



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

P L A D E T U R 2021-2026

COMUNA DE SAN PABLO
de Tralmahue ©



marzo 2021



Exhi Consultoría

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>1.</u>	<u>INTRODUCCIÓN</u>	4
1.1	LA PROBLEMÁTICA DEL TURISMO EN LA COMUNA DE SAN PABLO	4
1.2	PROBLEMÁTICA DEL TURISMO PRE-POST PANDEMIA	5
<u>2.</u>	<u>ANTECEDENTES GENERALES DE LA COMUNA</u>	7
2.1	ASPECTOS DEL MEDIO FÍSICO	7
2.2	ASPECTOS DEL MEDIO HUMANO	14
2.3	OFERTA TURÍSTICA	20
2.4	CATASTRO PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL	27
2.5	INSTITUCIONALIDAD DE APOYO PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	30
2.6	TENDENCIAS DEL DESARROLLO TURÍSTICO	33
2.7	ANTECEDENTES GENERALES DE LA DEMANDA	37
2.8	ACTORES CLAVE	43
<u>3.</u>	<u>IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, CAUSAS Y EFECTOS</u>	44
<u>4.</u>	<u>ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN SAN PABLO</u>	48
4.1	VISIÓN	48
4.2	EJES, LINEAMIENTOS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	50
<u>5.</u>	<u>PLAN DE ACCIÓN</u>	52
5.1	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	56



Sector Cofalmo. Comuna de San Pablo

1. INTRODUCCIÓN



Es un instrumento de planificación turística comunal, una verdadera “carta de navegación” para conducir, de una manera realista, es decir teniendo en cuenta los recursos con que se cuenta, a la comuna hacia los objetivos turísticos que todos los actores sociales comunales han planteado para ella. (Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Sernatur 2008).

1.1 La problemática del turismo en la comuna de San Pablo

El desarrollo del turismo implica identificar problemas y brechas que existen en el interior de un territorio. En este estudio se realizaron las siguientes actividades tendientes a esa identificación:

- Estudio bibliográfico.
- Estudio y análisis del Pladeco y del Plan de Cultura de la comuna.
- Estudio y análisis de la Política Regional de Turismo de la Región de Los Lagos.
- Recorrido del territorio, georreferenciación y registro fotográfico de atractivos y emprendimientos turísticos.
- Encuestas a turistas.
- Encuestas a actores relevantes.
- Encuestas a prestadores de servicios turísticos.
- Entrevistas a prestadores de servicios complementarios.
- Levantamiento del patrimonio cultural y natural como recursos turísticos.
- Análisis de la institucionalidad y fomentos de apoyo a la actividad turística.

Los resultados de estas actividades se presentaron ante el Alcalde y el Consejo Municipal, en dos Talleres Focales con actores institucionales y privados relacionados con el turismo y adicionalmente sus conclusiones fueron analizadas por profesionales de la municipalidad y de la consultora en reuniones especialmente organizadas con este fin.



Vista sector de Trumao

1.2 Problemática del turismo pre-post pandemia

En las últimas décadas el turismo ha experimentado una continua expansión, que ha convertido esta actividad en uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento a nivel global. En el año 2019, su aportación al PIB mundial ascendió al 10,4% y emplea a 319 millones de personas alrededor del mundo, de acuerdo a datos informados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC. 2019).

Pandemia

Sin embargo, producto del COVID-19 el turismo mundial registró su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%, de acuerdo a los últimos datos de la Organización Mundial del Turismo OMT. Durante ese año, los destinos del mundo recibieron mil millones de llegadas de visitantes internacionales menos en relación al año anterior, debido al desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones provocadas por la pandemia. De acuerdo al panel de expertos de la OMT, el turismo podría retornar a los niveles pre pandémicos no antes de 2023, aunque prevén un incremento de la demanda de turismo de naturaleza y aire libre. (Unwto.org. 28.01.2021).

Chile

Desde una perspectiva prepandemia, el año 2019, Chile, ocupó el tercer puesto como destino en Sudamérica con 4.518.000 visitantes, luego de Argentina y Brasil y superando a países con fuertes atractivos turísticos como Perú y Colombia. En ese año, el turismo en Chile empleaba directa o indirectamente a 597 mil personas, representando el 7% del total de ocupados. (Cuenta Pública Participativa. Sernatur 2019). Ilustración 1.

Ilustración 1. Turismo y economía (Pre pandemia).



(Fuente: Cuenta Pública Participativa 2019. Servicio Nacional de Turismo)

Bajo la realidad COVID-19, durante el año pasado solo ingresaron 1.122.858 turistas internacionales, que equivale a una disminución del 75,1% respecto a 2019. Esta caída se explica, por la crisis sanitaria que atraviesa Chile y el mundo. (Barómetro de turismo – enero 2021. Subsecretaría de Turismo).

La Federación de Empresas de Turismo de Chile, Fedetur, estima que se han perdido el 50% del empleo en turismo y un 25% se encuentra acogido a la Ley de Protección al Empleo. También informa que el turismo receptivo se demorará en promedio unos 32 meses en retomar las cifras del 2019. (Noviembre 2020. Fedetur). En cambio el Instituto Nacional de Estadísticas señala que en el último trimestre móvil julio-agosto-septiembre, el empleo en turismo cae un 46,2%, es decir, se han perdido 277 mil puestos de trabajo (INE. 2021).

Planificación

El turismo, como actividad económica, ha sido una de las más golpeadas por la pandemia y lamentablemente no se recupera en los próximos años, hasta que de acuerdo a diferentes proyecciones esta actividad comience a recuperarse a niveles normales, probablemente a partir del año 2023.

Sin embargo a pesar de la incertidumbre creada, también es una oportunidad para la reflexión y planificación sobre que aspiramos en relación al turismo, visualizado las perspectivas que se abrirán en un mundo post pandemia, que como indican las fuentes se recuperara aunque con nuevas tendencias y exigencias.



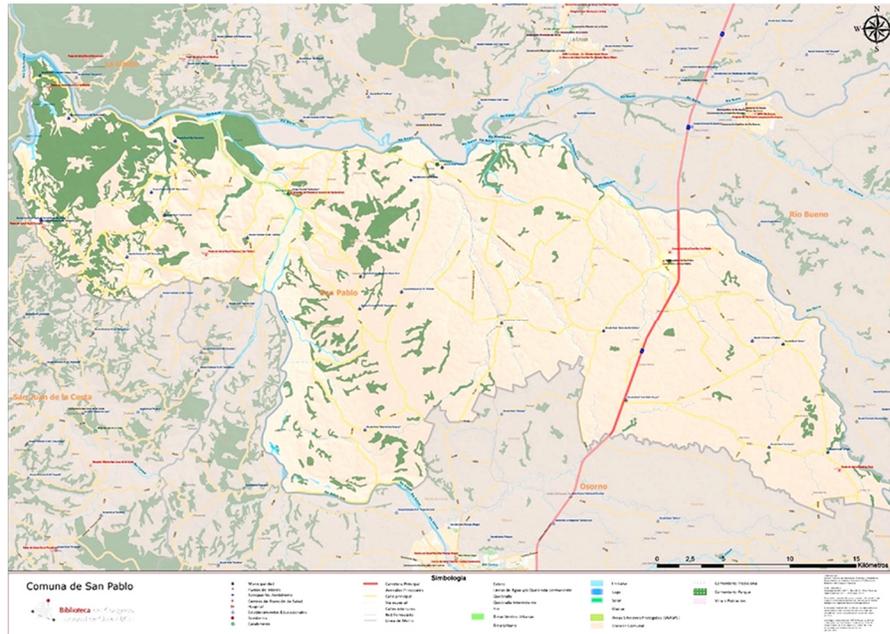
Cocina tradicional, comuna de San Pablo

2. ANTECEDENTES GENERALES DE LA COMUNA

2.1 Aspectos del medio físico

San Pablo se ubica en la provincia de Osorno al norte de la Región de Los Lagos y limita con las comunas de La Unión y río Bueno, ambas pertenecientes a la Región de Los Ríos. Al sur limita con la comuna de Osorno, al este con la comuna de Puyehue y al oeste con la comuna de San Juan de la Costa, todas ubicadas dentro de la provincia de Osorno. Mapa 1.

Mapa 1. Comuna de San Pablo.



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2017.

San Pablo es la comuna más pequeña de la provincia de Osorno con una superficie de 637,3 km², y la décima en tamaño entre las 30 comunas de la Región de Los Lagos. Se ubica al norte de la región limitando con la Región de Los Ríos. (GORE Los Lagos, 2020).



Clima

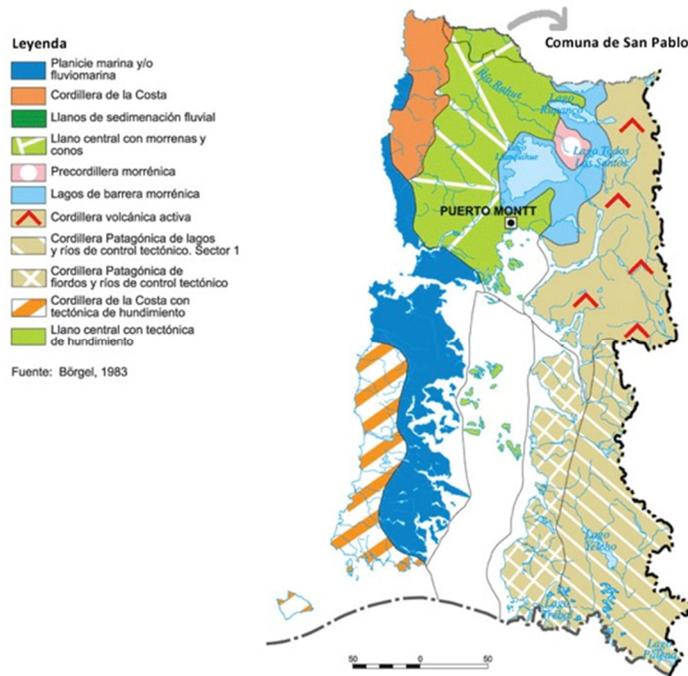
La comuna presenta un clima templado lluvioso con una temperatura anual promedio de 12°C. El mes más cálido corresponde a enero, con 17,2°C, en cambio el mes más frío es julio, con 7,6°C. Aunque se registran precipitaciones durante todos los meses del año, estas disminuyen en verano con días mayoritariamente despejados en los meses de enero y febrero.

Morfología

En relación al relieve, la comuna de San Pablo forma parte del llano longitudinal, entre Angostura de Pelequén y el Seno de Reloncaví. Este es un área comprendida entre la cordillera de la Costa y el

macizo de Los Andes, que en esta parte del país se denomina "Región central lacustre y del llano glacio-volcánico". Mapa 2.

Mapa 2. Unidades morfológicas de la Región de Los Lagos.



Fuente: Centroderecursos.educarchile.cl.

Esta zona se extiende desde la Región de la Araucanía hasta el Seno de Reloncaví, en la Región de Los Lagos y se distingue porque:

- a) La cordillera de Los Andes presenta volcanes activos.
- b) Numerosos lagos en el relieve precordillerano producto del derretimiento glaciar.
- c) Amplias planicies del llano hacia la costa.

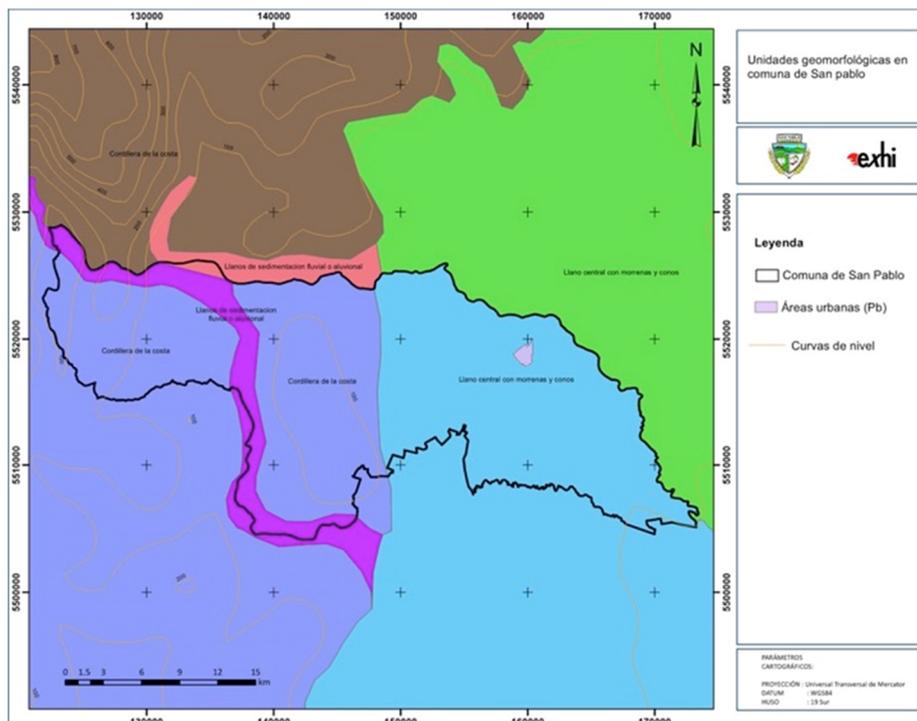
La planicie de la comuna tienen origen en el movimiento continuo de los glaciares, que se desplazan desde las cumbres de Los Andes hacia la costa, socavando las montañas de menor altura hasta formar los actuales valles y los característicos lagos andinos.

Dentro de la comuna se distingue el llano central que le da la característica más bien plana a la zona, y donde se ubica la mayor parte de la población de la comuna. Esta área morfológicamente corresponde a la denominada Llano Central con Morrenas y Conos.

Hacia el poniente de la comuna se ubica la cordillera de la Costa, con alturas más bien bajas, que en ciertos puntos superan la cota de los 600 metros. Sin embargo este cordón es de gran importancia, ya

que actúa como una barrera climática, atenuando los vientos de la costa para el área donde se ubican las comunas de Osorno, río Negro y San Pablo en la Región de Los Lagos, además de las comunas de La Unión y Río Bueno en la Región de Los Ríos. Mapa 3.

Mapa 3. Unidades geomorfológicas. Detalle comuna de San Pablo.



Fuente: Laboratorio de Geografía de la UFRO. <http://labgeo.ufro.cl/>. Consultado abril 2020.

Esta barrera natural contra el frío de la costa, que además favorece el viento seco que proviene del sur, unido a las llanuras del territorio central de la comuna, ha favorecido la actividad agrícola y ganadera, además de concentrar a la población urbana. (Sitio web Gore Los Lagos, Provincia de Osorno. Manual de geografía de Chile, 1998. Cuenca del Río Bueno, MOP, 2004).

Hidrografía

Desde una perspectiva hidrográfica el territorio de Chile se divide en siete zonas, individualizadas por un régimen hidrográfico en particular.

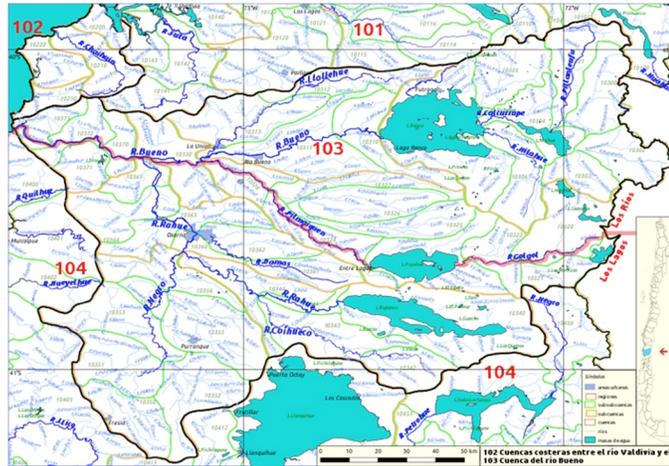
La comuna de San Pablo se ubica en la denominada Zona Hidrográfica 4, donde prevalecen “ríos tranquilos con regulación lacustre en la zona húmeda de Chile” (Manual de Geografía de Chile. Errázuriz y otros, 1998). Esta zona abarca desde el río Imperial por el norte hasta el río Chamiza por el sur e incluye a la isla de Chiloé. La zona se caracteriza por la presencia de grandes lagos, conectados con el curso de los ríos y ayudan a regular su caudal.

La Dirección General de Aguas (DGA) del Ministerio de Obras Públicas ha dividido el territorio en cuencas hidrográficas. Una cuenca hidrográfica es un territorio drenado por un único o prevalente

sistema de drenaje natural, vale decir, sus aguas dan al mar a través de un río principal o que vierte sus aguas a un único lago determinado.

De acuerdo a la DGA la comuna de San Pablo se ubica en el espacio natural comprendido por la cuenca hidrográfica del río Bueno, y tiene el registro número 103. Este se extiende desde la divisoria de las aguas en Los Andes hasta su desembocadura en el océano Pacífico, abarcando 8 subcuencas y 44 subsubcuencas, integrando un total de 15.126 km². Mapa 4.

Mapa 4. Cuenca del río Bueno.



Fuente: Wikipedia.org.

En cuanto a la red hidrográfica que cruza la comuna, el Mapa 5 muestra los principales cuerpos de agua superficiales:

Desde su desagüe en el lago Ranco y durante su curso superior, el río Bueno presenta una fuerte corriente, incluyendo rápidos y transcurre entre barrancos de 50 metros de altura por el fondo de una caja angosta y escarpada.

En su curso medio la corriente es más calma, con riberas menos escarpadas. El curso inferior, a partir de Trumao, es navegable por pequeñas embarcaciones, y tiene un escurrimiento lento aunque más caudaloso, por cuanto recibe ríos tributarios como el Rahue y el Pilmaiquén que nacen en el lago Puyehue.

El río Bueno es de comportamiento básicamente pluvia lo que produce crecidas especialmente en invierno incluso anegando ciertas áreas. En su curso bajo es navegable por embarcaciones de pequeño calado, aunque antes del terremoto del Valdivia en 1960 era surcado por embarcaciones a vela o vapor. El terremoto originó desvíos de su cauce, sellando parcialmente su desembocadura con sedimentos y rocas. (Conocelosrios.com, 2020).



Navegación fluvial en el Río Bueno

2.2 Aspectos del medio humano

Historia

El yacimiento paleontológico y arqueológico de Pilauco, ubicado en la comuna de Osorno, presenta una huella humana de hace 15.600 años, la más antigua de América. En el lugar también se han encontrado restos de megafauna, madera, conchas y otros fragmentos con indicios de actividad humana.

Más al sur, cercano a Puerto Montt, se ubica el yacimiento de Monteverde, reconocido como el sitio con vestigios humanos más antiguo de América, con una antigüedad sobre los 14.800 años, aunque existen indicios tanto en el mismo Monteverde como en otros lugares, que el ser humano llegó hace más de 30.000 años al continente.

Antes de la llegada de los españoles, los mapuches ocupaban gran parte del actual territorio de Chile, entre Illapel y Chiloé. Aunque existían diferencias de costumbre y dialectos entre las comunidades mapuches ubicadas a lo largo del territorio, culturalmente constituían un solo pueblo. La población que se asentaba en la actual Región de Los Lagos se denominaba williche “gente del sur” en mapudungun. Reconocían a su territorio como Butahuillimapu, “gran territorio del sur”, desde el río Toltén por el norte hasta la isla de Chiloé por el sur.

Al iniciar la conquista, los españoles tenían como objetivo ocupar todo el territorio a pesar del bajo número de fuerzas que disponían. Para ello organizaron expediciones de reconocimiento, muchas de ellas por mar, que les permitieron obtener una visión general del territorio y su potencial. Fundaron fuertes en el sur lo que generó directo conflicto con los mapuches.

A más de una década de iniciada la conquista, los españoles fundan Osorno en 1558 y Castro en 1567. Sin embargo la gran rebelión mapuche de 1598 que culmina en la Batalla de Curalaba, acarrea la destrucción de varias ciudades españolas, entre otras la misma Osorno.

La Batalla de Curalaba significó la derrota de los españoles y el término de su estrategia de conquista territorial, obligándolos a desplegarse al norte del río Biobío, que actuaba como una frontera natural. Los españoles comienzan una estrategia de guerra defensiva e implementando una política diplomática con los mapuches basada en los llamados “parlamentos”.

En 1645 Valdivia es refundada y el poder español se mantiene también Chiloé en la ciudad de Castro, rodeada de poblaciones williche. También la corona mantiene un reducto en la localidad de Carelmapu, fundada en 1558, frente a la Isla de Chiloé, que con el tiempo se conectaría con la ciudad de Valdivia a través del “Camino Real”, con un trazado que cruzaba la actual comuna de San Pablo.

Durante el período comprendido entre 1598 y 1810, se desarrolla la Capitanía General de Chile, que implicó la reconquista de parte del territorio, incluyendo negociaciones con la población autóctona del sur de Chile.

Durante este periodo una gran concentración de población williche se ubicaba al sur del río Bueno. A fines del Siglo XVII, en su "Diario de Campaña" el capitán español Tomas de Figueroa, señalaba, "...en

unas islas que forma el río Bueno en el paraje Truman [Trumao] había cantidad de indios i ganados de todas especies...”

Producto de la necesidad de los españoles de conectar el territorio, en 1793 se celebra el Parlamento y Tratado de Paz de Las Canoas entre la Corona Española y las tribus williche que ocupaban el área.

Previo al tratado se consignan al menos dos parlamentos en el territorio. Uno celebrado en 1789 en las cercanías del actual río Bueno, que permitió la apertura del Camino Real, y otro en 1793 (el mismo año del Tratado de las Canoas), celebrado en Quilacahuin en el actual territorio de San Pablo, que permitiría el ingreso de órdenes religiosas, como las misiones franciscanas.

El Tratado de Paz de las Canoas tendrá una gran influencia social, económica y cultural para la población nativa, por cuanto significó que se cediera el territorio entre los ríos Rahue (llamado entonces de Las Canoas) y río Damas, hasta la cordillera andina, además de la refundación estratégica de Osorno y el posterior asentamiento de colonos españoles.

La integración política de los williche a la autoridad española, implicó su colaboración militar y fuerza de trabajo para funcionarios, militares y colonos españoles destinados al nuevo territorio.

Desde el punto de vista cultural, la población autóctona asume la religión católica y acepta las fundaciones de misiones, con ritos como el bautismo, casamiento y otros, además de la obediencia y trabajo para los religiosos que con el tiempo acumularían gran cantidad de riquezas.

El Tratado de Paz de las Canoas influenciará el devenir histórico de toda la región donde se asentaba el Butahuillimapu y en forma directa sentará las bases de lo que hoy reconocemos como la comuna de San Pablo.

Uno de los últimos gobernadores coloniales de Chile, Muñoz de Guzmán, funda en 1805 la Misión de Pilmaiquen sobre las tierras del cacique Panguinamun, que las denominaba Tralmahue.

La fundación de la República de Chile, traerá consecuencias importantes para todos quienes habitaban el territorio de la naciente nación. En el caso del sur, una de los cambios principales fue el proceso de compras de tierras a indígenas por particulares, que ya no debían seguir el procedimiento colonial que contaba con mecanismos de control más rigurosos.

Con el objetivo de incorporar nuevas tierras a la economía nacional, comienza la denominada colonización alemana con franquicias del Estado, en base a la Ley de Colonización promulgada en 1845 durante el gobierno de Manuel Bulnes que buscaba poblar el territorio entre Valdivia y Puerto Montt.

En ese periodo la Misión de Pilmaiquen había crecido sobre sus límites congregando gran cantidad de habitantes que se asentaban a la orilla del río. Por esta razón en 1867 durante la presidencia de José Joaquín Pérez, cambia su nombre a la denominación oficial de Villa de San Pablo. Esta nueva denominación se realiza en homenaje al sacerdote Fray Pablo de Royo, quien se había destacado en la misión que funcionaba en el lugar. Dos décadas más tarde, en 1891, se crea la comuna dependiente del Departamento de Osorno, y San Pablo comienza su entrada a la historia oficial de Chile, junto a su primer alcalde Guillermo Heufemann Senandez.

Durante la década de 1930 se inicia el proceso de subdivisión de las comunidades indígenas, bajo los efectos de la denominada Ley de Propiedad Austral, aunque muchos indígenas no obtuvieron reconocimiento en virtud de esta ley, otros lograron inscribir sus propiedades.

Sin embargo en el transcurso de poco tiempo, se produce una pérdida de la propiedad por los indígenas, ya sea por ventas fraudulentas, fallos judiciales viciados y expropiaciones y de esta forma un gran cantidad de hectáreas pasa a manos privadas, dejando de pertenecer a sus propietarios originales.

Esto implica la reorganización de las comunidades mapuche-williche, que comienzan a asumir una postura más activa frente a lo que consideraban la usurpación de sus tierras. En este contexto histórico las comunidades williche de Valdivia, Osorno y Chiloé, redactan una carta denominada "Memorial de Proyecto de Ley", que envían en 1936 Presidente Arturo Alessandri Palma, señalando:

"Basándonos en nuestros derechos que datan de tiempos inmemoriales, en efecto por más de miles de años de arranque que nuestra tierra es propia y por más de doscientos años que hemos usufructuado en posesión pacífica de nuestros abuelos después de las guerras sostenidas con los españoles en distintas tribus, hoy Excelentísimos Señor Presidente nos encontramos privados de nuestras tierras por elementos extranjeros, principalmente alemanes y criollos que no tienen derecho ni parte en las herencias de los indios mapuches y descendientes, como lo pasamos a probar con nuestros documentos públicos y notorios en el cuerpo de este Memorial; por cuyas razones tan justificadas, venimos a solicitar de Valdivia al sur que se retiren definitivamente de nuestra provincia de Butahuillimapu las leyes de Radicaciones, Colonización y Propiedad Austral porque perjudican nuestros derechos, no hacen justicia, en que al contrario violan nuestras leyes..." (El Territorio Huilliche en Valdivia y Osorno. Informe de la Comisión Verdad Histórica y Nuevo Trato. 2003)

El documento no tuvo mayor repercusión, ni acciones por parte del Estado de Chile, aunque sentó las bases de las actuales reivindicaciones del pueblo williche.

Población

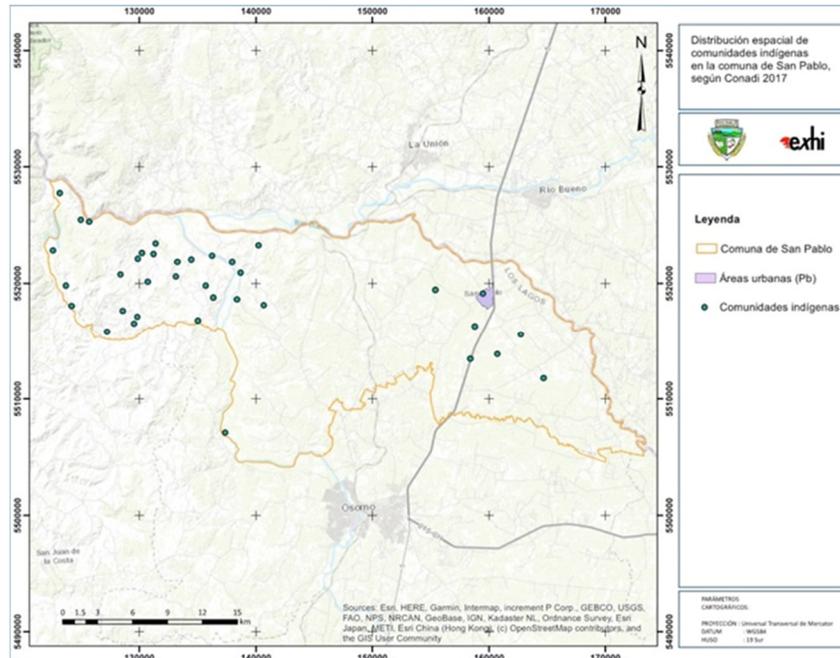
Para el Censo 2017, San Pablo contaba con una población de 10.030 habitantes, de los cuales el 50,4% son mujeres y el 16,5% corresponde a adultos mayores. La población se distribuye en un 65,77% rural y un 34,23% urbana. (Censo 2017).



De acuerdo a la medición de la misma fuente, la pertenencia a pueblos originarios representaba el 44% del total comunal, existiendo según lo informado en el PLADECO 2019-2024, diversas

organizaciones mapuche-williche en funcionamiento como 9 asociaciones y 51 comunidades indígenas (Sistema Integrado de Información Conadi. 2017), Consejo de Comunidades Mapuche Williches de San Pablo, Autoridad ancestral para las provincias de Osorno, Llanquihue y Chiloé. El Mapa 7 representa la localización de las comunidades indígenas registradas en Conadi.

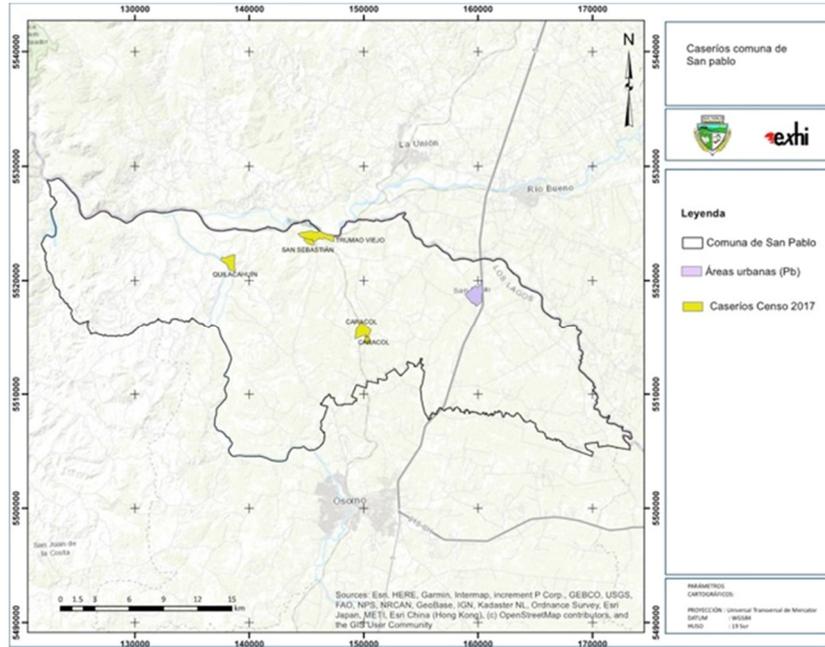
Mapa 7. Localización de comunidades indígenas mapuche-williche, comuna de San Pablo.



Fuente: Sistema Integrado de Información Conadi. 2017.

En cuanto a los centros poblados, el INE reconoce como áreas urbanas la localidad de San Pablo y en la categoría de caseríos a Caracol (1), Caracol (2), Quilacahuin, San Sebastián y Trumao Viejo. Mapa 8.

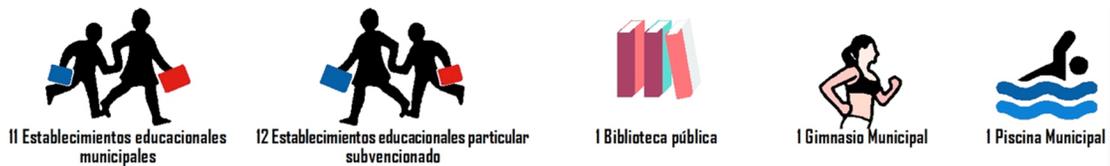
Mapa 8. Centros poblados comuna de San Pablo.



Fuente: INE, Censo 2017.

Infraestructura de educación cultural y deportes

De acuerdo al SIIT Estadísticas Territoriales de la Biblioteca del Congreso Nacional (2020), la comuna cuenta con 11 establecimientos educacionales municipales, 12 particulares subvencionados y 1 biblioteca pública (Biblioredes, 2020). De acuerdo al Registro de Museos de Chile (2020) San Pablo no cuenta con museos. Existen además 1 gimnasio municipal y 1 piscina municipal.



Sistema productivo

De acuerdo a estadísticas del Servicio de Impuestos Internos (SII) del año 2018, la comuna cuenta con 596 empresas, de las cuales 375 son micro empresas, 102 empresas pequeñas, 15 empresas medianas, 5 empresas grandes y 99 que no registran ventas o no presentan información. El total de trabajadores de todas las empresas registradas ante el SII asciende a 1.792 personas.



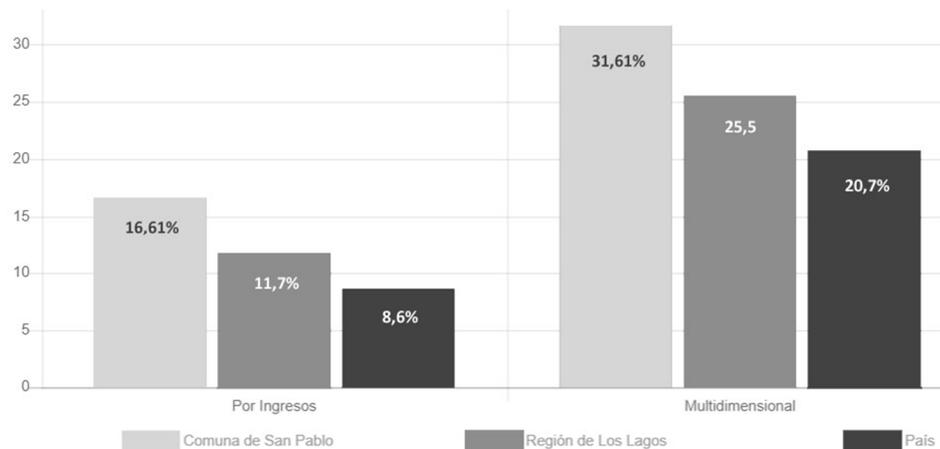
Tal como indica el PLADECO, San Pablo desarrolla su economía local fundamentalmente a partir del trabajo en ganadería y agricultura, potenciándose la lechería y sus subproductos. Sin embargo y dado procesos de fluctuación de precios y variaciones climáticas, persiste un escenario de empleo inestable y estacional.

El mismo documento, señala que “existe una baja empleabilidad y una escasa profesionalización en la comuna, lo que hace que ésta sea más vulnerable y poco atractiva a los servicios”.

Nivel de pobreza

De acuerdo a la Encuesta CASEN 2017, la comuna de San Pablo tiene un 16,61% de personas en situación de pobreza por ingresos/año y un 31,61% de pobreza multidimensional. En ambas mediciones la comuna supera la media de la Región de Los Lagos y del país, como muestra la siguiente Ilustración 2.

Ilustración 2. Tasa de pobreza año 2017, personas (%).



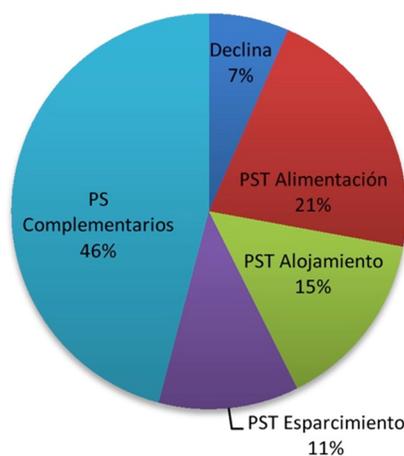
Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional

2.3 Oferta turística

Prestadores de servicios turísticos

Se contactó a 64 prestadores de servicios, de los cuales 4 declinaron participar, 29 fueron catalogados como prestadores de servicios turísticos en los rubros de alimentación, alojamiento y esparcimiento, y 31 como prestadores de servicios complementarios, entre los que se cuentan artesanos, productores agrícolas de queso, horticultura y chicha, conservas, licores y mermeladas, y quienes preparan comida generalmente típica para las fiestas costumbristas, como se muestra en el Gráfico 1:

Gráfico 1. Universo prestadores de servicios turísticos participantes del estudio.



La oferta turística de San Pablo cuenta con relativamente pocos prestadores de servicios turísticos propiamente tales, complementándose en el caso del servicio de alimentación con la oferta que emprendedores locales entregan en las fiestas costumbristas que se desarrollan a lo largo y ancho de la comuna los últimos años, a excepción naturalmente el año 2020. Esos emprendedores se suman a aquellos que ofrecen servicios complementarios en el área rural, como por ejemplo los mercados particulares y cajas vecinas.

Prestadores de servicios turísticos rubro alimentación

Caracterización del negocio

Respecto a la caracterización del establecimiento, 9 han inaugurado su negocio recientemente, 4 durante 2020. Ocho de ellos tienen los permisos de funcionamiento correspondiente.

Siete de ellos son propietarios del inmueble y definen su negocio como restaurante. La construcción es mayoritariamente de madera, según la construcción tradicional del sur de Chile. Un 66% ha realizado remodelaciones en los últimos 3 años.

Referente a la calidad del servicio que se ofrece, en servicios básicos, todos cuentan con electricidad y agua potable, pero en los casos rurales se trata de agua potable rural o de pozo. Solo 4 cuentan con la disponibilidad de baños diferenciados para mujeres, hombres y discapacitados. La mayoría ofrece calefacción y algunos otras prestaciones. El acondicionamiento para discapacitados corresponde a los baños y en algunos casos a rampas. La mayoría ofrece espacios de estacionamiento, aunque sin demarcación.

Oferta

La mayoría ofrece comida chilena o casera, con 2 PST que ofrecen productos de repostería y 2 gastronomía mapuche williche. Por la situación de pandemia, la mayoría se ha adaptado a la modalidad comida para llevar y/o delivery.

Personal

Los establecimientos de alimentación son mayoritariamente atendidos por los mismos dueños, a veces acompañados de familiares y algunos contratados. En esta época la contratación ha disminuido. Entre el personal, algo más de la mitad cuentan con capacitación, en 5 casos el personal tiene algún tipo de educación profesional relacionada con el negocio. La mayoría no habla otro idioma aparte del español.

Promoción

En lo referido a la promoción del negocio, la mayoría utiliza Facebook e Instagram, en cuanto a trabajar con agentes externos para la atracción de turistas, 1 emprendedora ya lo realiza, el 46% lo haría y el resto no está interesado tanto por la orientación de su negocio como por que no se encuentra preparado.

Demanda

Los tiempos de funcionamiento son principalmente todo el año, con una mayoría trabajando 6 días semanales. La mayor demanda es de septiembre a marzo, especialmente diciembre, enero, febrero.

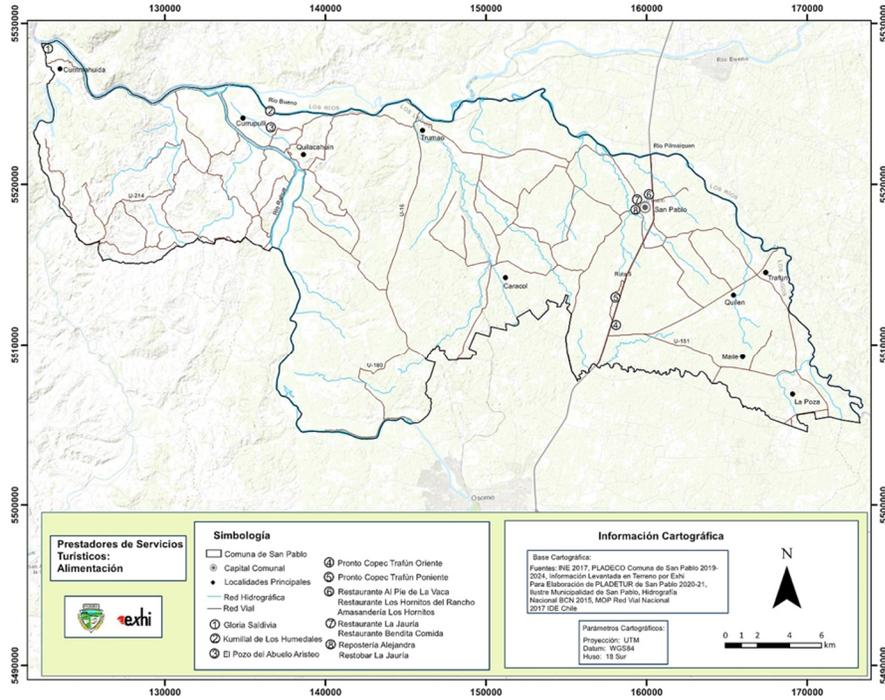
Los clientes que reciben los establecimientos de alimentación son principalmente comunales, aunque para los localizados en la caleta, la mayoría son nacionales principalmente de la Región Metropolitana. De la Región, provienen principalmente de Osorno. El tipo de clientes es variado, pero predominan las familias.

Ventas

Finalmente, en cuanto a los sistemas de pago, predominan el pago en efectivo y la transferencia, 6 cuentan con sistema de pago de tarjetas. En cuanto a los rangos de ventas anuales, un 77% vende en el primer rango, de microempresa según la clasificación del SII.

El siguiente Mapa 9 muestra la localización de los emprendimientos en el territorio.

Mapa 9. Prestadores servicios de alimentación, comuna de San Pablo.



Prestadores de servicios turísticos rubro alojamiento

Caracterización del negocio

El universo de prestadores de servicios de alojamiento es de 9 establecimientos. La mayoría de los establecimientos se localiza en los sectores rurales de la comuna. Todos los establecimientos han comenzado a trabajar durante los últimos 5 años, contando la mayoría con iniciación de actividades. 6 prestadores de servicios son propietarios.

El tipo de establecimiento son principalmente cabañas y 2 se clasifican como alojamiento familiar, el tipo de construcción es mayoritariamente liviana, concordante con la tradición de construcción en madera del sur del país. Aún tratándose de establecimientos de funcionamiento relativamente recientes, un 62,5% ha hecho remodelaciones. Los servicios básicos con que cuentan los alojamientos son principalmente agua y electricidad.

En cuanto a capacidad, se tienen aproximadamente 65 camas disponibles más 20 sitios para camping. La mayoría no tiene equipamiento para discapacitados, adultos mayores ni niños. La mayoría ofrece alimentación, desayuno u otras comidas a pedido. En cuanto a equipamiento complementarios, se ofrece principalmente calefacción.

Personal

Ocho establecimientos son atendidos por sus propios dueños, la mitad cuenta con personal capacitado y 4 tiene formación profesional relacionada con el negocio. Se manejan idiomas como el mapudungun, inglés y francés.

Promoción

Los emprendimientos se promocionan principalmente por Facebook. La mayoría estaría dispuesto a trabajar con agencias de viaje y/u operadores turísticos.

Demanda

En cuanto a la atención de los establecimientos, 7 de 8 funcionan todo el año, siendo los meses de mayor demanda los del verano, aunque las cabañas buscan arriendos mensuales a empresas y no se dedican solo al turismo.

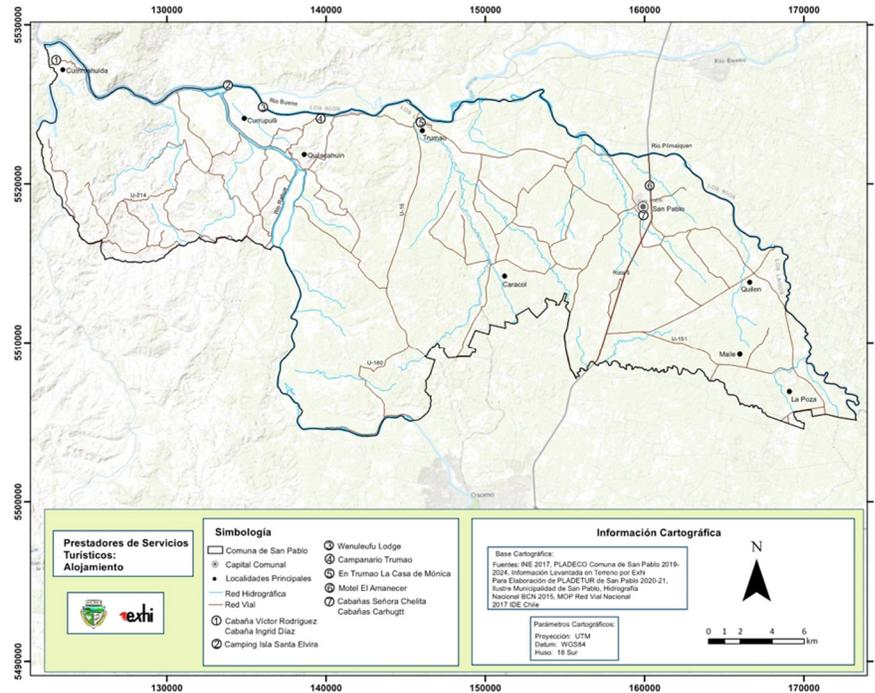
Los turistas provienen tanto de la región como diversos lugares del país, principalmente de la Región Metropolitana y de Los Ríos. Son principalmente familias.

Ventas

Los PST aceptan como medio de pago principalmente efectivo y transferencia, 2 establecimientos aceptan tarjetas de pago. Los rangos de venta declarados equivalen a la categoría microempresa en todos los casos.

El siguiente Mapa 10 muestra la localización de los emprendimientos en el territorio.

Mapa 10. Prestadores servicios de alojamiento, comuna de San Pablo.



Prestadores de servicios turísticos rubro esparcimiento

Caracterización del negocio

El total de los prestadores de servicios de esparcimiento encuestados fue de 7. Todos con inauguración menor a 6 años pero ya con algún tiempo de funcionamiento. La mayoría cuenta con iniciación del SII. Todos son propietarios del lugar de su emprendimiento.

Los servicios de guía ofertados corresponden a visita guiada en el mismo lugar: viña, granja, bosque, excepto el de transporte fluvial. Como servicios básicos se cuenta principalmente con electricidad, agua potable, venta de productos locales, estos correspondientes a los productos de elaboración propia.

La mayor capacidad de recepción simultánea de turistas es de 40 personas.

Personal

En relación al personal, todos los emprendimientos son atendidos por su propio dueño, ocasionalmente familia y empleados temporales. La mitad de ellos tiene formación profesional y ha sido capacitado. Tres de ellos manejan inglés.

Promoción

Los canales de promoción más usados son Facebook, Instagram y la participación en ferias.

Demanda

Todos los negocios funcionan todo el año, con temporada alta desde septiembre a marzo. La procedencia de los turistas es principalmente nacional y en igual proporción de la misma comuna y de la Región de Los Lagos, de la Región provienen principalmente de Osorno; a nivel nacional principalmente de la Región Metropolitana **Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

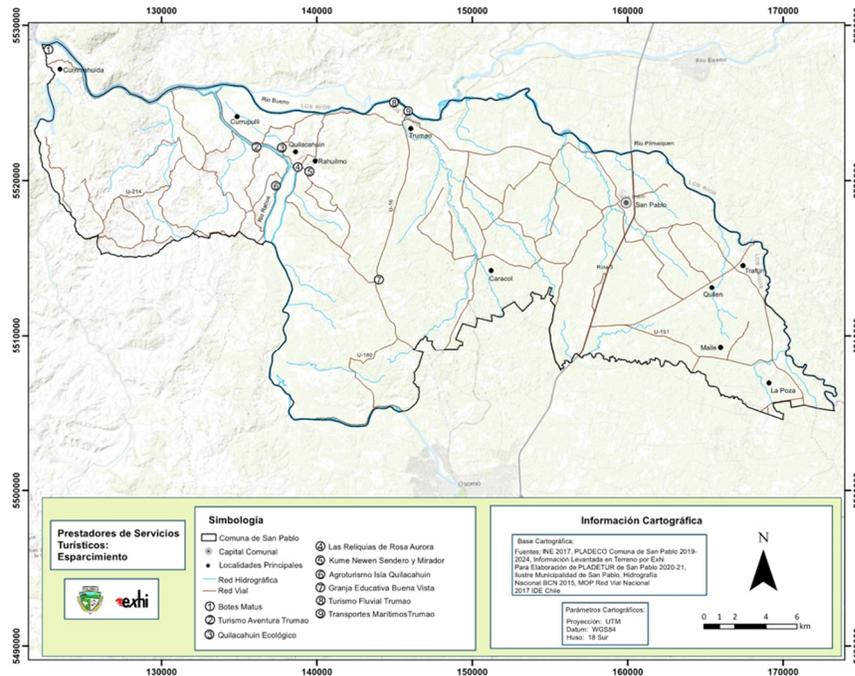
Los turistas recepcionados son principalmente familias, adultos mayores (en paseos organizados para este grupo etario) y jóvenes.

Ventas

Como sistema de pago se acepta efectivo y transferencias. El rango de ventas los sitúa en la categoría de microempresa.

El siguiente Mapa 11 muestra la localización de los emprendimientos en el territorio.

Mapa 11. Prestadores servicios de esparcimiento, comuna de San Pablo.



Prestadores de servicios complementarios

Los servicios complementarios dicen relación con todos aquellos servicios que si bien no satisfacen las necesidades básicas del turista, si son valoradas en cuanto a que complementan su experiencia, como la venta de artesanía, de productos típicos o venta de alimentos o lugares donde se pueden arrendar implementos de pesca o reparar la rueda de un vehículo, por ejemplo.

En el área urbana de la Villa de San Pablo se encuentran los que se presentan en el siguiente Mapa 12:

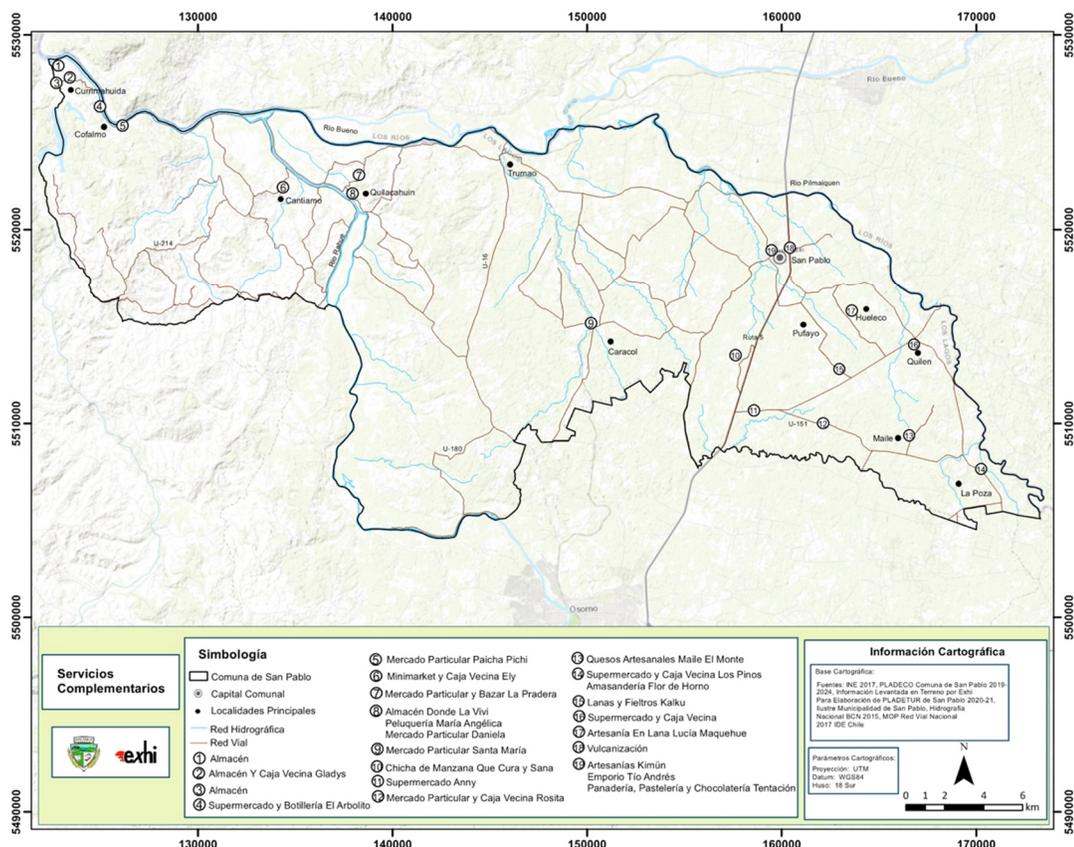
Mapa 12. Prestadores servicios complementarios, villa de San Pablo.



Fuente: PLADECO Comuna de San Pablo 2019-2024

En lo que respecta a las áreas rurales, la oferta de servicios complementarios se muestra en el Mapa 13 a continuación:

Mapa 13. Prestadores servicios complementarios, comuna de San Pablo.



2.4 Catastro patrimonio cultural y natural

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural de la comuna de San Pablo dice relación con su tradición campesina, su historia hispano-europea y fluvial, y su herencia mapuche williche viva en sus comunidades indígenas y en la memoria colectiva de todos sus habitantes.

El patrimonio reconocido por sus habitantes comprende:

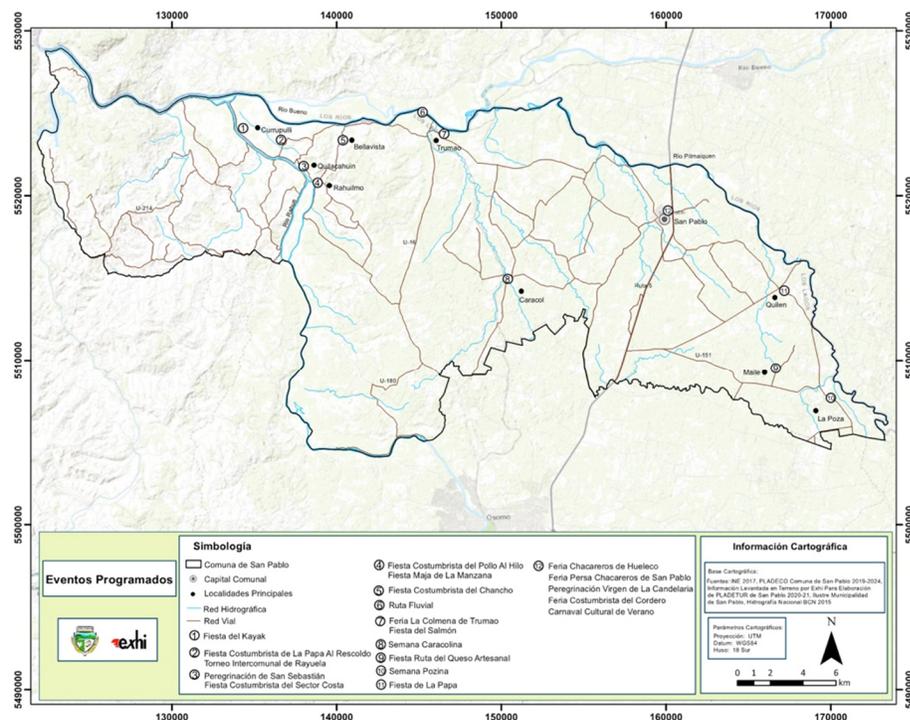
- La cultura mapuche williche
- La ruralidad expresada en su producción hortofrutícola y ganadera
- La historia de las rutas ferroviaria y fluvial, incluyendo el centro de distribución y desarrollo del puerto de Trumao

- La historia de la fundación de San Pablo
- La religiosidad asociada a las misiones desde la llegada de los españoles
- La influencia de colonos españoles, franceses y alemanes

MAPA IDENTITARIO

Las y los sampablinos reconocen también como patrimonio cultural a las fiestas costumbristas de tradición reciente y fiestas religiosas, que la comuna ha venido desarrollando con cierta continuidad, las que se celebran en el territorio según lo muestra el siguiente Mapa 14:

Mapa 14. Eventos programados, comuna de San Pablo.



Si bien el patrimonio cultural no ha sido suficientemente puesto en valor, las fiestas costumbristas rescatan principalmente la gastronomía williche, la gastronomía campesina, y productos silvestres, agropecuarios y artesanales, entre otros, como se muestra en el siguiente Gráfico 2, de acuerdo a las preferencias de los actores relevantes encuestados:

Gráfico 2. Comidas y bebidas típicas.



Patrimonio natural

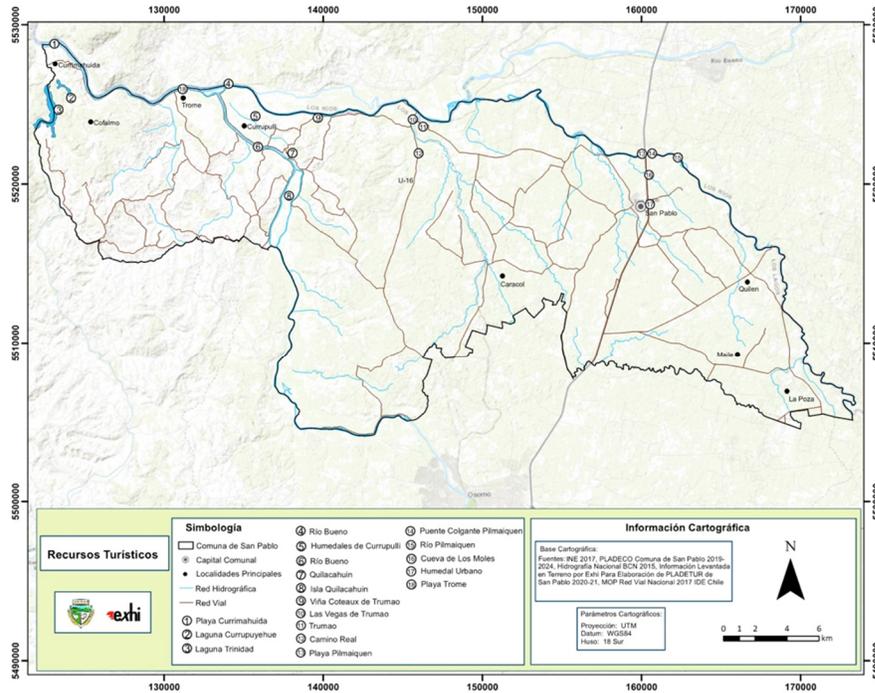
La identidad sampablina está fuertemente ligada a su recurso natural más característico, sus ríos: río Bueno, río Pilmaiquen y río Rahue, que conforman islas como la de Quilacahuin, Momberg, Santa Elvira, y que en la estación invernal inunda sus terrazas y conforman extensas planicies de vegas o humedales que son visitadas por numerosas aves migratorias. Además entregan a los sampablinos y turistas la oportunidad de bañarse en sus playas y navegar por sus aguas calmas.

En el sector costa se ubican dos lagunas apreciadas por los sampablinos: la laguna Trinidad y la laguna Curripuyehue.

Es también parte de este patrimonio el paisaje agrícola, de campos cultivados y productores de ganado en el sector llano, que se complementa con colinas pobladas de bosque nativo que hacia el sector costa muta en plantaciones de pinos y eucaliptos.

El siguiente Mapa 15 ilustra los recursos turísticos del territorio:

Mapa 15. Recursos turísticos naturales, comuna de San Pablo.



2.5 Institucionalidad de apoyo para la actividad turística

Regulación del turismo en Chile

La actividad turística se rige por la Ley 20.423 promulgada el año 2010 y convierte esta actividad en un eje estratégico de desarrollo para el país, por la cual el Ministerio de Economía recibe una nueva denominación, como Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

La ley 20.423 tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales. Para ello la ley define, entre otros temas, que debe implementarse una política nacional de turismo y crea la Subsecretaría de Turismo que le corresponderá la coordinación de los servicios públicos del sector.

“La misión de la Subsecretaría de Turismo es fomentar y promover el desarrollo sustentable de la actividad turística en nuestro país mediante la definición y coordinación de políticas públicas en materias de turismo, la articulación de los actores públicos y privados del sector, y la consolidación del sistema institucional para el turismo, con el fin de mejorar la calidad de vida de los chilenos y chilenas. (Subturismo.gob.cl).

Reglamentos dictados en virtud de la Ley 20.423

- **Decreto N° 30.** Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT). Las ZOIT son territorios con potenciales atractivos turísticos, que requieran conservación y busquen promover las inversiones del sector privado. Las zonas declaradas de interés turístico deben hacer entrega de informe al Servicio Nacional de Turismo.
- **Decreto N° 50.** Reglamento que fija procedimiento para otorgamiento de concesiones turísticas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE). Estas áreas son determinadas de acuerdo a su definición por CONAF para poder ser incorporadas al desarrollo turístico. Las concesiones y actividades posibles de realizar en estas áreas deben asegurar la diversidad biológica, la preservación de la naturaleza y conservación del patrimonio ambiental.
- **Decreto N° 19.** Reglamento para aplicación del sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. El reglamento comprende el registro, clasificación y calificación de los prestadores de servicios turísticos además del cumplimiento de criterios de calidad y estándares de seguridad, incorporando el otorgamiento y uso del Sello de Calidad Turística. Los prestadores de servicios turísticos de cualquier sector deben inscribirse en el registro que será de carácter público. El Sello de Calidad Turística permitirá al prestador a ser incorporado en las estrategias promocionales públicas que se desarrollen. Sernatur podrá retirar, suspender o prohibir su uso a los prestadores que hagan uso indebido del sello.
- **Decreto N° 200.** Reglamento del Consejo Consultivo de Promoción Turística. El Consejo tiene como objeto asesorar y colaborar en la formulación de la Política Nacional de Promoción del Turismo, tanto a nivel nacional como internacional.
- **Ley 20.918.** Adapta normas laborales al rubro del turismo. Aunque todos los trabajadores se rigen por el Código del Trabajo, existen algunas excepciones a la regla para trabajadores del turismo, por ejemplo en relación a jornadas de trabajo, feriados y propinas.

Instituciones públicas con pertinencia en turismo

El Servicio Nacional de Turismo que depende de la Subsecretaría de Turismo, es la institución encargada de promover y difundir el desarrollo del turismo en Chile, “impulsando a través de políticas y programas de Gobierno, destinos y atractivos turísticos nacionales dentro y fuera del país, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural de Chile”. (Sernatur.cl).

Sin embargo también existen otros organismos públicos que influyen directa o indirectamente en el desarrollo turístico nacional, a través de sus programas (acciones) y políticas (competencias). Las siguientes instituciones (por orden alfabético) son parte del área de trabajo del turismo.

- **Conadi.** La Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, que tiene como misión institucional “Promover, coordinar y ejecutar la acción del Estado en favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas, especialmente en lo económico, social y cultural y de impulsar su participación en la vida nacional, a través de la coordinación intersectorial, el financiamiento de iniciativas de inversión y la prestación de servicios a usuarios y usuarias”. (Conadi.gob.cl)

- **Conaf.** La Corporación Nacional Forestal es una institución autónoma del Estado de Chile, dependiente del Ministerio de Agricultura, cuya misión es “contribuir al desarrollo del país a través del manejo sostenible de los ecosistemas forestales y de los componentes de la naturaleza asociados a éstos, la que se alcanzará mediante el fomento, el establecimiento, restauración y manejo de los bosques y formaciones xerofíticas; el aumento del arbolado urbano; la mitigación y adaptación de los efectos del cambio climático; la fiscalización de la legislación forestal y ambiental; y la protección de los recursos vegetacionales y la administración de las Áreas Silvestres Protegidas del Estado, para las actuales y futuras generaciones”. (Conaf.cl)
- **CMN.** El Consejo de Monumentos Nacionales es un organismo técnico del Estado que depende del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y cuya misión es “Ejercer la protección y tuición del patrimonio cultural y natural de carácter monumental, velando por su identificación, protección oficial, supervisión, conservación y puesta en valor, potenciando su aporte a la identidad y al desarrollo humano”. (Monumentos.gob.cl)
- **Corfo.** La Corporación de Fomento de la Producción depende del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y tiene como misión “Mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, fortaleciendo, además, el capital humano y las capacidades tecnológicas para alcanzar el desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado”. (Corfo.cl)
- **Fosis.** El Fondo de Solidaridad e Inversión Social, es un servicio del Gobierno de Chile que tiene como misión "Contribuir a la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social de personas, familias y comunidades". (Fosis.gob.cl)
- **Indap.** Instituto de Desarrollo Agropecuario, dependiente del Ministerio de Agricultura, cuyo objetivo es “Promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos”. Desarrolla un programa de Turismo Rural “destinado a apoyar a los pequeños agricultores y sus familias que ofrezcan servicios de turismo rural, como complemento de su trabajo silvoagropecuario, ya sea en el campo y/o en lugares conexos”. (Indap.cl)
- **Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.** A cargo del “diseño, formulación e implementación de políticas, planes y programas que contribuyan al desarrollo cultural y patrimonial de manera armónica y equitativa en todo el territorio nacional”. Regido por los principios de “Diversidad Cultural, Democracia y participación, reconocimiento cultural de los pueblos indígenas, respeto a la libertad de creación y valoración social de creadores y cultores, además del reconocimiento a las culturas territoriales, el respeto a los derechos de cultores y creadores, y la memoria histórica”. (Cultura.gob.cl)
- **Sercotec.** El Servicio de Cooperación Técnica es una corporación de derecho privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dedicada a “apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile y los chilenos. Atendemos a pequeños empresarios y empresarias que enfrentan el desafío de actuar con éxito en los mercados, así como a los emprendedores y emprendedoras que buscan concretar sus proyectos de negocio”. (Sercotec)
- **Sernac.** El Servicio Nacional del Consumidor es una agencia del Estado de Chile, encargada de velar por la protección de los derechos de los consumidores, establecidos en la Ley N° 19.496, y cuya misión es “Informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el

cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas”. (Sernac.cl)

- **Sernapesca.** El Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura es una entidad dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuya misión es “contribuir a la sustentabilidad del sector y a la protección de los recursos hidrobiológicos y su medio ambiente, a través de una fiscalización integral y gestión sanitaria que influye en el comportamiento sectorial promoviendo el cumplimiento de las normas”. Dentro de sus funciones se encuentra que debe normar, fiscalizar y otorgar permisos de pesca recreativa. (Sernapesca.cl).
- **Pro Chile.** Institución del Ministerio de Relaciones Exteriores “encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas”. (Prochile.gob.cl)

2.6 Tendencias del desarrollo turístico

Una de las principales tendencias de la industria del turismo contemporáneo es el crecimiento del turismo de intereses especiales (TIE), centrado en la naturaleza y la cultura local, que tiende a elegir destinos que ofrecen seguridad, áreas naturales bien cuidadas y un mix de actividades a realizar en el lugar de destino. (Future Brand Index 2011-2012).

Internet se ha consolidado como la principal herramienta de difusión, posicionamiento, ventas y otras actividades conexas del turismo. Adicionalmente se han desarrollado aplicaciones y plataformas que acercan a los prestadores de servicios turísticos locales con el consumidor final, nacional o internacional, a una escala que no se había visto en el mercado del turismo.

Desde la perspectiva del mercado, la oferta y la demanda se han acercado de tal forma que los destinos se pueden promocionar en tiempo real, con trazabilidad e incorporando modelos de negocios avanzados.

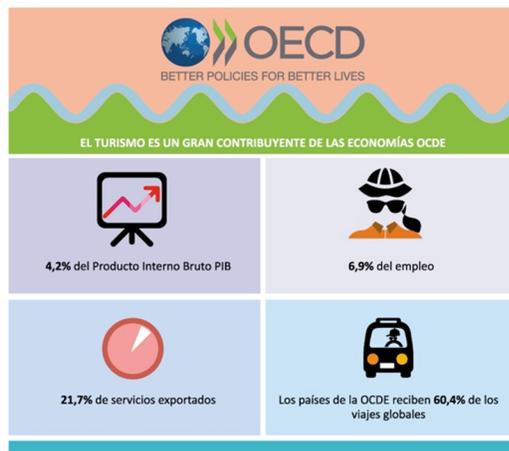
Sin embargo las nuevas tendencias más la revolución tecnológica y social traen aparejados grandes desafíos, especialmente a nivel local, donde en muchos casos no existe la preparación para aprovechar las nuevas oportunidades, y que de no haber cambios estructurales a nivel de servicios y prestadores de servicios turísticos, paradójicamente los destinos locales pueden transformarse en los grandes olvidados del Turismo 2.0.

Industria

El turismo es uno de los motores más importante del crecimiento económico a nivel mundial. El peso específico del turismo en las economías de los países afiliados a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) de la cual Chile forma parte, señala que este sector contribuye

directamente con el 4,2% del PIB, el 6,9% del empleo y el 21,5% de las exportaciones de servicios. Ilustración 3.

Ilustración 3. Participación del sector turismo en la economía de los países de la OCDE.



Fuente: OECD, Tourism Trends and Policies 2018.

Durante seis décadas la industria del turismo se ha beneficiado de un crecimiento constante lo que le ha permitido transformarse en uno de los sectores económicos más importantes del mundo, clave en la moderna economía de servicios.

A nivel mundial el turismo registró 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en 2019 y de acuerdo a cifras de reportes de la OCDE (2020), cada dólar estadounidense que los turistas internacionales gastan en sus países afiliados, genera en promedio 89 centavos de valor agregado interno, en relación a 81 centavos para otro tipo de exportaciones.

Al igual que para otras actividades económicas, el panorama futuro para el turismo registra incertidumbre debido a un panorama económico incierto generado por la actual pandemia. La Organización Mundial del Turismo “calcula que el turismo tardará 3 o 4 años en recuperar el nivel de crecimiento previo al Covid-19”. (Economista.es/EFE. 18.09.2020).

De acuerdo a actuales estimaciones, el número de turistas internacionales podría disminuir entre el 58% y el 78% en 2020. A nivel mundial pone en peligro más de 100 millones de puestos de trabajo generados en forma directa por el sector, “muchos de ellos en microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) que dan empleo a una alta proporción de mujeres y jóvenes”. (ONU 2020).

Esta crisis provocada también se está identificando como una forma de transformar la relación del turismo con la naturaleza, el clima, la economía y una oportunidad para turismo sostenible, “de examinar cómo interactúa con nuestras sociedades y otros sectores económicos; de medir sus efectos y gestionarlo mejor; de asegurar una distribución justa de sus beneficios y avanzar en la transición hacia una economía turística neutra en carbono y resiliente” (OMT, 2020).

Se trata entonces de reorientar la industria turística bajo una visión alineada con los grandes desafíos de la humanidad. El Consejo Ejecutivo de la OMT en su última reunión celebrada en Georgia (15–17, septiembre 2020, propone medidas para una recuperación sostenible, reconociendo al turismo como uno de los sectores más afectados por la pandemia, aunque considera la paralización mundial como una oportunidad para reencaminar al sector hacia un futuro más sostenible e inclusivo. (Declaración de Tbilisi para un Turismo Sostenible. OMT, 2020.).

Bajo esta misma perspectiva, las Naciones Unidas ha propuesto una “Hoja de ruta para un sector turístico más sostenible e inclusivo”, que incorpore:

- Gestión de la crisis y mitigación de los efectos socioeconómicos en los medios de subsistencia.
- Impulso de la competitividad y aumento de la resiliencia.
- Promoción de la innovación y de la digitalización del ecosistema turístico.
- Promoción de la sostenibilidad y el crecimiento ecológico inclusivo.
- Fortalecimiento de la coordinación, las alianzas y la solidaridad para la recuperación socioeconómica.

Prioridades políticas

La tecnología continúa avanzando a un ritmo muy rápido, por ejemplo la velocidad de transmisión de datos aumentará exponencialmente, haciendo posible la denominada “internet de las cosas”. La revista National Geographic lo expresa de la siguiente manera: “El 5G está en boca de todos. Esta nueva tecnología móvil aumentará la velocidad de conexión, reducirá al mínimo la latencia (el tiempo de respuesta de la web) y multiplicará exponencialmente el número de dispositivos conectados. En otras palabras: estaremos conectados a todo, todo el día, y en el menor tiempo posible” (Nationalgeographic.com 28.06.2019).

El desarrollo actual en la economía colaborativa, nuevos sistemas de pago móvil, aplicaciones de realidad virtual y aumentada, la inteligencia artificial y otros, influirán fuertemente en los productos turísticos y sobre todo en las elecciones finales de cada visitante, que ya dispone de una verdadera enciclopedia digital de cada rincón del planeta.

Desde esta perspectiva, el Estado, sus instituciones así como funcionarios y representantes elegidos, tienen la responsabilidad de crear condiciones adecuadas para que todas las empresas, especialmente las pequeñas, y los emprendedores a nivel local, se incorporen a la vanguardia digital para que así participen de los beneficios del turismo.

Asegurar que las comunidades locales puedan beneficiarse más equitativamente del turismo es una tendencia política predominante, por ello es importante identificar los principales problemas críticos que ellas enfrentan entre los que destacan:

- Es necesario disponer de instrumentos de trabajo que incorporen las necesidades locales, pero que además sean asumidos y conocidos por la comunidad en general.
- La transformación digital del turismo, que exige superar el analfabetismo digital.
- Implementar políticas de turismo sostenible, que incorporen tanto educación ambiental, como gestión de reciclaje, compostaje y otros relacionados.

- Identificar oportunidades para garantizar que los destinos locales compartan o visualicen los beneficios de una economía que incorpora plenamente el turismo.
- Cuidar y fortalecer la identidad local, como un valor social y cultural, posible de incorporar al turismo.

La siguiente Ilustración 4 resume las tendencias globales del turismo que combina tanto tipos de turismo emergentes como nuevas herramientas tecnológicas cuya tendencia es aproximar al cliente con el prestador de servicios turísticos directamente, lo que implica un desarrollo de la tecnología digital tanto como una educación para cubrir la brecha del “analfabetismo digital”.

Ilustración 4. Tendencias globales del turismo.



Fuente: Elaboración propia en base a diversas fuentes.



Visita a emprendedores, diciembre 2020. Sector Trumao

2.7 Antecedentes generales de la demanda

El turismo, analizado con parámetros actuales, es considerado un fenómeno social moderno, altamente complejo por cuanto involucra aspectos económicos importantes además de un gran impacto social, cultural y medioambiental, como se refleja en la siguiente cita Karina Lili Sánchez Ortega, académica de la Universidad Autónoma de Guerrero, México:

“En las próximas décadas la humanidad dispondrá de más tiempo libre, de mayor ingreso, de mejores medios de comunicación y transporte, al mismo tiempo que las bellezas naturales y los vestigios históricos - culturales alcanzaran el más alto valor apreciativo para la humanidad. Todo ello configurará el siglo del turismo y serán las naciones que mejor conserven su medio ambiente y su identidad histórica las que participen de manera plena en la derrama económica del turismo en el futuro”. (K.L. Sánchez Ortega, 2012)

Desde la perspectiva del turista, las bellezas naturales constituyen un motivador esencial para el viaje pero no el único. La historia, la cultura, la identidad, el patrimonio, las tradiciones locales, de los habitantes de cada lugar constituyen atractivos tanto o más importante que el entorno natural.

Luego de las regiones Metropolitana y Valparaíso, Los Lagos se ubica como la tercera región del país con mayor cantidad de llegadas y pernoctaciones, lo que indica su importancia en el turismo nacional.

Dentro de la región destacan los destinos turísticos Lagos Llanquihue y Todos los Santos como los más visitados del territorio. Ambos destinos registraron una ocupabilidad en habitaciones del 41,6%. Luego se sitúan Puerto Montt y alrededores, seguido de Chiloé. (INE, 2019.)

Estudios sobre turismo receptivo indican que el 17,0% de los turistas extranjeros que visita Chile, también viajan hasta la Región de Los Lagos. De ellos el 60% de provienen de mercados fronterizos, principalmente argentinos. En tanto el 20% proviene de mercados europeos.

De los turistas que llegan a la región el 69% señala que realiza actividades ligadas a la naturaleza, como visitas a parques nacionales, senderismo, ecoturismo y otras relacionadas. Un tercio de los turistas que visita la región realizan actividades marítimas, como cruceros y excursiones náuticas.

La región es atractiva para turistas sensibilizados con la naturaleza, el medio ambiente, las identidades locales y la cultura. Los turistas buscan en la región vivir experiencias cercanas en medio de la naturaleza, en contacto con el entorno, con la cultura y con la gente que habita la región.

En el mercado nacional, los visitantes provienen principalmente de la Región Metropolitana y el centro del país. En relación al turismo receptivo, “el 17,0% de los turistas extranjeros que visitan Chile, visitan la Región de Los Lagos. El 60% de ellos provienen de mercados fronterizos, desde Argentina y un 20% provienen desde mercados europeos”. (Plan de Acción Región de Los Lagos. Sector Turismo 2014-2018. Sernatur).

Los turistas se desplazan en auto, incluso los extranjeros luego de arribar al destino, de la misma forma que el turista regional que acude a las fiestas costumbristas, o para festividades especiales. En relación al turista argentino, la gran mayoría arriba al país por carretera, y el turista de otros países se desplaza en automóvil o transporte colectivo ya dentro de la región.

Motivaciones de los turistas

Fuentes especializadas en turismo coinciden en que existe una gran variedad de factores que determinan las motivaciones de viaje del turista actual. Si hasta hace un par de décadas el factor principal lo constituía el precio, actualmente la decisión de viaje involucra aspectos como vivenciales, salud, personalización, actividades culturales, deportivas, etc. A continuación un resumen de los principales factores de motivación:

- **Local.** Preferencia por destinos con identidad comunitaria, local o cultural.
- **Seguridad.** Valorización y elección de destinos limpios y seguros.
- **Ecología.** Preferencia de destinos reconocidos como ecológicos o acreditados como tales.
- **Multigeneracional.** El incremento de viajes multigeneracionales se ha ido consolidando como tendencia, donde abuelos y padres financian viajes en conjunto con jóvenes y niños.

- **Personalización.** Elección de lugares para vacacionar alejado del turismo de masas.
- **Vida sana.** Incremento de destinos enfocados en salud y bienestar.
- **Aventura.** Turismo de intereses especiales, con incremento de actividades que incorporan, naturaleza, cultura y *outdoor*.
- **Digitalización.** La información digitalizada, disponible en línea, conduce a turistas a nuevos lugares dentro del destino principal.
- **Tecnología.** Uso intensivo de internet, aplicado a la tecnología celular previo, durante y después de cada viaje.
- **Sabores.** Incremento del turismo gastronómico que buscan el sabor diferenciador de cada destino.
- **Estatus.** Aumento de viajes y experiencias como estatus social que remplazan el consumo material.
- **Deporte.** Incremento de turismo para participar o presenciar eventos deportivos.
- **Bleisure.** Nueva categoría, concepto inglés que implica que se combinan intereses de negocios (*business*) y de placer (*leisure*).
- **Redes sociales.** Utilización de las redes, donde los turistas comparten sus viajes, incorporando opinión.
- **Asia.** Oportunidades desde Asia, con viajeros que crecen año a año. 84 millones de turistas chinos viajaron al extranjero según estadísticas de 2014.
- **P2P.** Irrupción del turismo compartido, colaborativo o p2p (*peer to peer* - red entre pares, para compartir e intercambiar información de forma directa sin clientes ni servidores fijos) que está transformando la demanda y la oferta del mercado turísticos, en base a plataformas basadas en internet, prácticamente “sin” intermediarios.

Las motivaciones relacionadas a la naturaleza, cultura y vivenciales pueden ser satisfechas por la oferta de la comuna, no obstante aún existen brechas importantes en relación a las relacionadas con el desarrollo de infraestructura, tecnológico y digital.

Nacional

Desde el punto de vista de la economía, el turismo aporta significativamente en el país. El turismo responde por un 3,3% directo al PIB y aporta el 7% al empleo en forma directa. La mayoría de las empresas turísticas son Pymes, con un 95% de micro, pequeñas y medianas empresas, en las cuales el 58% de los puestos laborales son ocupados por mujeres. (Cuenta Pública Sernatur, 2019).

En relación a los visitantes extranjeros, de acuerdo a la Federación de Empresas de Turismo de Chile al país habrían arribado 5 millones 700 mil turistas en 2018. Esta cifra representa una caída de 11%

en relación al año 2017, cuando se alcanzó un récord de 6 millones 400 mil visitantes internacionales. La Subsecretaría de Turismo informa que el año 2019 llegaron a Chile de 4 millones 500 mil turistas extranjeros. Esta cifra representa una disminución de 21,1% respecto de 2018.

La pandemia Covid-19, ha significado una importante disminución de visitantes extranjeros. “De acuerdo con las cifras entregadas por la Subsecretaría de Turismo, en dicho mes llegaron 168.261 turistas extranjeros al país. Con ello, entre enero y marzo de este año han visitado el país 1.077.102 foráneos, una contracción de 29% comparado al mismo período del año anterior cuando se registraron 1.516.954 visitas”. (Diario Financiero 27.04.2020).

De acuerdo a las proyecciones, la pandemia dejará de azotar al planeta cuando esté disponible una vacuna, lo que implica que la economía volverá a una normalidad relativa, aunque no todo volverá a ser como antes, incluyendo a la industria del turismo.

Chile ha realizado grandes avances para captar una mayor cantidad de visitantes extranjeros aunque está lejos de los gigantes del turismo mundial. Durante el año 2017 Francia recibió 86,9 millones de turistas, seguido de España con 81,8 millones y en tercer lugar Estados Unidos con 75,9 millones. En la región destaca México con casi 40 millones de visitas. En Sudamérica se ubica Argentina en primer lugar con 6,7 millones, la sigue Brasil con 6,5 millones, sobre Chile con 6,4 millones durante ese año.

Aunque el país todavía tiene un alto potencial de crecimiento del turismo, en rigor su perfil se aleja del turismo de masas. En efecto, los turistas extranjeros valoran en primer lugar la naturaleza del país, y la cultura local. De hecho Chile ha obtenido prestigiosos premios a nivel internacional que potencian su imagen de naturaleza, aventura y cultura, según la Cuenta Pública Sernatur 2019:



“Mejor destino de turismo aventura mundial”. Cuarto año consecutivo.



“Mejor destino de turismo aventura de Sudamérica”. Cuarto año consecutivo.



“Mejor destino romántico de Sudamérica: Desierto de Atacama”. Segundo año consecutivo.



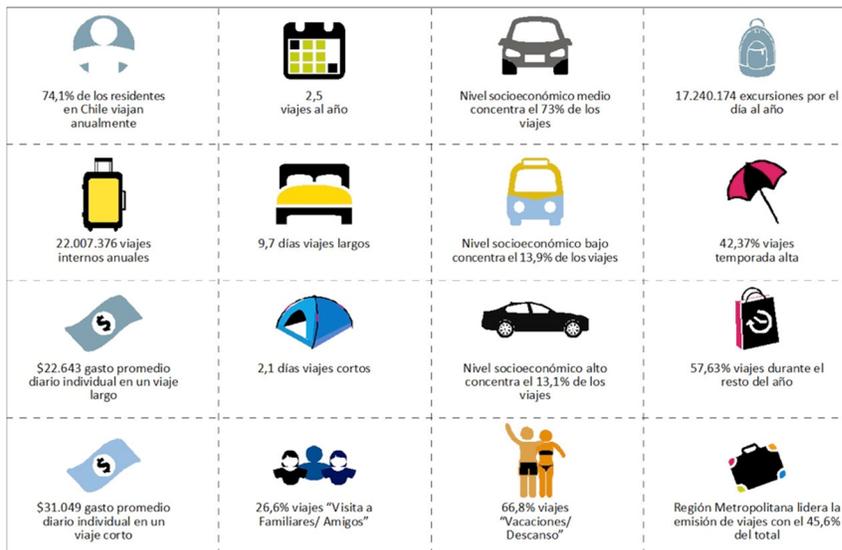
“Mejor Destino Verde de Sudamérica”. 26^o versión de los WTA

Turismo interno

El primer Estudio Longitudinal de Turismo Interno del país (Sernatur, 2018) reveló datos inéditos respecto al perfil de los turistas nacionales. Las cifras gruesas revelan que los chilenos y residentes en el país realizan 22.007.376 viajes anuales con al menos una noche de pernoctación en los diferentes destinos del país. El 42,4% de estos viajes se realizan durante la temporada alta y un 57,6% durante el resto del año. En relación a excursiones o viajes por el día, se estiman que se realizan 17.240.174 excursiones anuales a lo largo de Chile.

La siguiente Ilustración 5 resume las principales estadística que arrojó el estudio del Sernatur:

Ilustración 5. Turismo interno en cifras.



Fuente: Estudio Longitudinal de Turismo Interno del País. Sernatur 2018.

Turismo en San Pablo

De acuerdo a la planificación se realizaría encuestas a turistas, especialmente durante festividades y fiestas costumbristas programadas. Lamentablemente producto de la pandemia y las medidas de confinamiento de la comuna, estas actividades programadas no se realizaron, el desplazamiento interno se interrumpió y en la práctica no hubo temporada alta de turistas.

En ese contexto, se encuestó en 3 oportunidades, en la plaza de San Pablo, en la isla Santa Elvira y en el sector de transporte fluvial de Trumao, a un total de 9 turistas. Se debe considerar que debido a la excepcional situación de pandemia, el actual muestreo del arribo de los turistas no puede ser representativo como lo sería una temporada en tiempos normales. Por ello, este análisis se complementó con los datos obtenidos en terreno por el anterior estudio de turismo "Estudio Actividad Turística (EAT) Comuna de San Pablo". El levantamiento de información de ese estudio se realizó en febrero de 2018, en el centro de la Villa de San pablo y en actividades costumbristas, encuestándose a 275 personas. Aunque el cuestionario aplicado difiere en ambos estudios, los ítems relevantes son comparables.

Perfil de turista

Los turistas que llegan al territorio son mayoritariamente nacionales (96% en 2018 vs 100% el presente año) y principalmente de la misma Región de Los Lagos (53% vs 78%). Si bien la tendencia de atracción de solo turista nacional es clara, la proporción de turistas de la misma Región está probablemente determinada por la situación pandemia.

El 51% de los turistas encuestados en 2018 fueron mujeres, vs 78% en 2021 y de edades mayoritariamente en el rango adultos (30-59 años) coincidiendo en ambos estudios, aproximadamente un 65% en 2018 vs 66% este año. En cuanto a la ocupación de los turistas en San Pablo, el 74% trabajaba en 2018, vs el 67% actual.

Permanencia

El tiempo de permanencia de 1 semana o menos de los turistas en el estudio anterior fue del 71%, siendo los resultados de 2021 que ningún turista permanece más de 1 semana. Posiblemente por la pandemia, la estadía de los turistas este año es más corta que en años normales, no obstante se debe considerar que en estos resultados, aunque no representativos estadísticamente, incide además la escasa oferta de alojamiento en la comuna, lo que se refleja en que en 2018 el 61% se alojó en casa de familiares o amigos.

Motivación

En esta oportunidad todos los turistas habían visitado la comuna más de 3 veces lo que puede ser explicado tanto por la cercanía como por lo atractivo de la comuna. Ya en la comuna, los turistas han visitado principalmente la Villa San Pablo, Trumao y la Isla Santa Elvira.

En cuanto a cómo se enteraron los turistas sobre los atractivos de la comuna, en 2018 el 49% respondió que por familiares y amigos, vs el 89% actual.

Lo que motivó el viaje de los turistas en 2018 fue principalmente vacaciones y recreación (70%) de los cuales el 31% lo hizo por el Festival de la Cereza, evento que en esta temporada no pudo realizarse. En 2021 también ocio, recreación y vacaciones fueron mayoría con un 57%.

Características del viaje

Los principales atractivos de la comuna según sus visitantes son sus atractivos naturales (89%) y la seguridad (44%) y tranquilidad (78%). En 2018, un 63% utilizó servicios de alimentación, con el 51% consumido en stands de fiestas costumbristas, vs el 44% de 2021.

Preferencias

Las principales actividades que los turistas encuestados en 2021 prefieren realizar corresponde a visitar áreas naturales, participar en actividades productivas y practicar diversos deportes. En 2018 dicen preferir los eventos: artísticos 49% y gastronómicos 28%.

Satisfacción

Al consultar en este estudio por la satisfacción sobre diferentes ítems, lo que menos satisface es la oferta de servicios y los más valorado es la accesibilidad y la hospitalidad. Si bien es algo que no se consultó en el estudio de 2018, en las respuestas espontáneas allí consignadas, también se destaca la hospitalidad: *personas muy amables y cariñosas; las personas son muy cariñosas, amables y de buen corazón; personas muy amables.*

Consultados este año sobre sus expectativas respecto a qué vino a buscar y qué no encontró, desconexión y tranquilidad recibieron un 46% y no encontraron un supermercado más grande (30%) y en un mismo porcentaje se encontró todo lo que se buscaba.

2.8 Actores clave

El levantamiento de actores clave para la planificación y el desarrollo del sector turismo en la comuna de San Pablo se ha realizado hasta el momento mediante información secundaria, proveniente del Pladeco 2019 – 2024 y de la información proporcionada por el Encargado de Turismo de la Municipalidad, constituyéndose un listado de personas provenientes del municipio encabezados por el Alcalde, de la política representada por la Diputada sampablina y concejales municipales, del sector público, consultores, de la academia, de las organizaciones civiles y de los pueblos originarios.

Se aplicaron encuestas virtuales y entrevistas a actores y actrices relevantes para la discusión del turismo en la comuna. Esta metodología permitió adaptarse a las restricciones sanitarias, coincidir de mejor manera con los tiempos de los encuestados y obtener los datos en línea. Se enviaron encuestas a 40 personas de los ámbitos público, privado (incluyendo a PST), político y comunitario. De ellos respondieron 33, equivalente al 82,5%.

Los resultados de la encuesta se entregan en Anexo Resultado Encuesta a Actores Clave. Las siguientes corresponden a los comentarios libres en torno a sus impresiones del desarrollo del turismo en San Pablo:

- *Todas mis respuestas han sido en mi calidad de dirigente de mi comunidad, dejo en claro que no pertenecemos al consejo de comunidades.*
- *Me alegra que haya un buen camino cultural e histórico que poder disfrutar y poder mostrar a otros lo bello de mi comuna.*
- *San Pablo es una linda comuna mayoritariamente rural, que necesita todo lo contestado o destacado para su desarrollo turístico. Necesita posicionarse a nivel nacional, contar el relato histórico de la comuna tanto de las misiones como de la historia desde la época de los españoles, el uso del río, infraestructura de calidad para alojarse (no necesariamente algo caro, si no sencillo, buen estándar) y capacitar y enseñar a sus habitantes cómo ofrecer el turismo y los lugares lindos que tienen. No sólo es la municipalidad quien debe difundir. Sus emprendedores y habitantes también. Yo que soy de Osorno, desconozco la mayoría de sus fiestas. La difusión es primordial y destacarse ya que fiestas costumbristas hay muchas.*
- *La historia williche siempre va a ser importante. Muchos extranjeros buscan esta experiencia.*
- *Éxito San Pablo!"*
- *Desarrollar un departamento del turismo sampablino, con dedicación exclusiva.*
- *La infraestructura es más importante ahora por la pandemia. La asociatividad depende de las personas, pero se consiguen más cosas asociados.*
- *Se debe resolver lo de la formalización de emprendedores para el éxito del desarrollo turístico.*
- *Falta una organización que reúna a todos los potenciales prestadores de servicios y actividades turísticas liderados por la Ilustre Municipalidad*

- *Es bueno para el futuro, es representatividad, protección del patrimonio, valoración de la naturaleza.*
- *Me parece excelente que se le dé una mayor importancia al turismo y las tradiciones de la comuna, ya que esto potencia el sentido de pertenencia de los habitantes, además de otorgar mejoras en los lugares característicos y atractivos de San Pablo. Y por último esto puede ir en directo beneficio de quienes viven del turismo, la gastronomía local, etc.*
- *Si bien se reflejan muchas actividades turísticas, las infraestructuras viales no son las mejores, haciendo muy difícil que llegue gran cantidad de público porque no todos cuentan con los medios para hacerlo y quizás falte más promoción y difusión.*
- *Felicitaciones a todos.*
- *Motivación a todos los actores de la comunidad, charlas o cursos de guías turísticas*
- *San Pablo tiene un gran potencial a desarrollar.*
- *Espero que el turismo sampablino sea reconocido a nivel regional y nacional.*
- *Relevar la importancia de la formalización, especialmente los artesanos deben recibir aportes que sean fiscalizados. Las mujeres de San Pablo impulsan la actividad turística (80%).*
- *Es relevante contar con difusión y publicidad que visualicen el valor turístico y cultural de la comuna. Además contar con un presupuesto coherente con la realización de actividades turísticas de calidad.*
- *Falta un espacio de reunión y oferta de los productos artesanales. Pandemia: mantener parques nacionales y similares abiertos.*

3. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS, CAUSAS Y EFECTOS

Problemas

Para aproximarse a la visión expresada o deseada en el Pladetur es necesario identificar los problemas de la comuna, que a su vez permita construir una estrategia que oriente al Plan de Desarrollo turístico, que entre otros aspectos permita superar o al menos disminuir las brechas identificadas para este periodo.

Los problemas inicialmente identificados son los siguientes:

1. Falta difusión de la comuna.
2. Falta un camping.
3. Hay que habilitar un lugar de recreación, una playa que permita bañarse en el río.
4. Falta un letrero de entrada que destaque la cultura mapuche williche.
5. Existe deficiente conectividad digital y terrestre (en algunos lugares solo se puede llegar en vehículos 4x4).
6. Algunas comunidades cuestionan la utilización de la cultura mapuche williche en relación al turismo.
7. Hay que tener embarcaderos, porque el turismo se basa en el potencial del río, el río es una carretera.

8. Hay que capacitar en habilidades en temas de turismo con formación de capacidades que permita, por ejemplo, desarrollar proyectos.
9. Hay que desarrollar la asociatividad entre los territorios de San Pablo
10. Hay que definir una puerta de entrada.

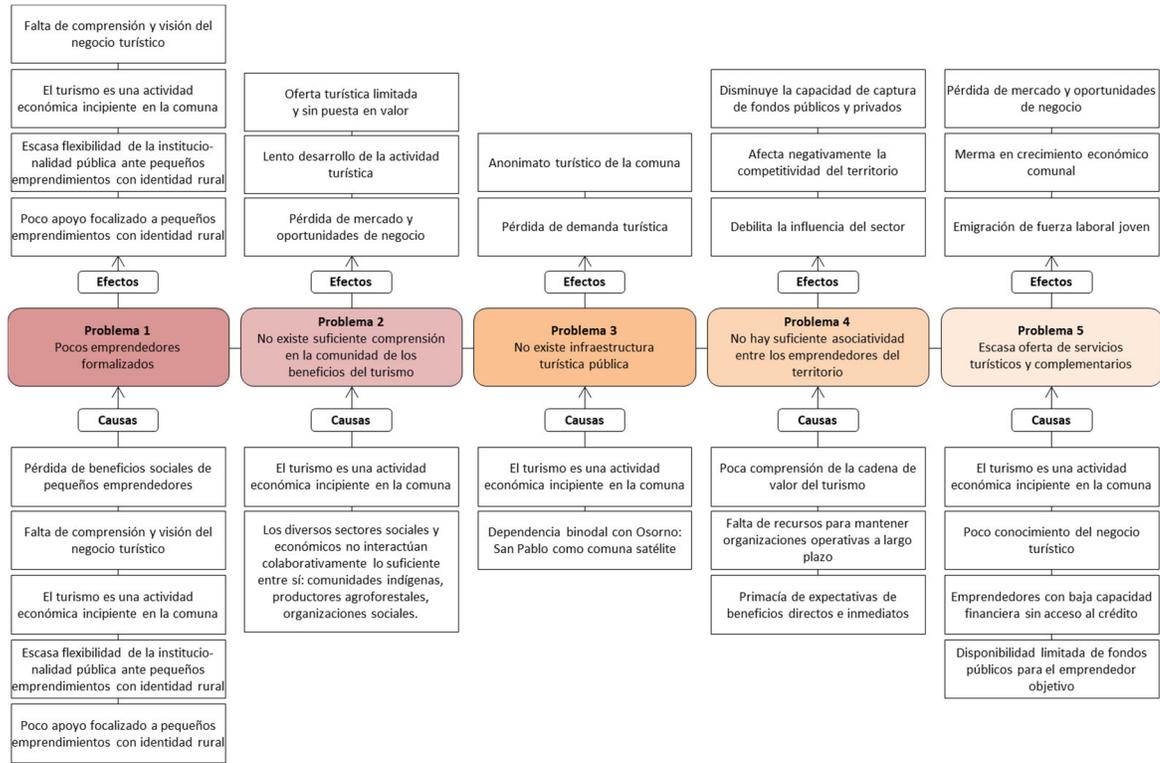
De dichos problemas se consensan 5 considerados como más relevantes para la comuna en su conjunto, y además se reformulan con el objetivo de captar la raíz del problema turístico identificado. Luego estos son jerarquizados utilizando la matriz de Vester, que identifica los elementos más críticos en función de la interdependencia que existe entre los problemas tratados. El ejercicio permitió la siguiente jerarquización:

1. Pocos emprendedores formalizados
2. No existe suficiente comprensión en la comunidad de los beneficios del turismo
3. No existe infraestructura turística pública
4. No hay suficiente asociatividad entre los emprendedores del territorio
5. Existe escasa oferta de servicios turísticos y complementarios.

Problemas, sus causas y efectos

En atención a obtener los objetivos estratégicos para la superación de brechas en el desarrollo turístico, se hizo un análisis causa efecto de los problemas principales, como se presenta en la Ilustración 6:

Ilustración 6. Análisis causa – efecto de los principales problemas en el desarrollo turístico comunal.



Esta figura se resume en la siguiente Tabla 1:

Tabla 1, Análisis de problemas, causas y efectos.

Problemas	Causas	Efectos
1. Pocos emprendedores formalizados	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de beneficios sociales de pequeños emprendedores • Falta de comprensión y visión del negocio turístico • El turismo es una actividad económica incipiente en la comuna • Escasa flexibilidad de la institucionalidad pública ante pequeños emprendimientos con identidad rural • Poco apoyo focalizado a pequeños emprendimientos con identidad rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduce riesgos en el desarrollo del negocio: multas, discontinuidad • Introduce desconfianza en el mercado • Merma en recaudación de fondos municipales • Disrupción con la institucionalidad pública: fiscalización, subsidios
2. No existe	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es una actividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de mercado y oportunidades de negocio

Problemas	Causas	Efectos
suficiente comprensión en la comunidad de los beneficios del turismo	<p>económica incipiente en la comuna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los diversos sectores sociales y económicos no interactúan colaborativamente lo suficiente entre sí: comunidades indígenas, productores agroforestales, organizaciones sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lento desarrollo de la actividad turística • Oferta turística limitada y sin puesta en valor
3. No existe infraestructura turística pública	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es una actividad económica incipiente en la comuna • Dependencia binodal con Osorno: San Pablo como comuna satélite 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de demanda turística • Anonimato turístico de la comuna
4. No hay suficiente asociatividad entre los emprendedores del territorio	<ul style="list-style-type: none"> • Poca comprensión de la cadena de valor del turismo • Falta de recursos para mantener organizaciones operativas a largo plazo • Primacía de expectativas de beneficios directos e inmediatos 	<ul style="list-style-type: none"> • Debilita la influencia del sector • Afecta negativamente la competitividad del territorio • Disminuye la capacidad de captura de fondos públicos y privados
5. Escasa oferta de servicios turísticos y complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es una actividad económica incipiente en la comuna • Poco conocimiento del negocio turístico • Emprendedores con baja capacidad financiera sin acceso al crédito • Disponibilidad limitada de fondos públicos para el emprendedor objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Emigración de fuerza laboral joven • Merma en crecimiento económico comunal • Pérdida de mercado y oportunidades de negocio.

4. ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN SAN PABLO

En un análisis de fortalezas, oportunidades, desafíos y amenazas para el desarrollo del turismo en la comuna de San Pablo se tiene el siguiente análisis general (Tabla 2):

Tabla 2. FODA problemática del turismo en San Pablo.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación privilegiada entre dos regiones turísticas del sur austral de Chile.• Identidad rural viva desarrollada desde hace siglos.• Reconocida y valorada herencia mapuche williche.• Reconocida y valorada herencia cultural hispana, europea y mestiza.• Ambiente seguro y tranquilo donde destaca la amabilidad de su gente.• Tradición fluvial con importantes ríos y humedales.• Territorio rural con múltiples localidades pequeñas y de fácil acceso.	<ul style="list-style-type: none">• Favorables tendencias turísticas globales del Turismo de Intereses Especiales, que busca lugares con naturaleza y cultura local viva.• Inversión pública para reactivación post pandemia.• Revalorización de la cultura indígena y rural.• Tendencia en aumento de segunda vivienda en territorios rurales.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Comunidades indígenas que no se han sumado a participar en la actividad turística.• Escasa y poco diversificada oferta turística, con dispar nivel de calidad.• Baja inversión pública y privada en desarrollo turístico.• Pocos recursos turísticos puestos en valor.	<ul style="list-style-type: none">• Fuerte competencia de destinos turísticos consolidados próximos al territorio.• Baja del poder adquisitivo de sectores medios a nivel país.

4.1 Visión

Con vistas a definir con claridad una estrategia efectiva para el territorio, es necesario disponer de una visión o imagen objetivo local, que considere lo global, nacional y regional, que fue definida de forma colaborativa entre los actores del sector y las autoridades administrativas y sectoriales, en cuanto a qué esperan del desarrollo turístico de la comuna en un futuro a mediano plazo.

En el análisis de la actividad turística trabajado con actores clave en el taller focal, se identificaron los valores que caracterizan a la comuna, y que se desean comunicar, desde el punto de vista del turismo, consensuándose los siguientes valores:

- La comuna tiene valores culturales y geográficos.
- La población y cultura indígena mapuche williche, es un valor fundamental de la comuna.
- La cosmovisión de la cultura mapuche williche.
- Valor agro-fluvial, donde el río es una fuente turística y comunica a las comunidades.
- Valores fundamentales son las actividades agrícolas, lechería y ganadería, donde destaca la cereza como un sello identitario, por ejemplo con su festival.
- La comuna de San Pablo se destaca por la hospitalidad de su gente, su tranquilidad y seguridad.

En relación a cómo queremos que la comuna sea visualizada a futuro, se registraron las siguientes aspiraciones:

- Con un desarrollo sustentable, un crecimiento armónico con la ecología.
- Queremos para el futuro que San Pablo progrese.
- Con un turismo que incorpora a las familias indígenas.
- Los humedales, la fauna (aves) y ecología como patrimonio, han sido puestos en valor y protegidos.
- La artesanía y los artesanos fortalecen el turismo.
- Somos una comuna mapuche williche, con patrimonio cultural, que muestra la cultura de la zona y comunidades.
- La comuna valora y presenta un patrimonio religioso desde su historia (misiones) y desde su práctica de ceremonias y cosmovisión mapuche.
- La comuna ha puesto en valor los oficios ancestrales.

En virtud de lo anterior, la visión o imagen objetivo que los actores relevantes construyeron para el desarrollo turístico de San Pablo es:

“La comuna de San Pablo es un destino turístico de alcance regional y nacional, con proyección internacional, que destaca por su oferta de calidad. Sus habitantes están orgullosos de su herencia mapuche williche y pluricultural, así como de su patrimonio natural, con sus ríos como parte de su identidad histórica y presente. San Pablo acoge al turista con la amabilidad y generosidad de su gente, sus visitantes recorren sus ríos, visitan sus humedales, disfrutan de sus productos agrícolas típicos y comparten su cultura ancestral y diversa, en tranquilidad y seguridad. Las y los sampablinos aspiran a construir una comuna líder en turismo comunitario, rural e indígena, que beneficie a todos sus habitantes, en armoniosa cooperación de la ciudadanía, el sector privado y el sector público, acompañados por la activa gestión municipal.”

Comprometiéndose para alcanzar esta visión de desarrollo a generar un desarrollo sustentable e integrador y a proteger y poner en valor el patrimonio natural y pluricultural.

Así mismo se discutió sobre un nombre simbólico para la comuna (marca turística), que unifique los mundos de San Pablo, concordando en la denominación ya propuesto en el PLADECO de 2018: San Pablo de Tralmahue, haciendo además mención a que su localización actual se encuentra en las tierras antiguas del Cacique Panguinamun.

4.2 Ejes, lineamientos y objetivos estratégicos

Región de Los Lagos

Desde una estrategia de innovación, la Región ha sido declarada como “Territorio de Potencia Alimentaria y Turística Sustentable” que implica la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo sustentable, resguardando la identidad turística local. (Plan de Acción Región de Los Lagos. Sector Turismo 2014-2018. Sernatur).

Los Lagos es la cuarta región en superficie del país, que integra una gran riqueza en recursos naturales, paisajísticos, culturales con variadas identidades locales. La región cuenta con un importante acervo cultural y patrimonial como resultante de su historia milenaria que ha construido su actual diversidad cultural, destacando:

- Iglesias de Chiloé. Patrimonio de la Humanidad.
- Yacimientos arqueológicos y paleontológicos de Monte Verde y Pilauco, como los asentamientos humanos datados como los más antiguos de América.
- La arquitectura, gastronomía y costumbres heredadas de las culturas española, chilota, williche y alemana y sus particulares combinaciones.

La importancia de la cultura de la región se resalta en la Política Regional de Turismo 2015-205:

“Esta cultura regional tiene también manifestaciones populares renombradas como las fiestas costumbristas y religiosas que se celebran en diversos puntos de la región y que constituyen un atractivo singular, junto con el reconocimiento de una gastronomía propia certificada con el sello SIPAM o diversos sellos de origen y la artesanía”. (Política Regional de Turismo 2015-205. GORE Los Lagos).

El Plan de Acción Región de Los Lagos. Sector Turismo 2014-2018 (SERNATUR), en base a sus atractivos y riqueza culturales, definió como imagen objetivo un “Turismo de Naturaleza con condiciones propicias para desarrollar un Turismo de Intereses Especiales, TIE”.

La vigente Política Regional de Turismo de la región considera 6 ejes estratégicos de acción, bajo una perspectiva de sustentabilidad. Ilustración 7. Estos ejes están interrelacionados como un proceso para transformar los atractivos regionales en productos competitivos en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

Ilustración 7. Ejes estratégicos de desarrollo turístico, Región de Los Lagos.



Fuente: Política Regional de Turismo 2015-2025. GORE Los Lagos.

Comuna de San Pablo

En la determinación de los objetivos estratégicos, se identificaron cinco problemas principales para el desarrollo sostenible del turismo en la comuna:

1. Pocos emprendedores formalizados
2. No existe suficiente comprensión en la comunidad de los beneficios del turismo
3. No existe infraestructura turística pública
4. No hay suficiente asociatividad entre los emprendedores del territorio
5. Escasa oferta de servicios turísticos y complementarios

En el caso de San Pablo, con un desarrollo incipiente de la actividad turística, se plantea un avance paulatino en la consecución de los ejes estratégicos definidos por la Región de Los Lagos, definiéndose en esta etapa como estratégicos para la comuna los siguientes ejes:

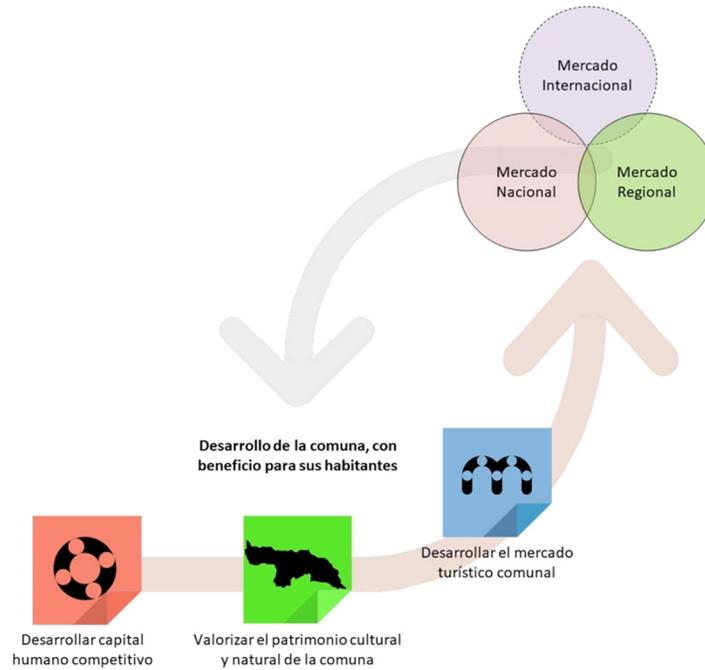
- Capital humano
- Patrimonio cultural y natural
- Mercado turístico comunal

Los lineamientos estratégicos asociados a estos ejes corresponden a cómo abordar los objetivos que se quieren alcanzar. En consecuencia, la resolución de los problemas que enfrenta en la comuna para el desarrollo del turismo, corresponde a los objetivos a alcanzar, que se cumplen al menos con la ejecución de las acciones propuestas. En el siguiente acápite se presenta el plan de acción para la resolución de la problemática identificada por los actores relevantes.

De acuerdo a lo anterior, la estrategia para un desarrollo sostenible, dirigida a alcanzar el mercado regional y nacional del turismo de intereses especiales, implica un trabajo mancomunado en

desarrollar los ejes estratégicos (Ilustración 8), llevando a cabo el plan de acción que se presenta en el siguiente acápite.

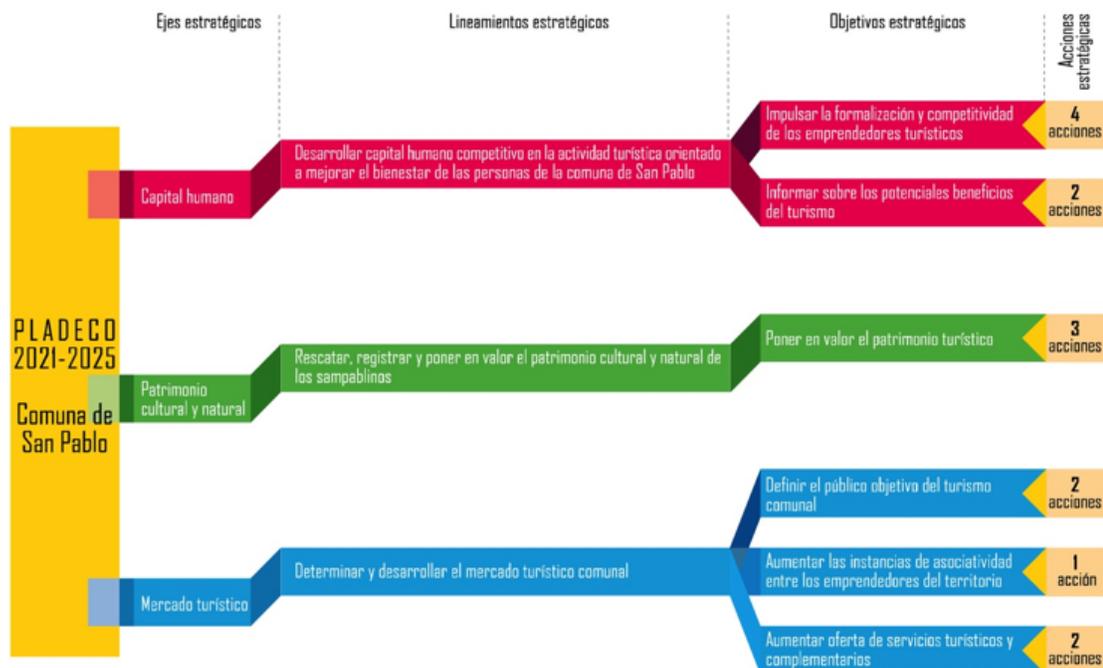
Ilustración 8. Resumen de estrategia.



5. PLAN DE ACCIÓN

El plan de acción se radica en los 3 ejes estratégicos definidos para la comuna, dando lugar a lineamientos por cada eje, que a su vez amparan los objetivos estratégicos a lograr para el levantamiento de brechas. Para el logro de los objetivos se han determinado un total de 14 acciones estratégicas. Una síntesis de lo anterior se muestra en la Ilustración 9:

Ilustración 9. Resumen esquemático del Plan de Acción.



La tabla siguiente presenta las acciones del plan de acción del Pladetur para la comuna de San Pablo con un horizonte 2021 – 2026.

Ejes estratégicos	Lineamientos estratégicos	Objetivos estratégicos	Acciones estratégicas
A. Capital humano	Desarrollar un capital humano competitivo en la actividad turística orientado a mejorar el bienestar de las personas de la comuna de San Pablo	Impulsar la formalización y competitividad de los emprendedores turísticos	<p>A.1 Establecer alianzas entre los sectores público, privado y la academia para facilitar, financiar, apoyar y hacer seguimiento al proceso de formalización de pequeños emprendedores turísticos.</p> <p>A.2 Formación en actividades turísticas con potencial competitivo (guías turísticos, entrenadores de deportes acuáticos).</p> <p>A.3 Rescate y recreación de las expresiones artísticas tradicionales e innovadoras de la culturas mapuche williche, rural y comunitaria.</p> <p>A.4 Generar un sistema de gobernanza</p>

Ejes estratégicos	Lineamientos estratégicos	Objetivos estratégicos	Acciones estratégicas
			público privado.
		Informar sobre los potenciales beneficios del turismo	<p>A.5 Establecer una campaña comunicacional comunal sobre los beneficios de la actividad turística.</p> <p>A.6 Implementar un plan de formación participativa sobre la actividad turística para emprendedores reales y potenciales, incorporando a comunidades indígenas, organizaciones culturales y sociales y a sectores económicos compatibles con el turismo.</p>
B. Patrimonio cultural y natural	Rescatar, registrar y poner en valor el patrimonio cultural y natural de las y los sampablinos	Poner en valor el patrimonio turístico	<p>B.1 Sistematizar y exhibir la historia de los habitantes de la comuna en registros escritos y audiovisuales de exhibición física y virtual.</p> <p>B.2 Implementar un plan de inversión de infraestructura pública orientada al turismo con identidad sampablina, que mejore el acceso a los recursos turísticos.</p> <p>B.3 Generar una línea de diseño con identidad para la infraestructura turística.</p>
C. Mercado turístico	Determinar y desarrollar el mercado turístico comunal	Definir el público objetivo del turismo comunal	<p>C.1 Establecer al turismo de intereses especiales nacional y regional como mercado objetivo.</p> <p>C.2 Establecer como sello identitario al turismo comunitario, rural y sustentable.</p>
		Aumentar las instancias de asociatividad entre los emprendedores del territorio	C.3 Impulsar y facilitar de parte del municipio, la asociatividad de los emprendedores turísticos en sus diferentes niveles de desarrollo, que integre a los distintos actores culturales, sociales y gremiales con base en el encadenamiento productivo de la actividad turística.

Ejes estratégicos	Lineamientos estratégicos	Objetivos estratégicos	Acciones estratégicas
		Aumentar oferta de servicios turísticos y complementarios	<p>C.4 Impulsar y facilitar de parte del municipio, la institucionalidad pública y las asociaciones gremiales la generación de servicios turísticos y complementarios de calidad en la comuna.</p> <p>C.5 Diseñar una campaña de difusión turística de la comuna resaltando sus valores naturales (ríos y humedales), y culturales (tradiciones campesinas y herencia mapuche willeche).</p>



Lodge sector de Currupulli

5.1 Fuentes de financiamiento

Las iniciativas necesarias para implementar un Pladetur exitoso deben ser naturalmente financiadas, tanto con fondos públicos como privados, siendo no obstante relevante en una primera fase los fondos públicos. La tabla a continuación entrega un resumen de los fondos concursables que aplicarían para el financiamiento de los programas y proyectos propuestos.

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
<p>Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)</p> <p>Subsecretaría de Desarrollo Regional</p> <p>Fuente: Subdere.cl</p> <p>“...FNDR, el cual corresponde al único instrumento financiero de inversión pública de decisión regional” Manual Operativo Fondo Nacional de Desarrollo Regional FNDR (2013)</p>	<p>El FNDR es "un programa de inversiones públicas, con fines de compensación territorial, destinado al financiamiento de acciones en los distintos ámbitos de infraestructura social y económica de la región, con el objetivo de obtener un desarrollo territorial armónico y equitativo".</p> <p><i>Los proyectos que postulan a este financiamiento pueden ser presentados por los municipios, servicios públicos o empresas del Estado, los cuales a su vez deberán ser sometidos al Sistema Nacional de Inversiones (SNI) y ser recomendados por la Secretaría Regional de Planificación y Coordinación (SERPLAC) o el Ministerio de Planificación y Coordinación (MIDEPLAN), de acuerdo a los montos y las metodologías de evaluación técnico económica de dicho sistema.</i></p>	<p>* Eficiencia y Emergencia * Patentes Mineras * Infraestructura Educativa * Electrificación Rural * Ley de Drogas * Compensación Inversión Sanitaria * Fortalecimiento Institucional * Desarrollo Urbano * Caminos Secundarios * Salud * Mejoramiento de Barrios * Turismo Chiloé – Palena * Agua Potable Rural * Desarrollo Rural.</p> <p>¿Qué iniciativas financia? El FNDR financia todo tipo de iniciativas de inversión (estudios básicos, programas y proyectos) de cualquier sector de inversión pública (educación, cultura, salud, deporte, etc.), las cuales deben enmarcarse dentro de la normativa del Sistema Nacional de Inversiones (SNI) y considerar las restricciones establecidas en la Ley de Presupuestos del Sector Público de cada año. Será el Consejo Regional (CORE) de cada región, quien apruebe la inversión de los recursos en las regiones, según lo dispuesto en los artículos 76 y 77 de la Ley N° 19.175, y sobre la base de la propuesta que formula el Intendente.</p> <p>El FNDR, además, incorpora provisiones, que son recursos adicionales establecidos en la Ley de Presupuesto de cada año. Se trata de montos transferidos a las regiones para incentivar la inversión en sectores que se consideran prioritarios a nivel nacional. En este caso “se decide regionalmente solo los proyectos a financiar al interior de cada sector” 16, como ejemplo la decisión de ampliar un teatro existente o construir centros culturales en determinadas localidades o comunas. Manual Operativo Fondo Nacional de Desarrollo Regional</p>

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
		FNDR (2013)
<p>Programa Mejoramiento Urbano y equipamiento comunal (PMU)</p> <p>Ministerio del Interior. Subdere</p> <p>Fuente: Subdere</p>	<p>Es una fuente de financiamiento y apoyo a la comunidad que facilita el Ministerio del Interior, a través del equipo de la división de municipalidades de la SUBDERE, para proyectos de inversión en infraestructura menor urbana y equipamiento comunal. Sus principales fines son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colaborar en la generación de empleo 2. Mejoramiento de la calidad de vida de la población más pobre del país. 	<p>Los recursos del programa se destinan principalmente a obras del tipo construcción, reparación, mejoramiento, conservación, ampliación o reposición de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios higiénicos. • Sedes sociales. • Canchas deportivas y gimnasios municipales. • Pavimentación de calles, pasaje y aceras. • Electrificación y alumbrado público. • Muros de contención. • Áreas verdes, plazas y juegos infantiles. • Edificios municipales. • Adquisición y reposición de equipos electrógenos, garitas camineras, etc. • Sistemas particulares de captación de agua. • Entre otros.
<p>Fondo Social Presidente de la República (*Fondo con montos solo de \$ 300.000-\$1.500.000)</p> <p>Ministerio del Interior. Subdere</p> <p>Fuente: Municipalidad La Florida</p>	<p>El Fondo Social tiene por finalidad financiar proyectos destinados a prevenir o mitigar las condiciones de vulnerabilidad que afectan a grupos determinados de personas de bajos ingresos. Se priorizan aquellos proyectos que promuevan la asociatividad estable y solidaria de personas de bajos ingresos que, a través de actividades de prevención del delito, educativas, deportivas, culturales o productivas refuercen la capacidad del grupo y de</p>	<p>(1) FONDES (Fondos Desconcentrados). Destinados a financiar proyectos de organizaciones que son postuladas a través de las Gobernaciones Provinciales e Intendencias Regionales, las cuales cuentan con un marco presupuestario asignado anualmente.</p> <p>(2) FONDO NACIONAL Destinados a financiar proyectos que las organizaciones postulan a través de la convocatoria nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de equipamiento comunitario • Proyectos de implementación comunitaria

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
	<p>cada uno de sus integrantes para prevenir, mitigar o superar su situación de vulnerabilidad.</p>	
<p>Fondo Nacional de Seguridad Pública FNSP</p> <p>Ministerio del Interior y Seguridad Pública. Subsecretaría de Prevención del Delito</p> <p>Fuente: fnsp.gov.cl</p>	<p>Proyectos de prevención orientadas a modificar factores y condiciones de riesgo físico en lugares con alta concentración delictual, percepción de temor y vulnerabilidad físico-espacial. (Alarmas, Iluminación, otros)</p> <p>Proyectos de Intervención Social que buscan modificar y disminuir conductas socio-delictuales o violentas. (Promoción de derechos y asistencia a víctimas, Reinserción social, otros)</p>	<p>Pueden postular:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Municipios; • Asociaciones de Municipalidades inscritas en el Registro Único de Asociaciones Municipales de la Ley N°20.527; • Universidades; • Entidades privadas sin fines de lucro que tengan personalidad jurídica vigente.
<p>Fondo de Desarrollo Indígena</p> <p>Conadi</p> <p>Fuente: Conadi.cl</p>	<p>La lógica de la acción del Fondo de Desarrollo Indígena, está centrada en provocar un cambio en las condiciones de la población indígena para alcanzar los niveles de desarrollo deseados.</p> <p>FIN: Contribuir al desarrollo integral de personas, comunidades y organizaciones indígenas, aportando a la consolidación de una sociedad chilena más equitativa que respeta los derechos y valores culturales de los pueblos originarios.</p> <p>PROPÓSITO: Aumentar las dimensiones económica, cultural, ambiental y política del bienestar de las familias,</p>	<p><u>Componente 1:</u> El componente se denomina “Pre inversión para iniciativas de Desarrollo Indígena”. Financia estudios</p> <p><u>Componente 2:</u> Este componente se denomina “Gestión Social Indígena” y comprende cuatro líneas de intervención las cuales corresponden a: Planificación y Gestión Territorial. Generación de competencias sociales para emprender. Participación indígena. Asistencia Social.</p> <p><u>Componente 3:</u> “Fomento a la Economía Indígena”</p> <p><u>Componente 4:</u> El Componente se denomina “Apoyo a Predios Adquiridos y/o transferidos”</p> <p><u>Son beneficiarios</u> (as) del Fondo de Desarrollo Indígena: personas, comunidades pertenecientes a los diferentes Pueblos Originarios del país de distintos territorios indígenas, de Áreas de Desarrollo Indígena declaradas, usuarios (as) del Fondo de Tierras y Aguas de la CONADI y pertenecientes a grupos de población indígena</p>

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
	comunidades y organizaciones indígenas, mediante la elaboración, implementación y evaluación de programas y proyectos especiales (pertinencia cultural, identitaria y de género).	rural y urbana en condiciones de indigencia y pobreza.
Fondo de Cultura y Educación Conadi Fuente: Conadi.cl	El Fondo de Cultura y Educación fue creado el año 1995 en respuesta a las demandas de los Pueblos Indígenas de Chile, las cuales están enfocadas a la conservación y desarrollo de su patrimonio cultural material e inmaterial; y el establecimiento de las bases educacionales en beneficio de las nuevas generaciones y sus proyecciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo y Protección del Patrimonio Cultural Indígena. • Subsidio a la Capacitación y Especialización de Indígenas. • Difusión y Fomento de las Culturas Indígenas. • Aplicación del Diseño Curricular y Pedagógico Intercultural Bilingüe. • Recuperación y revitalización de las lenguas indígenas.
Programa de Infraestructura Rural para el Desarrollo Territorial (PIRDT) Subdere Fuente: Subdere , Goreloslagos.cl	El Programa PIRDT desarrolló la metodología “Formulación y Evaluación Plan Marco de Desarrollo Territorial (PMDT)”, cuya característica principal es que corresponde a una herramienta de identificación, planificación y evaluación de iniciativas de inversión desde un enfoque territorial que potenciarán el desarrollo productivo del territorio y/o subterritorio priorizado por el Gobierno Regional respectivo.	Posibilita inversión en sectores rurales semi concentrados y dispersos, a través de una cartera integrada de proyectos lo que viabiliza la inversión donde habitualmente los proyectos en forma independiente serían calificados con “baja rentabilidad” y no obtendrían la recomendación técnica – económica favorable (RS) en el SNI. <ul style="list-style-type: none"> -Agua Potable y Saneamiento (A.S.) -Caminos, Puentes y Pasarelas -Pequeñas Obras Portuarias -Electrificación (trifásica y monofásica) -Telecomunicaciones -Pre inversión en la tipología de Fomento Productivo
Programa de Energización	El Programa tiene como	a) Apoyar la ejecución de los proyectos,

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
<p>Subdere</p> <p>Fuente: Subdere</p>	<p>propósito contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades aisladas, rurales e insulares, reducir las migraciones y fomentar el desarrollo productivo a través de la provisión de infraestructura básica de energía y mejoramiento de la calidad de servicio eléctrico.</p>	<p>desarrollando acciones de coordinación con las instituciones públicas nacionales con competencia en temas pertinentes para los proyectos y supervisar la ejecución de éstos.</p> <p>b) Implementar y mantener un sistema de medición y seguimiento del desempeño y evaluación del Programa, que incluirá una base de datos con información sobre los indicadores de resultados del Programa y de las inversiones requeridas para su logro.</p> <p>c) Revisar que los proyectos financiados con recursos del Programa sean elegibles y cumplan, los requisitos definidos en la Guía Operativa del Programa.</p> <p>d) Autorizar las transferencias de fondos a los GOREs relativas a las inversiones de los proyectos, en el marco de los procedimientos FNDR.</p> <p>e) Solicitar a las Unidades técnicas, en caso que se considere pertinente, las bases de licitación para su autorización. Del mismo modo se podrá solicitar todo tipo de información sobre el proceso de licitación.</p> <p>f) Asegurar que la adquisición de los bienes, obras y servicios relacionados, y de servicios de consultoría indicados en la lista de gastos elegibles para el Programa, se realice bajo el marco de las normas de la República de Chile, consistente con los principios de: competencia, economía, transparencia y publicidad, igualdad, eficiencia, y debido proceso.</p>
<p>Fondo para el Reciclaje</p> <p>Ministerio del Medio Ambiente</p> <p>Fuente: fondoreciclaje.mma.gob.cl</p>	<p>Instrumento del Ministerio del Medio Ambiente, que nace como un mecanismo de apoyo a la Responsabilidad Extendida del Productor y busca promover hábitos más sustentables en el manejo de residuos, instalar conocimiento técnico y</p>	<p>Las propuestas ganadoras accederán a un financiamiento de \$12 millones para proyectos de sensibilización a la ciudadanía sobre la generación y la gestión de los residuos, y que potencien la inclusión de los recicladores de base. También se exige la adquisición de equipamiento. Mma.gob.cl</p>

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
	<p>contar con infraestructura apta para la separación y reciclaje. El Fondo está destinado a Municipalidades y Asociaciones de Municipalidades.</p>	
<p>Programa Reciclo Orgánicos</p> <p>Fuente: Mma.cl</p>	<p>Diseñado para reducir la cantidad de residuos orgánicos desechados en los rellenos sanitarios a través de la optimización de los procesos de gestión de residuos a nivel municipal que darán como resultado la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en la atmósfera.</p>	<p>Desde su lanzamiento, Reciclo Orgánicos ha destacado por participar en la creación de una cartera de proyectos municipales asociados a la gestión de residuos orgánicos, ya sea mediante sistemas de recolección domiciliaria o de grandes generadores como mercados y ferias. Actualmente, el Programa está apoyando a diferentes comunas con asistencia técnica para el desarrollo de proyectos, compra de maquinaria, capacitación a operarios e involucramiento de la comunidad para la puesta en marcha de proyectos de reciclaje de orgánicos. Proyectos desarrollados al 2020</p> <p>Mma.cl</p>
<p>Plan de recuperación económica de SUBDERE</p> <p>Fuente: Subdere</p>	<p>El plan “Paso a Paso, Chile se Recupera”, contempla una inyección extraordinaria de US\$ 105 millones al presupuesto 2021 de la Subdere, para que las municipalidades postulen a los programas de Mejoramiento Urbano y Equipamiento Comunal (PMU) y de Mejoramiento de Barrios (PMB).</p>	<p><u>Programa de Mejoramiento Urbano y Equipamiento Comunal (PMU)</u> Tiene como finalidad financiar iniciativas de inversión en infraestructura menor urbana y equipamiento comunal que ayuden al mejoramiento de la calidad de vida de los chilenos y colaboren en la generación de empleo local. Tiene como finalidad financiar iniciativas de inversión en infraestructura menor urbana y equipamiento comunal que ayuden al mejoramiento de la calidad de vida de los chilenos y colaboren en la generación de empleo local. Financia preferentemente proyectos que sean menores a \$60 millones. Iniciativas que superen este valor, deben contar con Recomendación Satisfactoria (RS) del Ministerio de Desarrollo Social y familia.</p> <p><u>Programa de Mejoramiento de Barrios (PMB)</u>. Tiene como finalidad financiar iniciativas que</p>

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
		ayuden a mejorar la calidad de vida de la población de escasos recursos a través del financiamiento de proyectos orientados a superar la brecha de acceso a servicios básicos, tales como agua potable, alcantarillado y electrificación, entre otros. Financia preferentemente proyectos que sean menores a 5.000 UTM. Iniciativas que superen este valor, deben contar con Recomendación Satisfactoria (RS) del Ministerio de Desarrollo Social.
GORE LOS LAGOS		
Fondo Regional de Iniciativa Local FRIL GORE Los Lagos Fuente: Goreloslagos.cl	El FRIL, financia – con recursos del FNDR – proyectos de inversión en infraestructura menor, ejecutados directamente por los municipios, bajo la recomendación técnica del Gobierno Regional y ante resolución del Consejo Regional, a proposición del Intendente.	El objetivo es financiar proyectos de infraestructura comunal, que mejoren la calidad de vida de la población más pobre de la comuna y que dicha iniciativa tenga presente el componente de participación ciudadana y género. Proyectos que financia el FRIL 1. De Servicios Básicos 2. De Vialidad Urbana 3. De Habilitación de Servicios Públicos 4. De Equipamiento Comunitario
Fondos Concursables FNDR Fuente: Goreloslagos	El objetivo general es “apoyar y financiar iniciativas ciudadanas que promuevan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones sociales. Entre los organismos que pueden postular se encuentran municipalidades y corporaciones municipales, instituciones privadas sin fines de lucro” (Coresantiago.cl)	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos 6% Deporte • Fondos 6% Cultura • Fondos 6% Social • Fondos 6% Comunidad Activa
Fondo de Innovación para la	La importancia de la realización de los concursos	5. REQUISITOS PARA PARTICIPAR. De acuerdo a la ley de Presupuestos del Sector Público año

Fondo/Institución	Descripción	Proyectos
<p>Competitividad FIC</p> <p>Fuente: Goreloslagos FIC</p>	<p>FIC radica en el trabajo con las organizaciones, grupos de emprendedores, académicos, investigadores, innovadores y miembros del sistema regional de innovación, y principalmente porque se busca a través de ellos, el levantamiento de desafíos territoriales, puntuales, de corto plazo, que obedezcan a lógicas de corto plazo, que permitan orientar los recursos con los que cuenta el Gobierno Regional de Los Lagos a través del Fondo de Innovación para la Competitividad, de manera que a través de estos desafíos, se pueda dar respuesta a inquietudes, problemáticas y solicitudes, a través de la innovación</p>	<p>2019, y lo establecido en su Glosa 5.2, las instituciones elegibles para financiamiento del Fondo de Innovación para la Competitividad, y para este concurso en particular, son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidades reconocidas por el Ministerio de Educación'. • Corporaciones de Desarrollo constituidas con participación del Gobierno Regional. • instituto de investigaciones Agropecuarias. • Fundación CSIRO Chile Research. • Fundación Fraunhofer Chile Research. • Fundación Chile. • Fundación Social Novo Milenio. • Fundación Empresarial Eurochile. • Fundación Chiquihue. • Centros Regionales de Desarrollo Científico y Tecnológico creados en el marco de las convocatorias realizadas por el Programa Regional de la Comisión Nacional de investigación Científica y Tecnológica (CONICYT). <p>De acuerdo al principio de libre concurrencia consagrado en el artículo 9', de la Ley N° 18.575, la postulación de iniciativas a la presente convocatoria de la Región de Los Lagos, queda abierto a Instituciones elegibles pertenecientes a todo el territorio nacional. (Fuente Bases Concurso 2019)</p>
<p>Programas</p> <p>Diferentes programas del Gobierno regional.</p> <p>Fuente: Goreloslagos</p>	<p>Los programas son una serie de actividades planeadas que involucran un accionar más amplio que un proyecto. No necesariamente involucran inversiones y su período de ejecución es a menudo más largo que el de un proyecto. Un programa puede constituirse por un conjunto de proyectos que buscan la realización de varios objetivos.</p>	<p>Puesta en Valor del Patrimonio</p> <p>P.I.R.D.T.</p> <p>Saneamiento Rural</p> <p>Producción Limpia</p> <p>PMU</p> <p>Residuos Sólidos</p> <p>Electrificación Rural</p>