a los beneficios del turismo, contribuyan a crear empleo; a fomentar la inversión de las empresas, especialmente las de menor tamaño; a disminuir la estacionalidad turística y a la descentralización del país.</p> <p>El Estado impulsará, por intermedio de sus organismos, una imagen del país tanto en el territorio nacional como en el exterior, que promueva sus atractivos de carácter patrimonial, natural, cultural y cualquier otro con valor turístico, que conduzca a la inserción de Chile en los mercados internacionales.</p>		
<p>PLAN DE DESARROLLO COMUNAL</p>	<p>Los objetivos específicos que establece el Plan de Desarrollo Comunal con respecto al turismo son:</p> <p>Dotar al sector, en especial los centros urbanos (Los Muermos, Estaquilla y Hua Huar), y localidades que presentan mayor notoriedad e interés, de una demanda creciente que permita la explotación rentable de los recursos turísticos reales y potenciales, considerando variables como el desarrollo sustentable.</p>	<p>Los objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo Regional son:</p> <p>Mejorar la escolaridad promedio de la comuna reduciendo el analfabetismo.</p> <p>Gestión para aumentar cobertura educación parvulario.</p>	<p>https://www.muermos.cl/transparencia2.0/images/A.TRASPARENCIA_2020/ilovepdf_merged.pdf</p>

	<p>Aumentar el bienestar social tanto de los residentes de la comuna, como de los turistas que utilicen los servicios que la comuna pueda ofrecer.</p> <p>Aumentar la rentabilidad tanto privada como pública que genera el sector turístico desde los puntos de vista del beneficio a la pequeña y mediana empresa, generación de empleo productos del efecto de arrastre sobre los sectores económicos que produce el turismo como tal.</p> <p>Garantizar el desarrollo de la actividad turística a largo plazo, compatible con el Medio Ambiente.</p> <p>Creación de empleos directos e indirectos en las distintas actividades económicas, con el objetivo de desestacionalizar la oferta de trabajo.</p> <p>Propiciar que el turismo sea un elemento de educación y promoción.</p> <p>Desarrollar infraestructura básica.</p> <p>Crear conciencia ciudadana sobre la importancia económica y social del turismo para el desarrollo comunal, contribuyendo al mejoramiento en la calidad de los servicios ofrecidos en la actualidad.</p> <p>Facilitar los flujos turísticos.</p> <p>Propender al uso de tecnologías que tiendan a mejorar la competitividad de los prestadores de servicios.</p>	<p>Ampliar la oferta de educación técnica profesional.</p> <p>Generar oportunidades para la juventud.</p> <p>Incentivar el emprendimiento en la comuna.</p> <p>Incorporar a los adultos mayores al desarrollo ciudadano.</p> <p>Fortalecer el emprendimiento agroturístico en la comuna.</p> <p>Brindar acceso a la cultura.</p> <p>Fortalecer la identidad y patrimonio de la comuna y sus sectores.</p> <p>Mejorar la participación y organización social.</p> <p>Mejorar la infraestructura de la comuna.</p> <p>Mejorar espacios públicos en sectores vulnerables de la comuna.</p> <p>Mejorar la conectividad de los sectores rurales a la comuna</p> <p>Mejorar la gestión e infraestructura de los servicios de Salud.</p>	
--	---	---	--

		<p>Dotar de servicios públicos y privados a los distintos sectores de la comuna.</p> <p>Mejorar las condiciones de habitabilidad.</p> <p>Desarrollar y fortalecer las actividades de deporte y recreación de la comuna.</p> <p>Dar respuestas a las necesidades viales de la comuna.</p> <p>Reducción de la pobreza multidimensional.</p> <p>Promover el cuidado del medio ambiente a través de proyectos y programas de reciclaje en la comuna.</p> <p>Promover el cuidado del medio ambiente a través de proyectos y programas de reciclaje en la comuna.</p> <p>Abordar como tema prioritario una solución con respecto a la sequía en los sectores rurales.</p>	
<p>PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE</p>	<p>El objetivo general del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable se sustenta en:</p> <p>Impulsar el desarrollo sustentable del sector, mediante acciones en destinos turísticos priorizados del país, que permitan su reconocimiento interno como sector económico relevante y mejoren la posición competitiva de Chile.</p>	<p>El Plan de Desarrollo Turístico Sustentable toma como pilares transversales para el desarrollo del sector:</p> <p>La sustentabilidad.</p> <p>La focalización territorial.</p> <p>La inclusión y equidad.</p>	<p>http://www.subturismo.gob.cl/documentos/plan-nacional-de-desarrollo-turistico-sustentable/</p>

	<p>Para el cumplimiento de dicho objetivo el plan establece los siguientes objetivos específicos:</p> <p>Desarrollar nuevas e innovadoras experiencias turísticas, que consideren elementos culturales e identitarios.</p> <p>Incentivar a que más chilenos y chilenas viajen, conozcan y disfruten Chile.</p> <p>Captar mayor valor por turista, mediante acciones de mejoramiento de la oferta y su promoción en mercados internacionales prioritarios.</p> <p>Fortalecer el desarrollo sustentable de destinos, a partir de un enfoque territorial integrado que promueva la articulación de actores locales y regionales.</p>	<p>La articulación de actores,</p>	
--	---	------------------------------------	--

Links de Interés

- Campus de Prevención Instituto de Seguridad Laboral. Campusprevencionisl.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://campusprevencionisl.cl/>
- Capital Abeja Emprende. Sercotec.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://www.sercotec.cl/capital-abeja-emprende/>
- Capital Semilla Emprende. Sercotec.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://www.sercotec.cl/capital-semilla-emprende/>
- Centro de Negocios. Sercotec.Cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://agendaeventos.sercotec.cl/Centro/Detalle?regionId=0>
- Centros de Negocios Sercotec. Sercotec.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://www.sercotec.cl/centros-de-negocios/>
- Concurso Más Valor Turístico - Servicio Nacional de Turismo. (2021, 28 de julio). Servicio Nacional de Turismo | SERNATUR. <https://www.sernatur.cl/masvalorturistico/>
- Concurso Mujer Empresaria Turística. (2018, 12 de julio). Servicio Nacional de Turismo | SERNATUR. <https://www.sernatur.cl/mujerempresariaturistica/>
- CORFO - Corporación de Fomento de la Producción. CORFO. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://www.corfo.cl/sites/cpp/corfov>
- Crece Región Multisectorial de Los Lagos. Sercotec.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://www.sercotec.cl/crece-multisectorial-region-de-los-lagos/>
- Despega Mipe. Gob.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://sence.gob.cl/personas/despega-mipe>
- Elige Mejor. Sentido.Cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://eligetucurso.sence.cl/?program=Cursos%20en%20l%3%adnea>
- Fortalecimiento de Asociaciones Gremiales. Sercotec.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://www.sercotec.cl/fortalecimiento-gremial-y-cooperativo/>
- Inicio Ruta Digital. Rutadigital.cl. Recuperado el 2 de julio de 2023, de <https://rutadigital.cl/>
- Home Pymes en línea. (2022, June 8). Pymes en línea. <https://pymesenlinea.cl/>
- Semilla Expande. Corfo.cl. Recuperado 2 de julio de 2023, desde <https://www.corfo.cl/sites/cpp/movil/semilla-expande>
- Semilla Inicia. Corfo.cl. Recuperado 2 de julio de 2023, desde https://www.corfo.cl/sites/cpp/convocatorias/semilla_inicia
- Sercotec - Portal de Capacitación. Sercotec.cl. Recuperado 2 de julio de 2023, desde <https://capacitacion.sercotec.cl/portal/>
- Crecemujer.Cl. Recuperado 2 de julio de 2023, desde <https://www.crecemujer.cl/>
- Emprendebancoestado.Cl. Recuperado 2 de julio de 2023, desde <https://empredebancoestado.cl/>
- Enfacilyenchileno.Cl. Recuperado 2 de julio de 2023, desde <https://www.enfacilyenchileno.cl/>

- Mujeresdelpacifico.org. Recuperado 2 de julio de 2023, desde <https://home.mujeresdelpacifico.org/elviajedelaempresadora/>

Índice de Tablas, Gráficos e Ilustraciones

Tabla 1: Tipos de servicios con los que debe contar un Producto Turístico	24
Tabla 2: Jerarquización de atractivos naturales	41
Tabla 3: Jerarquización de atractivos culturales.....	44
Tabla 4: Actividades culturales realizadas durante el verano de 2023	45
Tabla 5: Oferta de alojamiento.....	58
Tabla 6: Perfil del visitante	68
Tabla 7: Mapa estratégico acorde a BSC.....	97
Tabla 8: Ejes y Objetivos estratégicos con indicadores.....	98
Tabla 9: Ámbitos estratégicos del modelo de Gobernanza.....	104
Gráfico 1: Población por género.....	14
Gráfico 2: Distribución de la población	15
Gráfico 3: Rango de edad de los visitantes por hitos.....	61
Gráfico 4: Motivos de la visita por hitos	62
Gráfico 5: Composición del grupo por hitos.....	63
Gráfico 6: Estancia de los visitantes por hito	63
Gráfico 7: Rango etario del visitante.....	64
Gráfico 8: Composición del grupo del visitante.....	65
Gráfico 9: Nivel educacional del visitante	65
Gráfico 10: Ocupación del visitante	66
Gráfico 11: ¿cómo se enteró de la comuna?.....	67
Gráfico 12: Pernoctaciones en la comuna.....	68
Gráfico 13: Percepción del destino turístico	70
Gráfico 14: Disponibilidad de información turística	71
Gráfico 15: Relación precio calidad	71
Ilustración 1: Metodología	9
Ilustración 2: Mapa Comunal	11
Ilustración 3: Planta turística.....	19
Ilustración 4: Componentes del producto turístico	20
Ilustración 5: Componentes de un producto turístico	23
Ilustración 6: Resumen de los componentes de un producto turístico	24
Ilustración 7: Tipos de Productos Turísticos.....	25
Ilustración 8: Taller Inicial - Los Muermos.....	26
Ilustración 9: ¿Cómo nos vemos actualmente? Los Muermos Urbano	27
Ilustración 10: ¿cómo nos vemos en un futuro? - Los Muermos Urbano.....	27
Ilustración 11: ¿Cómo nos vemos actualmente? Estaquilla.....	28
Ilustración 12: ¿Cómo nos vemos en un futuro?	29
Ilustración 13: Visión actual de Hua Huar	29
Ilustración 14: Taller participativo Hua Huar.....	30

Ilustración 15: Visión futura de Hua Huar	30
Ilustración 16: Visión actual de Palihué	31
Ilustración 17: Visión futura Palihué	31
Ilustración 18: Visión del sector de Paraguay Chico	32
Ilustración 19: Prioridades de trabajo en la comuna	33
Ilustración 20:Taller en Estaquilla y Los Muermos	34
Ilustración 21: Papelógrafos de la actividad participativa	34
Ilustración 22: Brainstorming	35
Ilustración 23: Actividad priorización de la cartera de inversión	36
Ilustración 24: Resumen de los productos turísticos	36
Ilustración 25: Taller Modelo de Gestión	37
Ilustración 26: Participantes de los Talleres	38
Ilustración 27: Mapa de Actores	41
Ilustración 28: Perfil del Visitante	69
Ilustración 29: Feria Costumbrista de Paraguay Chico.....	76
Ilustración 30: Sector costero de la comuna de Los Muermos	78
Ilustración 31: Mapa de los productos turísticos	88
Ilustración 32: Visión actual del territorio.....	89
Ilustración 33: Visión futura del territorio	89
Ilustración 34: Metodología Cartera de Inversión	90
Ilustración 35: Ejes estratégicos para la cartera de inversión	90
Ilustración 36: Monitoreo y Seguimiento del PLADETUR.....	106