

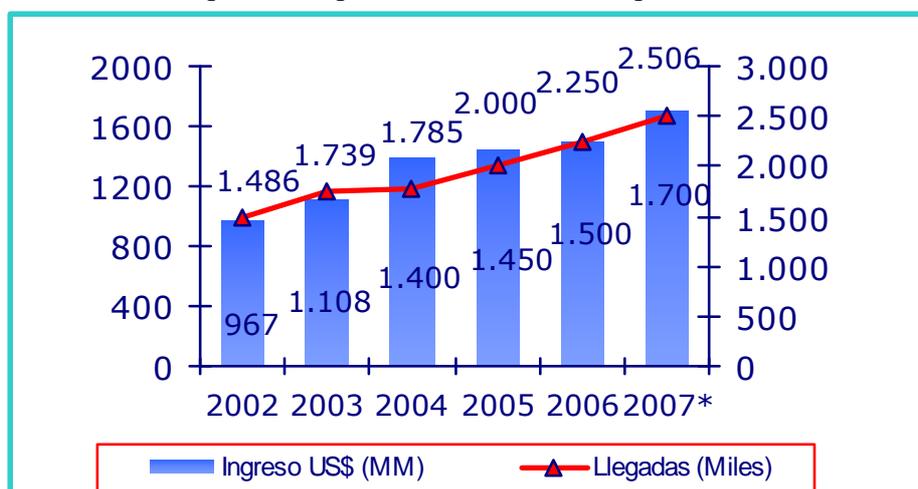
ÍNDICE	Página
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>1. PRINCIPIOS</b> .....	<b>9</b>
1.1 Turismo Sustentable.....	9
1.2 Gestión Turística Comunal.....	11
1.3 Experiencia Turística.....	12
<b>2. VISION</b> .....	<b>13</b>
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	<b>15</b>
3.1 Objetivo General .....	15
3.2 Objetivos Específicos.....	15
<b>4. POSICIONAMIENTO</b> .....	<b>16</b>
<b>5. MERCADOS OBJETIVOS</b> .....	<b>22</b>
<b>6. ESTRATEGIAS</b> .....	<b>25</b>
<b>7. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN</b> .....	<b>28</b>
7.1 Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos.....	28
7.2 Plan de Acciones.....	41
7.3 Cronograma.....	46
7.4 Modelo de Evaluación y Medición de Resultados.....	49
<b>8. PRESUPUESTO</b> .....	<b>51</b>
<b>9. FINANCIAMIENTO</b> .....	<b>55</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>63</b>
<b>GLOSARIO</b> .....	<b>65</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>67</b>
Anexo 1 - Fichas Técnicas de Acciones.....	68

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades de mayor relevancia a nivel mundial, que favorece el progreso económico y social de las naciones. Según estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la industria turística mundial registró en el año 2007, un total de 898 millones de llegadas de turistas, estimándose que las entradas de divisas en todo el mundo provenientes del turismo internacional alcanzaron los 733.000 millones de dólares, equivalentes a un 21% de los ingresos a nivel mundial.

En el ámbito nacional, el turismo es el sector de la economía que mayor dinamismo ha demostrado, con altas y consistentes tasas de crecimiento, representando un 3,17% del PIB nacional. De acuerdo a informes sobre el comportamiento del turismo receptivo en Chile, generados por SERNATUR, el año 2007 ingresaron 2.506.756 turistas internacionales, demostrando una variación positiva del 11% con respecto al año anterior. Asimismo, un comportamiento similar se refleja en las entradas de divisas al país, verificándose 1.700 millones de dólares en 2007, que consolida la propensión al alza experimentada en los últimos años. En el gráfico siguiente es posible observar la relación entre ingresos por concepto de turismo y llegadas internacionales, desde 2002 a 2007.

**Figura 1. Ingresos de Divisas y Llegadas**



Fuente: Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), datos estadísticos 2007.

Paralelamente, el turismo interno se ha visto intensificado, en la actualidad son 6,5 millones de chilenos los que realizan algún tipo de viaje dentro de Chile, generando una significativa actividad en el sector.

En este contexto, las tendencias descritas por el turismo a nivel nacional e internacional, reflejan una relevante influencia para el desarrollo de la actividad turística de Pirque, la que hoy día atrae un considerable número de visitantes motivados por su oferta turística, centrada principalmente en el enoturismo. Cabe destacar que la industria vitivinícola chilena ha evolucionado ampliamente, debido al prestigio alcanzado por sus vinos, conquistando mercados de exigentes consumidores en todo el mundo. Se distingue entonces el Valle del Maipo, reconocido como la región enoturística más visitada de Chile, cuyas cifras de visitantes en el año 2006 registraron 142.857 personas. Pirque, inserto en este importante valle, concentra el mayor flujo turístico siendo posible estimar un total de 186.368 llegadas turistas durante el año 2007.

De acuerdo al estudio de mercado llevado a cabo en las etapas preliminares de este Plan, y que reunió información sobre una muestra de 200 turistas, se constató que la actividad primordial que motiva la visita a Pirque es la realización de tours en las viñas, situándose la Viña Concha y Toro en primer lugar de frecuencia de extranjeros, y la Reserva Río Clarillo para el caso de los nacionales; asimismo, el tiempo de estadía promedio en la comuna es menor a un día, situación que incide en un gasto diario reducido.

Teniendo en cuenta que Pirque es una comuna que recibe principalmente flujos de turistas extranjeros y son éstos los que efectúan mayor gasto, es muy importante considerar su cercanía a los focos de emisión de turistas extranjeros. En efecto, la afluencia de visitantes a las viñas está en estrecha relación con la cercanía a los nichos de mercado y redes de distribución. Por tal motivo, constituye una gran ventaja para Pirque su proximidad a Santiago, principal receptor de turistas extranjeros, y a Valparaíso, puerto de llegada del mercado turístico de cruceros, el que ha registrado 141.590 pasajeros durante el año 2008. Adicionalmente se destaca, que tanto el recién mencionado mercado de cruceros, como el de ski, conforman segmentos especiales para el turismo de Pirque, debido a que estos turistas complementan sus actividades con visitas a la comuna durante su permanencia.

En relación a la oferta, como parte de las etapas precedentes que sustentan el Plan de Desarrollo Turístico de Pirque, se realizó un trabajo prospectivo correspondiente al Catastro de la Oferta Turística de Pirque, el cual reveló antecedentes que proveen de conocimiento sobre la situación actual. En la tabla siguiente se presenta un resumen de la oferta turística registrada, la que se configura por 7 atractivos, 4 establecimientos de alojamiento turístico, 11 establecimientos de alimentación, 10 centros recreacionales, 4 centros de eventos y 2 Spa.

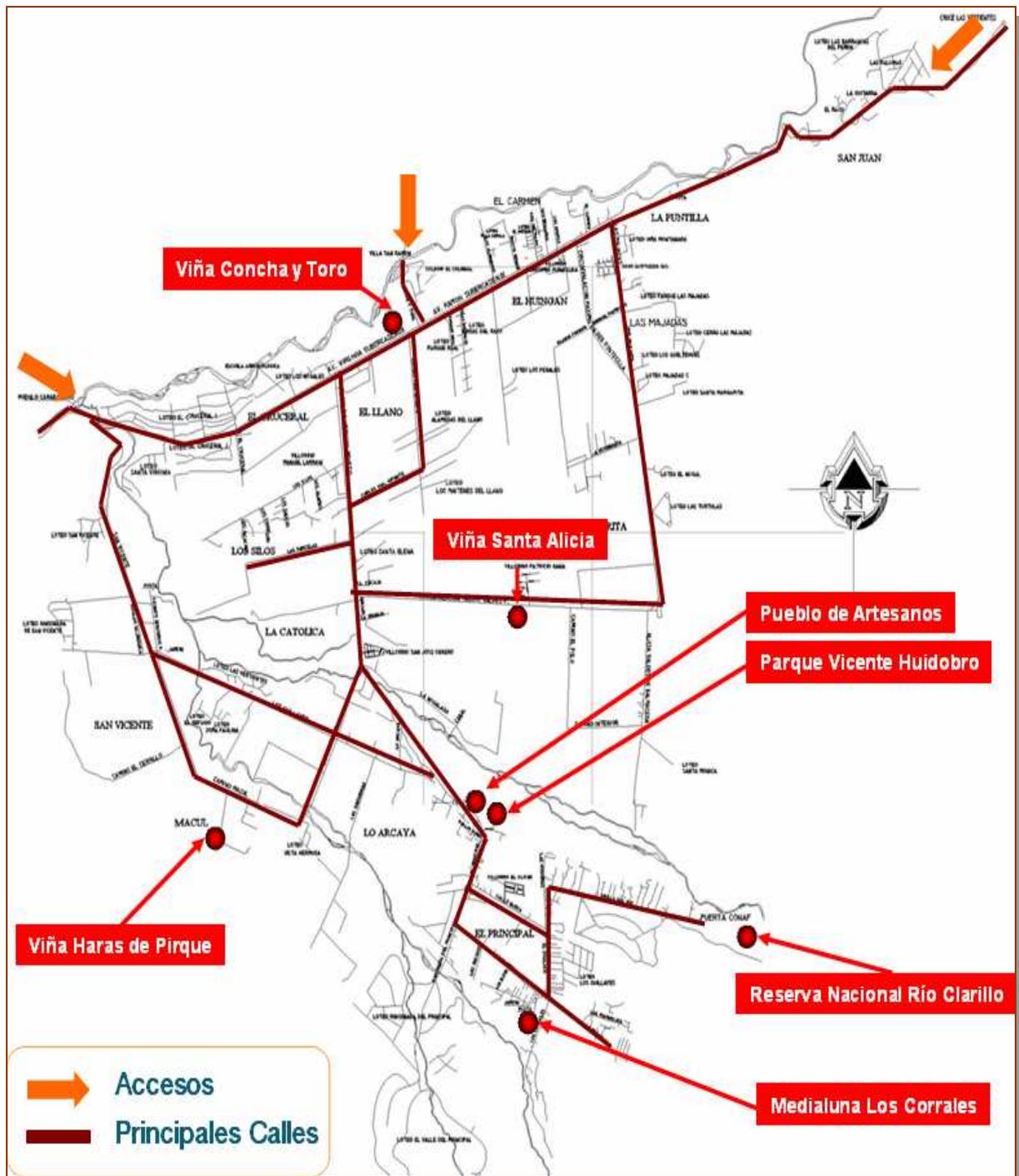
Tabla 1. Resumen Oferta Turística de Pirque

	Atractivos	Alojamiento	Alimentación	Centros Recreacionales	Centros de Eventos	SPA	Total
Concha y Toro	1	-	6	-	1	2	10
El Cruceral	-	1	-	2	-	-	3
El Llano	-	-	-	-	-	-	0
La Católica	1	-	-	1	-	-	2
Los Silos	-	-	-	-	-	-	0
La Puntilla	-	-	3	1	-	-	4
San Juan	-	-	1	1	2	-	4
Santa Rita	-	-	-	-	-	-	0
El Principal	4	2	1	3	-	-	10
Lo Arcaya	1	1	-	1	1	-	4
San Vicente	-	-	-	1	-	-	1
	7	4	11	10	4	2	38

Fuente: Catastro Oferta Turística de Pirque, Marketek Consulting. 2008

Pirque reúne un significativo número de atractivos turísticos, disponiendo de un entorno dotado de naturaleza, que cautiva al visitante a través de un amplio espectro de paisajes campestres, algunos relacionados con el cultivo vitícola. Cabe mencionar la posesión de un notable patrimonio cultural, que sobresale por la inclusión de elementos tradicionales de gran valor. En el siguiente plano se muestran los principales atractivos turísticos actuales de Pirque.

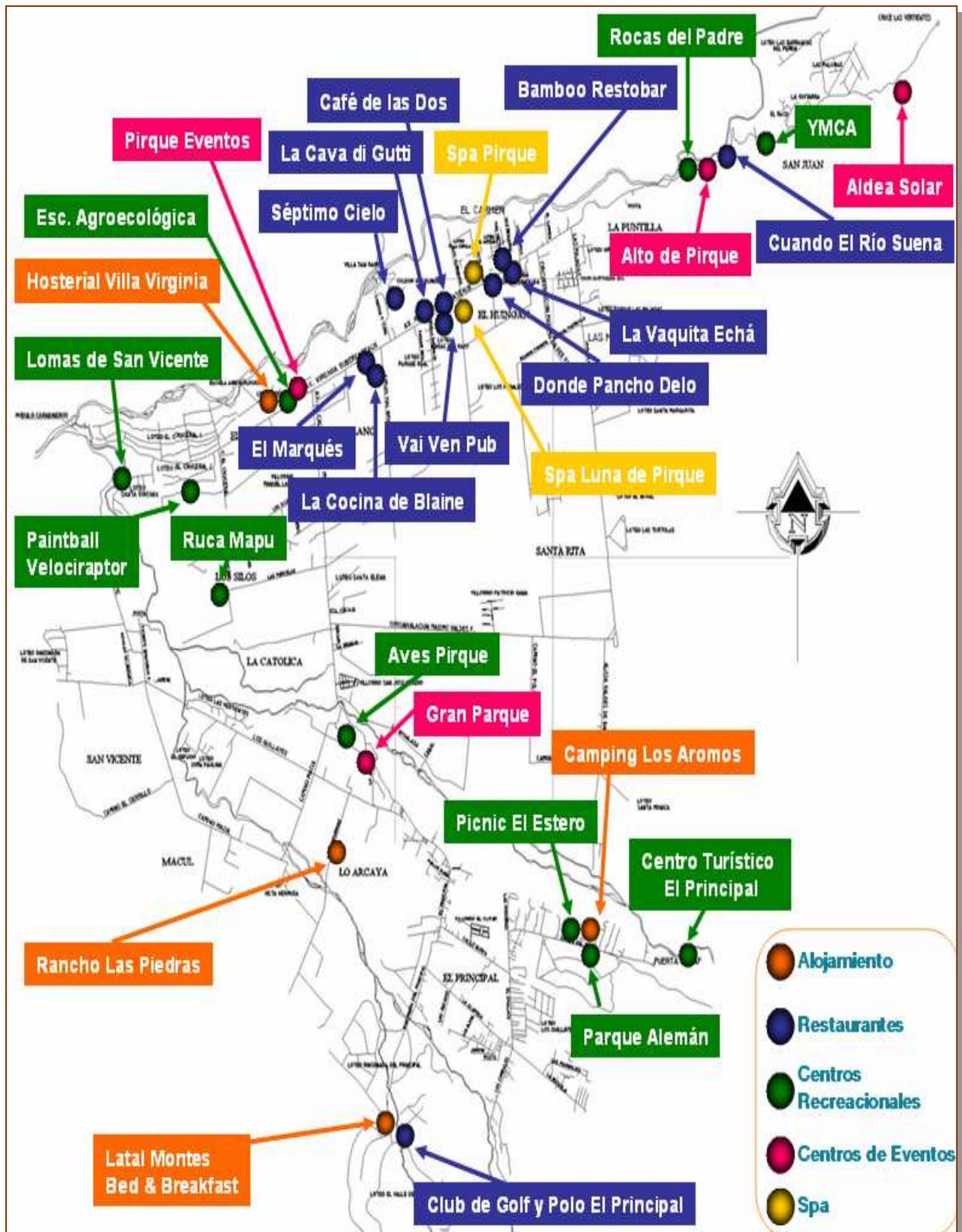
Figura 2. Plano Atractivos Turísticos



Fuente: Cartografía Turística Digital de Pirque, Marketek Consulting, 2008.

También se desprende del Catastro información sobre la Planta Turística de Pirque. Si bien cuenta con variados restaurantes, denota una carencia de establecimientos de alojamiento. A continuación se presenta el plano que contiene los elementos registrados:

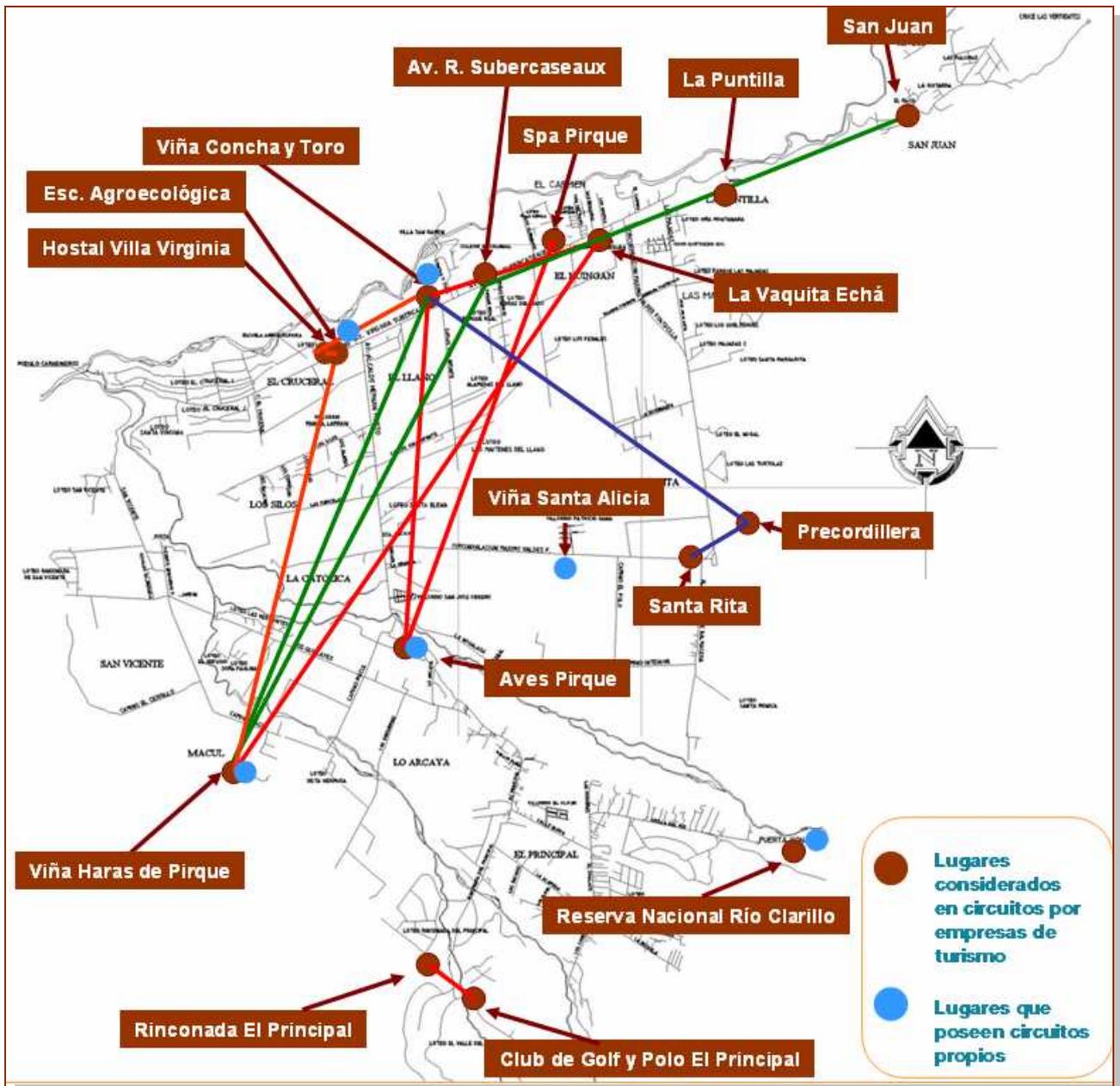
Figura 3. Plano Planta Turística



Fuente: Cartografía Turística Digital de Pirque, Marketek Consulting, 2008.

La oferta de circuitos y programas turísticos dentro de la comuna de Pirque, está enfocada especialmente a las viñas de mayor prestigio y la Reserva Nacional Río Clarillo. En el siguiente plano se presentan los circuitos turísticos de Pirque.

Figura 4. Plano Circuitos Turísticos



Fuente: Cartografía Turística Digital de Pirque, Marketek Consulting, 2008.

Considerando que Pirque posee relevantes atributos naturales y geográficos y una dotada oferta de atractivos y servicios turísticos, se visualiza la real oportunidad de convertir a la comuna en un destino turístico de primer nivel, con énfasis en Turismo de Naturaleza e Intereses Especiales.

Siendo primordial el mejoramiento de la calidad y la ampliación de oferta turística, dando lugar al aumento de la estadía y gasto promedio, así como también mejorar la disponibilidad y calidad de la información turística, desarrollar herramientas y acciones promocionales, potenciar eventos culturales, incentivar la inversión turística y la asociatividad gremial.

Los estudios realizados confirman esta proyección, siendo oportuno además consignar el interés de los habitantes por llevar a cabo un plan de desarrollo en el área, aspecto que quedó reflejado en la información recopilada y en una consulta ciudadana. Efectivamente, como parte del proceso indagatorio sobre la definición de la vocación turística de Pirque se realizó una consulta pública a través del sitio [www.pirque.cl](http://www.pirque.cl), la que concebía el desarrollo de un tipo de turismo organizado y planificado, arrojando hasta la fecha de publicación de este informe un 68% de acuerdo con el planteamiento.

En tal sentido, la Municipalidad de Pirque, da a conocer el Plan de Desarrollo Turístico de Pirque, el cual reportará notables beneficios a la comuna, dentro de los que destacan el impulso de la actividad económica a través de la integración de distintos sectores, facilitando el desarrollo de emprendimientos e incentivando la inversión. A su vez, incrementará la actividad comercial y servicios asociados al turismo, ampliando oportunidades de empleo y favoreciendo la conservación del patrimonio natural y cultural. Todos estos aspectos contribuirán en definitiva a un progreso social y económico, siendo clave en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Tal como se ha señalado, el presente plan incorpora los resultados de las distintas etapas de trabajo que comprendió el estudio global, dando forma a un conjunto de propuestas y recomendaciones que constituyen una directriz del desarrollo turístico de Pirque, sustentadas en las oportunidades identificadas a través de un proceso de evaluación y diagnóstico del destino. Asimismo, incorpora amplia información proveniente de la etapa prospectiva del destino y de su mercado, reuniendo el conocimiento del territorio en cuanto a la situación actual de la oferta, el análisis de la demanda y su comportamiento en los últimos años.

Si bien ya se ha dejado ver la participación de estudios que han sustentado el Plan de Desarrollo Turístico de Pirque, se entrega a continuación un detalle de la metodología utilizada. En tales términos, se consideró fuentes primarias, compuestas por 37 entrevistas en profundidad aplicadas a actores principales, 4 talleres con agrupaciones comunales, 38 visitas en terreno, entrevistas a dueños y administradores de empresas turísticas y un estudio de mercado cuya muestra estuvo configurada por 200 turistas, permitiendo definir las tendencias y el perfil del turista de Pirque. Complementariamente, se incluyó información proveniente de fuentes secundarias proporcionadas por la Municipalidad de Pirque, SERNATUR y sitios relacionados en Internet.

Asimismo se diseñaron instrumentos y modelos, tales como fichas técnicas y la adaptación de un Sistema de Clasificación OEA CICATUR, aplicable en la evaluación de los atractivos turísticos.

El conjunto de observaciones obtenidas en el proceso metodológico efectuado, constituyen especial relevancia en la determinación de la visión, objetivos, posicionamiento deseado, mercados objetivos y estrategias, que se propone materializar a través del plan de implementación.

En consecuencia, el plan de implementación marca la pauta que lleva a la concreción de los objetivos de desarrollo, conteniendo todos los aspectos que integran una correcta ejecución en términos de planeación y control. Adicionalmente se presenta un presupuesto y diversas herramientas de financiamiento externo con el fin de facilitar la materialización de las acciones consignadas.

El siguiente diagrama muestra la estructura que sustenta el Plan de Desarrollo de Pirque, considerando los elementos fundamentales contemplados y expresando una secuencia lógica que permite la consecución de los objetivos planteados.

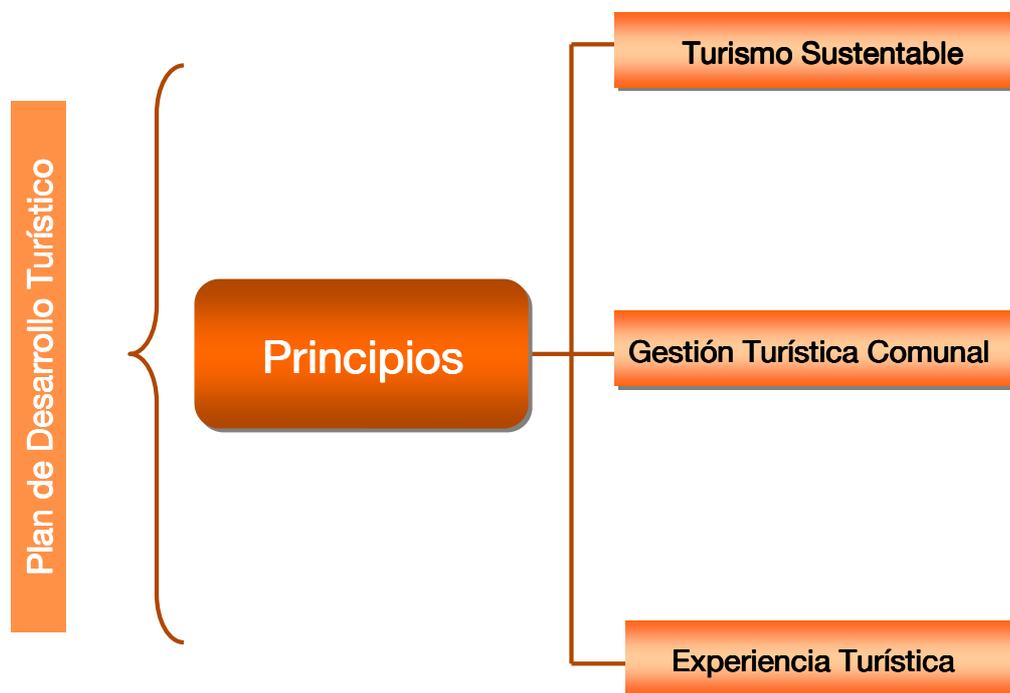
**Figura 5. Estructura Plan de Desarrollo Turístico de Pirque**



## 1. PRINCIPIOS

Los principios que se señalan en el siguiente diagrama y se describen a continuación, comprenden las claves de desarrollo que guiarán el presente plan. Su determinación ha considerado la información proporcionada por el diagnóstico efectuado en las etapas preliminares, siendo a su vez concordantes con la Política Nacional de Turismo que guía la actividad turística de Chile, y los principios que declara la Organización Mundial de Turismo.

Figura 1.1. Principios que sustentan el Plan de Desarrollo Turístico de Pirque



### 1.1 Turismo Sustentable

El turismo sustentable es según la Organización Mundial del Turismo,

“aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades del futuro”.

En este sentido, el principio de sostenibilidad se refiere a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, estableciéndose un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Con el fin de cumplir con este cometido, el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, elementos fundamentales del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de la comunidad local, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales.
- Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para la comunidad local, contribuyendo a la reducción de la pobreza.

Para el caso de Pirque el fomento de un turismo sostenible, puede incrementar los beneficios de los recursos generados a nivel local, manteniendo la integridad cultural y el entorno, así como fortalecer la protección del patrimonio natural. En consistencia con los aspectos que declara la Organización Mundial de Turismo (OMT)<sup>1</sup>, el Plan de Desarrollo de Pirque alentará propuestas que, preservando la riqueza natural y cultural autóctona, permitan estrategias de generación de nuevas fuentes de ingreso para el desarrollo económico. De esta manera se apoyará el bienestar económico y social de la comuna, manteniendo y fortaleciendo la calidad del medioambiente en el cual se realiza el turismo y se asegurará el bienestar de los visitantes y la viabilidad de la actividad turística.

En este contexto, la planificación turística de Pirque y promoción como destino deberá estar supeditada a acciones que reduzcan el impacto negativo del desarrollo turístico, vinculándose directamente con la Política Nacional de Turismo. Dicha política busca posicionar a Chile como un destino turístico, estableciendo como eje de desarrollo el turismo de naturaleza y de intereses especiales, para lo cual da especial importancia a la gestión estratégica de los atractivos a través de modelos adecuados, caracterizándose por la responsabilidad hacia el medio ambiente y el medio socio cultural.

A su vez, la declaración de Pirque como Zona de Interés Turístico, en proceso de tramitación y pronta a ser aprobada por Decreto Supremo, favorecerá el desarrollo de actividades que incidan en la conservación, urbanización, servicios e instalaciones necesarias para su aprovechamiento turístico.

---

<sup>1</sup> Guía sobre aspectos de sostenibilidad turística: "Por un turismo más sostenible". Organización Mundial del Turismo (OMT) y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)

El carácter sustentable del plan constituirá una oportunidad para el uso responsable de los recursos turísticos, tangibles e intangibles, y la difusión de su uso en beneficio de las presentes y futuras generaciones, con el compromiso de las comunidades locales y de las empresas que operan en la zona. De esta forma, el desarrollo turístico de Pirque se deberá orientar hacia un turismo basado en el patrimonio natural y cultural que encierra la zona y que la singularizan respecto a otras áreas contribuyendo a marcar su perfil e identificación.

## 1.2 Gestión Turística Comunal

El desarrollo turístico planificado exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso con la comunidad. En este contexto, la gestión turística comunal cumple un significativo rol dentro del proceso de desarrollo a llevar a cabo, buscando incorporar la dimensión turística a todas las decisiones relacionadas con el manejo del territorio, fomentando la planificación y estimulando la inversión en áreas naturales y en infraestructura, estableciendo una dinámica de interacción y participación del municipio, las empresas y la comunidad. En el marco del presente plan, la gestión turística comunal deberá focalizarse en:

- ⇒ **Trabajo asociativo entre los sectores público y privado** - instancia que constituye uno de los ejes principales, enfatizando a través de una coordinación Público - Privada en turismo, una fuerte integración entre ambas esferas, de manera de promover acciones y de diseñar programas que beneficien al sector. La adecuada organización estará supeditada a un compromiso compartido de los sectores público y privado con liderazgo de la Municipalidad y la Cámara de Turismo, desarrollando una activa promoción de la comuna como destino, coordinando la actividad turística, facilitando la transparencia del mercado y proporcionando un adecuado acceso a la información por parte de los consumidores finales y operadores.
- ⇒ **Eficaz planificación y coordinación del desarrollo turístico** - dirigiéndose a la innovación y diversificación de productos turísticos, buscando en particular, la disminución de la estacionalidad, el incremento de la estadía y el gasto, así como el desarrollo de la infraestructura turística y el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios turísticos.
- ⇒ **Posicionamiento y promoción a nivel de destino** - apunta a consolidar la imagen como destino selecto, focalizando los mercados del turismo receptivo, poniendo especial énfasis en el incremento del consumo de productos y servicios, con el correspondiente aumento en ingreso de divisas.

### 1.3 Experiencia Turística

El tercer principio que preconiza este plan corresponde al concepto de la “Experiencia Turística”, dada la relevancia que ha alcanzado en el ámbito del marketing turístico. Hoy en día, el turista busca experiencias que satisfagan en amplitud sus necesidades intelectuales, emocionales y espirituales, razón por la cual la clave de la satisfacción del cliente reside en “igualar” o “superar” sus expectativas en cuanto a la calidad de la experiencia vivida. Cuando un turista visita un destino y compra servicios en él, está adquiriendo actividades intangibles realizadas a su favor, sin embargo cuando compra una experiencia, paga por disfrutar de una serie de eventos memorables que un lugar crea con el fin de cautivarlo de manera personal. En forma determinante, es el valor que la experiencia tiene para el visitante lo que determina el valor de la oferta del destino.

El enfoque de este plan estará en enriquecer el valor para el cliente a través del proceso de manejo estratégico de la totalidad de su experiencia con el destino, conectando con el cliente en cada punto clave de interacción.

El mejoramiento y la estandarización de la calidad de los servicios representan papeles fundamentales bajo este concepto, tendiendo a otorgar siempre un servicio de excelencia. Una vez más se señala la concordancia con la Política Nacional de Turismo, la que exhorta a la superación de expectativas de los turistas, a través del desarrollo de estrategias que mejoren la calidad de la información y de los servicios turísticos. Cada empresa turística debe conocer, entender, satisfacer y superar las necesidades y expectativas de los turistas, mejorando permanentemente la experiencia turística del visitante a lo largo de todo el proceso de comercialización, es decir desde la preventa hasta la postventa, asimismo, desarrollar y mejorar la calidad de la oferta a través de la innovación, mejorar la información e incorporar normas que regulen los estándares de calidad.

## 2. VISION

El Plan de Desarrollo Turístico de Pirque, se fundamenta en la definición de la visión, cuya formulación comprende los aspectos relevantes detectados a través de la etapa de diagnóstico. La visión se enfoca en el futuro del turismo de Pirque, visualizando su situación en unos años más. Con este fin es necesario trazarse un escenario ideal, viable de ser alcanzado de acuerdo a los recursos que se tienen y los que se pueden obtener. A continuación se presenta la declaración de Visión para el turismo de Pirque:

Pirque destino turístico destacado y altamente posicionado a nivel nacional e internacional, producto de la diversidad y calidad de su oferta turística, al fomento de la innovación e inversión, la generación de una conciencia turística y la eficiente gestión de marketing territorial, contribuyendo al desarrollo socio-económico de la comuna y el mejoramiento en la calidad de vida de sus habitantes.

A continuación se analizan los aspectos relevantes contenidos en la visión declarada:

- **Destino turístico destacado y altamente apreciado** - Pirque se pasa de ser un lugar de paseo con exigua permanencia de turistas a convertirse en un verdadero destino turístico debido al desarrollo alcanzado, representando una imagen de alta valoración correspondiente a un destino bien posicionado a nivel nacional e internacional.
- **Calidad de la oferta** – mejorar e estandarizar adecuadamente la calidad de todos los productos y servicios, logrando un nivel de satisfacción que supere las expectativas de los turistas, a través de una oferta diversa, variada e integrada, que contemple la aplicación de normas y sistemas de evaluación y certificación de calidad de acuerdo con estándares nacionales e internacionales.
- **Innovación** - presencia de productos y servicios innovadores, diferenciados, que responden a las cambiantes tendencias y necesidades del mundo turístico, además de innovación en las técnicas, medios, herramientas y acciones de información y marketing.
- **Inversión** – generar inversión pública y privada a través de la gestión territorial, programas de apoyo, soportes informativos, nuevos proyectos, nuevos inversionistas y prestadores de

servicios. Al mismo tiempo, llevar a cabo una política de fomento productivo permanente y encadenamiento de valor a otras actividades complementarias.

⇒ **Conciencia turística** - lograr un reconocimiento sobre el turismo como actividad económica generadora de ingresos, empleo, mejoramiento de infraestructura y servicios públicos, que contribuye directamente al bienestar social de los habitantes; generar adhesión y colaboración de la comuna y sus habitantes como plataforma fundamental para la implementación de iniciativas; trabajo participativo de los actores del turismo y la comunidad; difusión de una imagen positiva frente a los turistas que contribuya al disfrute de los visitantes; y el fortalecimiento del valor del patrimonio natural, social y cultural.

⇒ **Marketing territorial** – desarrollo de un marketing a nivel de destino, un trabajo conjunto entre el sector público y privado, en especial todas las empresas turísticas, mediante el cual se generen acciones planificadas en consenso y cofinanciadas, apuntando hacia la consolidación y posicionamiento del destino.

### 3. OBJETIVOS

La determinación de objetivos señala en forma directa los resultados a los que apunta el plan, y de manera coherente se alinean bajo la visión planteada para Pirque como destino turístico. A continuación se definen el objetivo general y los objetivos específicos, cumpliendo con la función de orientar el proceso de generación de estrategias para el logro de los mismos:

#### 3.1 Objetivo General

El siguiente objetivo consigna los resultados a nivel general que se plantea el Plan de Desarrollo Turístico de Pirque:

Desarrollar la actividad turística en Pirque sobre la base de una oferta variada e integrada de calidad, logrando un posicionamiento fortalecido, incrementando la demanda, de manera de elevar el ingreso de divisas en beneficio de la calidad de vida de los habitantes.

#### 3.2 Objetivos Específicos

A partir del objetivo general formulado anteriormente y siguiendo la misma perspectiva, derivan los siguientes objetivos específicos:

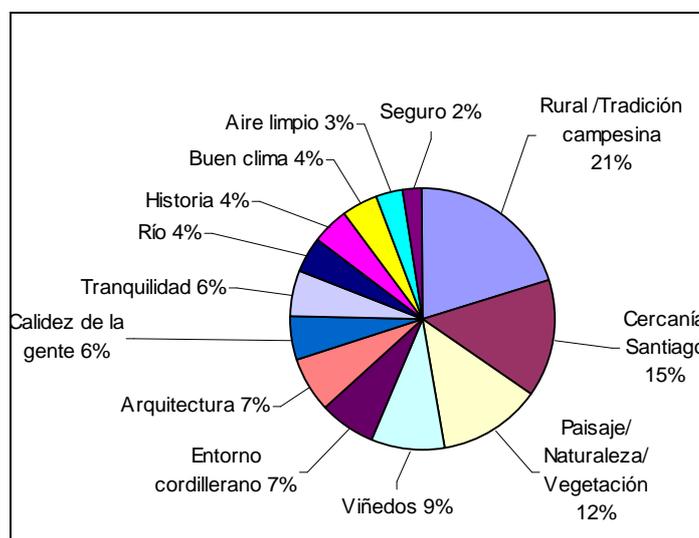
1. Desarrollar una oferta turística integrada de calidad, que satisfaga las necesidades y supere las expectativas de los turistas, dando origen a una experiencia memorable y posterior recomendación.
2. Dar a conocer a Pirque como destino turístico, fortaleciendo su posicionamiento y logrando aumentar la estadía y consumo de productos y servicios.
3. Generar una conciencia turística y ambiental en la comuna, reforzando la preservación y uso sustentable del patrimonio comunal.
4. Lograr una efectiva gestión y promoción territorial, asegurando la máxima participación de los actores público-privados vinculados al turismo.
5. Incentivar el emprendimiento empresarial y la inversión en proyectos turísticos dentro de la comuna.

#### 4. POSICIONAMIENTO

El posicionamiento a nivel conceptual corresponde a la definición de la posición que Pirque desea ocupar en los distintos mercados objetivos, es decir, es la forma como el destino turístico se encuentra definido y valorado por los turistas, ocupando un lugar específico de acuerdo a la evaluación que se hace mentalmente con respecto a otros destinos similares. A partir de este concepto y analizando el actual posicionamiento de Pirque, se configura posteriormente el posicionamiento deseado, resaltando las características diferenciadoras de la comuna y creando una imagen atractiva y positiva en los distintos mercados objetivos que se propone alcanzar.

De acuerdo a la información recogida en el estudio de mercado que precede a este plan, se observó que las principales elementos diferenciadores de Pirque con respecto a otros destinos corresponden a su tradición e identidad campesina, carácter rústico, naturaleza y cercanía a Santiago, siendo reconocidos ampliamente por los entrevistados y considerados como rasgos sobresalientes y con alta capacidad para atraer visitantes. En el siguiente gráfico se distinguen los porcentajes de respuestas frente a la pregunta sobre elementos que diferencian a Pirque frente a otros destinos.

**Figura 4.1. Características diferenciadoras de Pirque**



Tal como ha quedado en evidencia en las fases previas correspondiente a Análisis y Diagnóstico, Pirque se constituye como un destino de características relevantes en cuanto a posicionamiento con respecto los destinos competidores cercanos a Santiago, es decir, Cajón del Maipo, Pomaire,

Casablanca y Farellones, distinguiéndose su carácter campesino y tradicional, gran dotación de naturaleza, paisaje, entorno de montaña y tranquilidad para el visitante.

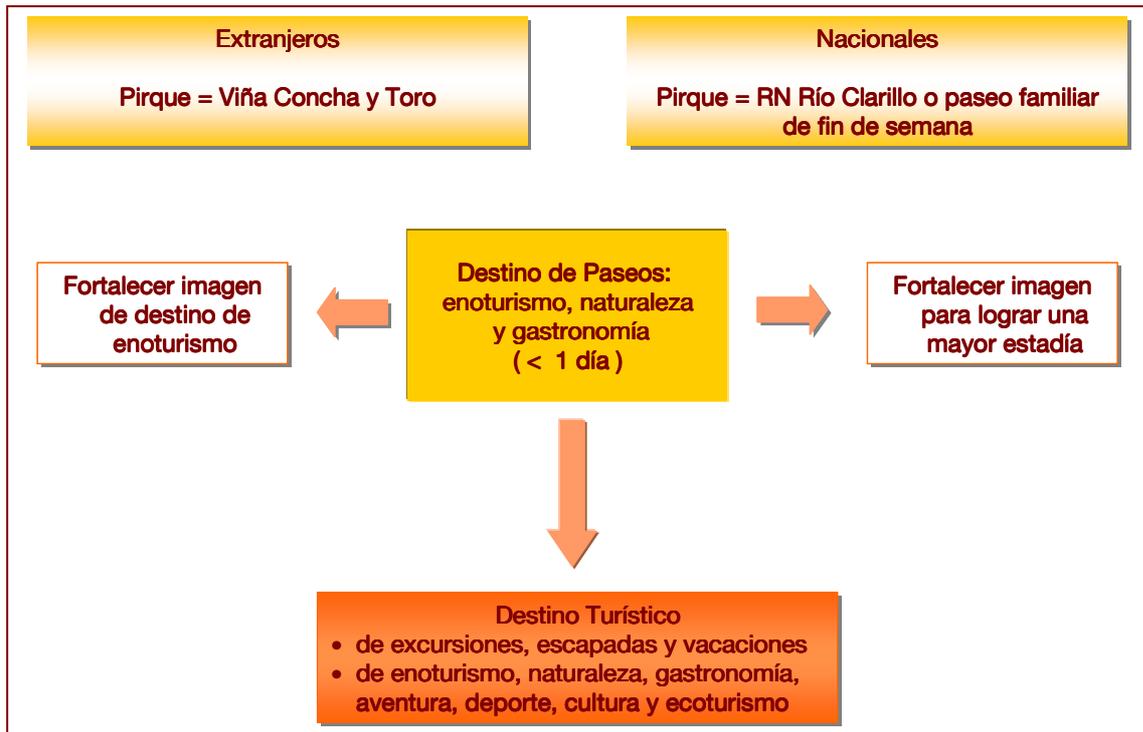
Pirque concentra actividades de enoturismo, situándose como un sobresaliente destino, con una notable ventaja competitiva en relación a Casablanca, Santa Cruz y Los Andes, dada su cercanía a Santiago, traduciéndose en la reducción del tiempo de desplazamiento.

Se puede decir que si bien Pirque se distingue como una localidad cercana a Santiago con posibilidad de visitar durante los fines de semana con el objetivo de realizar paseos familiares o salidas a comer, no posee un posicionamiento adecuado como destino turístico, puesto que sus dos atractivos relevantes, Viña Concha y Toro y Reserva Río Clarillo, se superponen al concepto que se tiene del destino mismo, constituyendo en sí la imagen global y dando lugar a un desconocimiento de la oferta turística en general. En este sentido, el posicionamiento actual de Pirque está directamente vinculado con el posicionamiento de la Viña Concha y Toro y Reserva Nacional Río Clarillo:

- **Extranjeros** – Para el segmento extranjeros Pirque se asocia principalmente al lugar que alberga a la Viña Concha y Toro, desconociéndose otros atractivos y oferta de productos y servicios de la comuna. Por tanto, la imagen del destino Pirque para los extranjeros es equivalente a la de la Viña Concha y Toro, no representando la totalidad de la oferta en la percepción.
- **Santiagoños** – Para el segmento correspondiente a los habitantes de las distintas comunas de Santiago, Pirque es el hogar de la Reserva Natural Río Clarillo, área silvestre protegida más cercana al capital, lugar de paseo familiar en el fin de semana o lugar de paseo cuya motivación es comer en uno de sus restaurantes, realizar visitas a viñas, disfrutar la naturaleza y el paisaje campestre, correspondiendo a visitas de menos de un día.

El siguiente modelo explica como el posicionamiento actual de Pirque, predominantemente caracterizado por visitas a Viña Concha y Toro, por parte de la demanda turística extranjera, y visitas a la Reserva Río Clarillo o paseos de fin de semana por la demanda turística nacional, puede transformarse y conseguir incorporar otros elementos como vectores de desarrollo. Así se distingue que el fortalecimiento de la imagen de destino de enoturismo, el aumento de la estada y diversificación de los tipos de turismo a realizar, entregan la orientación óptima en el proceso de reconversión de la imagen y posicionamiento deseado. En el futuro el territorio deberá concebirse como un destino de enoturismo complementado con la presencia de otros tipos de turismo de intereses especiales, conviviendo y potenciándose mutuamente.

Figura 4.2. Modelo de Posicionamiento de Pirque



Fuente: Elaboración Propia

Para lograr la transformación de Pirque en el destino turístico que se propone el modelo, se requiere integrar las características diferenciadoras en su imagen, éstos son cultura campesina, naturaleza y turismo de intereses especiales.

Figura 4.3. Integración de Conceptos Claves en la Imagen de Pirque



Fuente: Elaboración Propia

- **Cultura campesina:** carácter rústico, autenticidad, tradición, costumbres huasas, patrimonio histórico-cultural. Estos elementos deberán integrarse en todos los elementos de la oferta turística, por ejemplo, introducir alternativas gastronómicas y hoteleras con matices autóctonos, que consideren aspectos propios de la artesanía, viñas, campo, de temáticas diferenciadas.
- **Naturaleza:** entorno natural privilegiado, aire limpio, paisaje, entorno cordillerano, ríos y reserva natural.
- **Intereses especiales:** reflejo de una oferta de productos de intereses especiales de gran valor con énfasis en enoturismo, abarcando turismo de naturaleza, aventura, gastronómico, cultural, rural, agroturismo, deportivo y reuniones.

Considerando los anteriores elementos que configuran la imagen Pirque, se llega a la definición del posicionamiento deseado, el cual se representa en la siguiente declaración:

Pirque, el destino turístico más selecto de naturaleza e intereses especiales cercano a Santiago, diferenciado y destacado por sus características geográficas y culturales, constituyendo un bastión del patrimonio nacional.

En esta perspectiva, se apuesta por posicionar a Pirque como un verdadero destino turístico y un destino selecto, generador de turismo de primera clase, por las características de su oferta (vino, gastronomía de alto nivel), excelente calidad de productos y servicios, con nivel de precios medio-alto. Asimismo, deberá estar dirigido a un mercado minoritario de alto nivel de consumo y gasto que busca algo distinguido y exclusivo. En este contexto, alto nivel de calidad y variedad de su oferta cumplirá un rol determinante en el posicionamiento de la comuna como destino turístico selecto, comprendiendo alternativas hoteleras, gastronómicas y recreativas destacadas.

Conjuntamente, deberá ser un destino dotado de atractivos y actividades relacionadas con el turismo de naturaleza e intereses especiales, tales como, enoturismo, turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural y deportivo. Cabe mencionar la tendencia hacia estos segmentos en la demanda internacional y su consideración en las políticas de desarrollo turístico a nivel nacional. Efectivamente, la Política de Turismo de Chile propone como opción estratégica enfatizar la promoción del turismo de naturaleza y de intereses por constituir un producto distintivo, exclusivo y cada vez más valorado. En este sentido, tanto SERNATUR como CORFO y el

BID, potencian distintas iniciativas en esta materia, a través de la generación de planes, y programas.

Ubicado a menos de 25km de distancia y una hora de viaje del sector oriente donde se concentra el mercado objetivo, viviendas de Santiaguinos (ABC1C2) y hoteles de los extranjeros, Pirque deberá convertirse en el destino de naturaleza más cercano a Santiago, presentando notables elementos de atracción para el turista que quiere salir de la ciudad en busca de tranquilidad, aire puro, paisaje natural y diversidad de actividades.

Pirque reúne los elementos culturales que se han ido perdiendo con el tiempo a nivel nacional, por lo tanto, deberá mantener, reflejar y reforzar su imagen costumbrista campesina, confiriendo atributos diferenciadores altamente valorados por los turistas.

Para lograr el posicionamiento deseado se hace necesario contemplar la incorporación y perfeccionamiento de diferentes elementos, los que serán reflejados en las estrategias consignadas por el presente plan y que se describen en el próximo apartado.

Haciendo referencia a la imagen proyectada por otras comunas, a continuación se muestran algunos logos que representan la arquitectura de marca que han desarrollado algunos destinos permitiéndoles en la actualidad posicionarse y destacar atributos relativos a la naturaleza, producción de vinos y carácter tradicional chileno.

Figura 4.4. Logos de comunas y zonas turísticas



En este sentido, destaca la consideración de la imagen y posicionamiento deseados en la comunicación y promoción planificada, debiendo reflejarse en forma consistente y permanente en cada una de las acciones que se lleva a cabo, tanto en forma interna como externa.

Por otra parte se hace necesaria la configuración de Pirque como un destino turístico de calidad, apuntando al cumplimiento de las normas técnicas establecidas por SERNATUR en conjunto con el Instituto Nacional de Normalización (INN), orientadas a regular los servicios de alojamientos turísticos, turismo aventura, guías de turismo, agencias de viaje y operadores turísticos. Así se deriva en el mejoramiento de la competitividad de las empresas turísticas y la profesionalización del sector, siendo éstos aspectos importantes en el logro del posicionamiento deseado.

Resulta fundamenta la creación de una oferta diferenciada con nuevos productos, considerando en ellos los elementos destacados del posicionamiento, permitiendo dotar a Pirque de valiosas y singulares propuestas para el turista.

Una vez definido el concepto de imagen y la determinación del posicionamiento deseado, se requiere definir el público y los mercados objetivos prioritarios, lo que tiende a especializar la actividad turística y a definir la cobertura geográfica de la promoción que debe realizarse. Así se consigue acrecentar la notoriedad de la comuna en términos turísticos y promoverla como destino en los segmentos adecuados.

Además, es necesario conseguir una participación amplia y consensuada de todos los actores del turismo en la zona, tanto públicos como privados, para imprimir una dinámica colectiva de construcción de la oferta turística, difundiendo y creando un lenguaje común compartido y aceptado por todos.

## 5. MERCADOS OBJETIVOS

La segmentación del mercado se formula sobre la base de dos variables, origen geográfico de los turistas y actividades que realizan éstos en el destino. En este sentido, las siguientes descripciones hacen referencia a los elementos que componen los distintos segmentos de mercado definidos.

De acuerdo a las características singulares de cada grupo se establecen los siguientes perfiles de los mercados objetivos, vinculados a actividades específicas. En efecto, el primer grupo de extranjeros, al cual se ha denominado Extranjeros I, corresponde a brasileños y estadounidenses, que viajan a Chile buscando realizar actividades de Turismo de Intereses Especiales, y fundamentalmente Enoturismo. Este grupo corresponde a los turistas extranjeros que actualmente visitan Pirque en forma mayoritaria, por lo cual la consolidación del segmento se visualiza en el corto plazo. En tanto, el grupo Extranjeros II, corresponde a turistas procedentes de diversos países, sin considerar a Estados Unidos y Brasil, comprendidos en el grupo anteriormente señalado, no obstante poseen un comportamiento similar en cuanto a actividades a realizar en Pirque y motivaciones. Ambos visitan Pirque como parte de viajes organizados utilizando como transporte bus turístico. El segmento Extranjeros II se proyecta en el mediano plazo, debiendo realizarse previamente actividades de marketing en los orígenes correspondientes o asociaciones con entidades como Turismo Chile, entre otros.

En el caso de los nacionales, se presentan dos grupos, Nacionales I referido a residentes en comunas del sector oriente de Santiago, que corresponden a un nivel socioeconómico ABC1. Visitan Pirque en forma independiente utilizando auto propio, suelen viajar en familia o amigos, teniendo como motivación realizar tour en viñas, comer restaurantes de Pirque durante los fines de semana y establecer cercanía con la naturaleza en un clima de tranquilidad y descanso. El segundo grupo, Nacionales II, está conformado por nacionales que se encuentran de paso en Santiago y viajan a Pirque como paseo de fin de semana con amigos o familia. Este grupo se configura en el mediano plazo, dependiendo de promoción del destino en regiones.

Finalmente se encuentran los segmentos de negocios, el primero comprende a chilenos y extranjeros que están en Pirque realizando reuniones de trabajo y buscan esparcimiento en el tiempo libre que les permiten las actividades laborales, en forma independiente, o bien como parte del programas turísticos contratados por las empresas o instituciones a las que pertenecen. El grupo de Negocios II, corresponde a chilenos y extranjeros que se encuentran trabajando o en reuniones (Congresos, seminarios, etc.) en Santiago y viajan los fines de semana a Pirque

buscando alternativas de esparcimiento, realizar visitas a las viñas, encuentro con la naturaleza y la cultura tradicional chilena, o simplemente comer en restaurantes típicos chilenos.

Con respecto a los segmentos identificados, se detallan sus características a continuación:

**Tabla 5.1. Grupos objetivos del turismo de Pirque**

SEGMENTO	CARACTERÍSTICAS	PLAZO
<b>Extranjeros I</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedencia: Brasil - EE.UU.</li> <li>• Actividad laboral: Profesionales</li> <li>• Edad: Adultos 26 -59 años</li> <li>• Fechas de Viaje: Todo el año con énfasis en meses de invierno, coincidiendo con temporada de Ski.</li> <li>• Transporte: Bus de turismo</li> <li>• Tipo de Viaje: Tour organizado</li> <li>• Alojamiento: Preferencia hotel</li> <li>• Alimentación: Restaurantes comida chilena e internacional</li> <li>• Actividades: Visita Viñas, conocer los atractivos naturales y culturales, paseos en Parque Nacional, actividades de ecoturismo y turismo de intereses especiales en general.</li> </ul>	<b>Corto</b>
<b>Extranjeros II</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedencia: Otros países</li> <li>• Actividad laboral: Profesionales</li> <li>• Edad: Adultos 26 -59 años</li> <li>• Fechas de Viaje: Todo el año</li> <li>• Transporte: Bus de turismo</li> <li>• Tipo de Viaje: Tour organizado</li> <li>• Alojamiento: Preferencia hotel</li> <li>• Alimentación: Restaurantes comida chilena e internacional</li> <li>• Actividades: Visita Viñas, conocer los atractivos naturales y culturales, paseos en Parque Nacional, actividades de ecoturismo y turismo de intereses especiales en general.</li> </ul>	<b>Mediano</b>
<b>Nacional I</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedencia: Comunas del sector oriente de Santiago</li> <li>• GSE : ABC1</li> <li>• Tipo de visita: no organizada</li> </ul>	<b>Corto</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivo de vista: tour viñas y comer en restaurantes de la comuna, buscan descanso y naturaleza.</li> <li>• Fechas de visitación: todo el año con énfasis en primavera.</li> <li>• Alimentación Restaurantes de la comuna.</li> <li>• Actividades: Visita viñas, gastronomía, paseos parques, Turismo deportivo y de naturaleza.</li> </ul>	
<b>Nacional II</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedencia: otras ciudades de Chile</li> <li>• GSE : ABC1</li> <li>• Tipo de visita: no organizada</li> <li>• Motivo de vista: tour viñas y comer en restaurantes de la comuna.</li> <li>• Fechas de visitación: todo el año con énfasis en primavera.</li> <li>• Alimentación Restaurantes de la comuna.</li> <li>• Actividades: Visita viñas, gastronomía, paseos parques, Turismo deportivo y de naturaleza.</li> </ul>	<b>Mediano</b>
<b>Negocios I</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chilenos - Extranjeros</li> <li>• Realizan reuniones de trabajo en Pirque</li> <li>• Actividades: Salidas a restaurantes y pubs por la noche. En el tiempo libre realizan alguna actividad de Turismo de Intereses Especiales.</li> </ul>	<b>Mediano</b>
<b>Negocios II</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chilenos – Extranjeros</li> <li>• Se encuentran trabajando o en reuniones en Santiago de lunes a viernes.</li> <li>• Vistan Pirque por el fin de semana como alternativa de esparcimiento.</li> <li>• Actividades: Visita viñas, gastronomía, Turismo Intereses Especiales.</li> </ul>	<b>Mediano</b>

## 6. ESTRATEGIAS

Como ha sido señalado en la sección anterior, el proceso lógico que deriva de la definición de los objetivos, consiste en la selección y definición de las estrategias que es preciso adoptar para alcanzar los resultados planteados. El plan se propone cinco áreas estratégicas, que vienen a responder a los elementos fundamentales contenidos en los objetivos, estos son calidad, comunicación, conciencia turística y ambiental, gestión y promoción territorial, y finalmente inversión turística. A continuación se presentan las estrategias en función de los objetivos correspondientes:

### 1. Desarrollar una oferta turística integrada de calidad

- a) Enfocar en el mejoramiento de la experiencia turística.
- b) Mejorar la calidad de la oferta turística actual, sobre la base de estándares internacionales y normas de calidad establecidas para productos y servicios.
- c) Impulsar el desarrollo de una oferta turística que comprenda diversidad, logrando un encadenamiento de valor entre las distintas empresas y sectores de la comuna.
- d) Ampliar la oferta, enfocando el desarrollo en Turismo de Naturaleza y Turismo de Intereses Especiales, reflejando los atributos diferenciadores y competitivos de la comuna frente a otros destinos.
- e) Poner en valor el patrimonio histórico-cultural de la comuna.
- f) Desarrollar una adecuada oferta de infraestructura y servicios públicos.
- g) Estructurar y promover una entretenida variedad de circuitos integrados de duración mayor de un día.

### 2. Dar a conocer a Pirque como destino turístico

- a) Crear una identidad turística diferenciada. que conserve y fortalezca su esencia y carácter rural.
- b) Generar una imagen positiva de Pirque, a través de una comunicación efectiva, interactiva y permanente con los distintos mercados objetivos, sobre la base de información de calidad, mensajes consistentes y medios creativos.

- c) Mejorar el servicio de información turística, a través de las distintas fuentes y medios de información turística disponibles.
- d) Crear y promover grandes eventos culturales que generan interés, noticias y mayores flujos de turistas durante periodos determinados.
- e) Dar a conocer la diversidad de la oferta turística de Pirque, logrando ampliar los programas comercializados por los tour operadores y aumentar la dispersión de visitantes dentro del territorio. Crear campañas promocionales, explotando las oportunidades presentadas en los canales tradicionales y nuevos, con el énfasis en medios innovadores y marketing directo.

### 3. Generar una conciencia turística y ambiental

- a) Generar adhesión del Plan de Desarrollo Turístico.
- b) Desarrollar herramientas y acciones dirigidas tanto a los habitantes y empresarios de Pirque, como a los turistas.
- c) Dar a conocer las normas relacionadas con una efectiva gestión ambiental.
- d) Incentivar el desarrollo de ecoturismo en la comuna.
- e) Crear sinergia entre turismo y educación, integrando acciones que entreguen información explícita sobre geografía, costumbres, cultura y conservación.
- f) Incentivar a la población residente y flotante la adopción de cambios en el comportamiento, orientándose hacia el respeto por la naturaleza y el medio ambiente.

### 4. Lograr una efectiva gestión y promoción territorial

- a) Centrar en la Municipalidad de Pirque el rol de la planificación y desarrollo de la actividad turística, concentrando la comunicación y coordinación de las actividades relacionadas.
- b) Motivar e incentivar la participación de empresas, agrupaciones y habitantes de la comuna para lograr un trabajo asociativo y maximizar el número de beneficiarios.
- c) Incentivar la formación de una sola asociación gremial con mayor representación de las empresas turísticas de la comuna.
- d) Planificar y desarrollar la realización de herramientas y acciones promocionales en asociación con las empresas turísticas del destino.
- e) Establecer normas y ordenamientos que guíen y rijan el desarrollo turístico, acompañadas

por un eficiente sistema de implementación y fiscalización.

f) Desarrollar alianzas y campañas en conjunto, con Turismo Chile, para la promoción internacional y con otros destinos nacionales para la promoción interna.

#### 5. Incentivar el emprendimiento empresarial y la inversión turística

a) Promover y facilitar la inversión turística a través de la entrega de información y asesoría sobre las oportunidades, requerimientos y mecanismos de fomento.

b) Desarrollar herramientas y acciones dirigidas a incentivar y atraer inversiones.

## 7. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

El proceso de implementación desempeña un rol determinante en cuanto a efectividad del plan propuesto, convirtiéndolo en acciones concretas y asegurando que éstas sean ejecutadas en función del cumplimiento de los objetivos establecidos. En este sentido, con la finalidad de coordinar una eficiente implementación operacional del Plan de Desarrollo Turístico de Pirque, se presenta esta sección destinada a definir el desarrollo de productos y servicios turísticos.

### 7.1 Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos

El desarrollo de productos y servicios turísticos en la comuna de Pirque deberá reflejar indefectiblemente la visión que guía el presente plan, la que comprende dentro de sus elementos lograr diversidad y calidad de la oferta turística para el destino, extendiéndose en el objetivo general correspondiente a desarrollar una oferta integrada de calidad.

Este proceso se concibe en torno a dos ejes, en primer lugar el correspondiente al mejoramiento de la oferta actual y en segundo lugar, el desarrollo de una nueva oferta, contemplando los siguientes aspectos:

- ⇒ **Calidad de productos y servicios** - incrementar el nivel de calidad tanto en la composición de los productos como en la entrega del servicio, sustentado en estándares internacionales y en las normas establecidas por SERNATUR e INN.
- ⇒ **Productos y servicios innovadores y diferenciados** - incorporar innovación en las propuestas de productos y servicios que ofrezca el destino, constituyendo una oferta de valor con respecto a otros destinos.
- ⇒ **Relación precio-calidad** - estableciendo un equilibrio entre el precio y el valor entregado en cuanto a calidad del producto o servicio, dejando satisfecho al turista en relación a lo que ha pagado.
- ⇒ **Variedad** - aumentar la variedad de productos y servicios, ofreciendo diversas alternativas de turismo.
- ⇒ **Valor agregado** - incorporación de elementos que generen mayor valor y sean percibidos de esta forma por los turistas.
- ⇒ **Identidad** - la mantención y el reforzamiento de la identidad turística de Pirque debe trabajarse en forma consistente y global, debiendo reflejarse en cada una de las acciones que se lleven a cabo, con el fin de favorecer la consolidación de un destino que destaca por su carácter campestre, naturaleza y oferta de intereses especiales.

En esta perspectiva, se requiere considerar también los proyectos de generación potencial o en proceso de realización que pasarían a formar parte de la planta turística de Pirque, que fueron contemplados en el catastro que precede a la formulación de este plan, correspondiendo a modificaciones de proyectos existentes y a proyectos nuevos, cuya materialización se formalizaría durante el año 2008 y 2009.

### 7.1.1 Mejoramiento de la Oferta Actual

Como parte del plan de implementación y en línea con las estrategias que orientan este trabajo, se plantea mejorar la oferta turística que posee Pirque en la actualidad, basándose en las normas de calidad propuestas por Sernatur y en estándares de calidad internacional. De esta forma se responde a las limitantes detectadas en el proceso de evaluación de la oferta turística de Pirque, presentando un déficit en la calidad de los elementos que la componen y exigiendo ser conducida hacia estándares superiores. A continuación se presenta el cuadro de evaluación de Pirque como destino turístico, que contiene información proveniente de los actores claves de la comuna, el cual no constituye un panorama suficientemente favorable para el destino, demostrando la necesidad de perfeccionamiento. Efectivamente, la calidad de la oferta turística en general dista de ser positiva, alcanzando una baja calificación promedio. Puntualmente, alojamiento, operadores de servicio turístico y transporte son los elementos peor evaluados.

**Tabla 7.1. Evaluación de la calidad de la oferta turística de Pirque**

Elementos	Calificación (escala 1 a 7)
Ubicación geográfica	6.6
Atractivos turísticos	4.5
Gastronomía	4.4
Limpieza de la comuna	4.2
Estado de las calles y vías de acceso	4.1
Actividades turísticas	4.0
Relación calidad - precio	4.0
Señalética	4.0
Transporte	3.6
Atención e información al turista	2.9
Operadores de servicio turístico	2.5
Alojamiento	1.8
Promedio Destino	3.8

En respuesta a esta problemática, el siguiente cuadro presenta propuestas de mejoramiento de distintos elementos de la oferta turística, describiendo las correspondientes actividades que son necesarias de realizar con este fin.

**Tabla 7.2. Potencial de desarrollo de los diversos elementos que componen la Oferta Turística Actual de Pirque.**

ELEMENTO	POTENCIAL DE DESARROLLO
Reserva Nacional Río Clarillo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la calidad de información otorgada a través de: la entrega de mapas impresos a cada grupo de visitantes en la entrada de la Reserva, colocar mapas de grandes dimensiones en la entrada y dentro de la Reserva indicando las distintas zonas de picnic, senderos, Centro de Información Ambiental y ubicación de servicios públicos.</li> <li>Habilitar e incentivar la visita al Centro de Información Ambiental, atendido por monitores que entreguen información y eduquen en términos ambientales a los visitantes.</li> <li>Efectiva incorporación de la concesión “Ecotienda” dentro de la reserva, kiosco dirigido a la venta de bebidas, snacks y recuerdos.</li> </ul>
Viñas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la calidad y ampliar la variedad de tours que ofrecen las viñas de acuerdo a los intereses de los visitantes, intensificando aspectos educativos y profundidad de información para aficionados.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agregar valor a la experiencia, incorporando en los tours, por ejemplo, la presentación de un video que muestre el proceso completo de la producción de vino, de cosecha hasta el embotellamiento, ofrecer productos complementarios para acompañar las degustaciones de vino, e incorporar la venta de artesanía temática de alta calidad en la salida de los recintos.</li> <li>Ampliar las actividades que se pueden ofrecer como complemento a los tours de vino, por ejemplo cabalgatas, talleres artesanales, entre otros.</li> </ul>
Pueblito de Artesanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la variedad y calidad de la oferta, concentrando especial atención en la definición de una línea artesanal propia de la zona, con representaciones de los mejores artesanos de Pirque.</li> <li>Ampliar los días de atención, de dos días (sábado y domingo) a cinco días, es decir de miércoles a domingo.</li> <li>Desarrollar y potenciar el calendario cultural con más actividades de interés turístico.</li> </ul>

<p><b>Alojamiento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la capacidad de habitaciones, y variedad y calidad de servicios que ofrecen.</li> <li>• Ofrecer gastronomía típica e integrar productos de la zona, idealmente orgánicos.</li> <li>• Los establecimientos de alojamiento deberán acogerse al sistema de Calidad para los Servicios Turísticos impulsado por SERNATUR, optando por la certificación.</li> </ul>
<p><b>Alimentación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar la oferta gastronómica guiada por las bases de una identidad comunal.</li> <li>• Mejorar la calidad tanto de la oferta, gastronomía e infraestructura, como el servicio para que cumplan con estándares internacionales.</li> <li>• Mejorar la relación precio-calidad, agregando valor a su oferta, tal como música en vivo, recuerdos, etc.</li> <li>• Incorporar módulos de artesanía de alta calidad en los restaurantes turísticos.</li> </ul>
<p><b>Centros Recreacionales</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad de la infraestructura y servicios en general.</li> <li>• Incorporar una oferta de actividades tales como caminatas o cabalgatas.</li> </ul>
<p><b>Centros de Eventos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como prioridad se debe responder a una de las grandes molestias de los habitantes de Pirque, la operación ilegal de propiedades privadas como centros de eventos, generando ruidos e incomodidad a los vecinos. Por tal motivo, se deben reforzar las normas legales y realizar una fiscalización.</li> <li>• Para los centros de eventos regularizados se recomienda integrar actividades complementarias de la comuna, ejemplo la venta de artesanía o productos locales, actividades como caminatas o cabalgatas.</li> </ul>
<p><b>Spa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar su oferta con tratamientos novedosos relacionados con características de la zona tal como vinoterapia.</li> </ul>
<p><b>Eventos Culturales</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar los eventos actuales: Fiesta del Vino, Festival Musical Rosita Renard, Fiestas Patrias, Festival de Jazz, Rodeos.</li> </ul>
<p><b>Infraestructura y Servicios Públicos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el servicio de la oficina de información turística municipal: colocar señalética indicando su ubicación y horas de atención, informadoras capacitadas y bilingües, ambiente acogedor, adecuado material y herramientas de apoyo (mapas, folletería de la comuna y de las empresas turísticas, directorio de los productos y servicios turísticos,</li> </ul>

	<p>acceso al sitio web turístico de la Municipalidad), mapa turístico en formato gigantografía colocado en la entrada a la Municipalidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dentro del sitio municipal crear un mini-sitio dedicado a turismo, con detalles de la oferta turística y los proveedores de los distintos productos y servicios.</li> <li>• Disponer de adecuada señalética turística para los principales atractivos y sectores.</li> <li>• Diseño e implementación de un sistema de control de tránsito con el objetivo de descongestionar las vías principales durante los horarios peak, enfocando en el tránsito de camiones.</li> <li>• Disponer de suficientes basureros y contenedores con un servicio eficiente de limpieza de la comuna.</li> </ul>
--	--

### 7.1.2 Nueva Oferta

En el desarrollo de la nueva oferta se han tomado en consideración aspectos revelados por el estudio de mercado realizado a los turistas de Pirque, el cual identifica carencias de la oferta turística y determina las prioridades en relación al desarrollo futuro. Obedeciendo a esta información, se considera preponderante el desarrollo de elementos de alojamiento, actividades turísticas, circuitos integrados y operadores locales.

De la misma forma se considera oportuno ampliar la oferta hacia otros segmentos de turismo. En la actualidad la oferta turística está principalmente dirigida a Turismo de Naturaleza, Enoturismo y Turismo Gastronómico, no obstante se ha identificado la necesidad de seguir fortaleciendo estos segmentos y desarrollar nuevas ofertas dirigidas a:

- ➔ Turismo Rural
- ➔ Turismo Cultural
- ➔ Agroturismo
- ➔ Turismo de Aventura
- ➔ Turismo Deportivo
- ➔ Turismo de Reuniones

En concordancia con lo anterior, el aditamento de actividades turísticas relacionadas con la cultura, el deporte, el campo, la montaña, etc., resulta de vital importancia de cara a proporcionar mayores alternativas de entretenimiento y esparcimiento a los turistas, así como permitir

la prolongación de los tiempos que destinan a pasar en Pirque. De igual forma, se requiere la estructuración de nuevos circuitos, que incorporen atractivos aún no comercializados.

Por otra parte, el encadenamiento de actividades productivas es un aspecto considerable en el desarrollo de productos y servicios con el fin de dirigirse hacia un turismo dinámico y sustentable, convirtiéndose en un proceso reactivador de la economía local que promueve el aprovechamiento eficiente de los recursos de la zona. De esta forma es posible contar con el desarrollo e incorporación de productos naturales, entre los que sobresalen productos como miel, frutas o aceites ecológicos, hierbas, plantas, etc., y productos artesanales, entre los que se encuentran alimentos, cerámica, cosméticos, tejidos, muebles, artículos de cuero, flores y frutos secos, jabones, perfumes, etc.

En torno a la información recogida en el catastro realizado, que identificó el potencial de desarrollo de cada sector de la comuna. De este modo y haciendo referencia a la siguiente tabla, es posible distinguir que el Sector de San Juan tiene potencial de desarrollo la Viña Jardín Corcoran Galery, así como la incorporación de restaurantes de temáticas especiales.

En tanto, en el sector correspondiente a Santa Rita destacan como potenciales atractivos turísticos, el Castillo Las Majadas, las casas patronales, y museos. La incorporación de restaurantes en el Camino Las Rosas, cerca de la Viña Santa Alicia, se plantea como otra posibilidad.

Para el caso del Sector Lo Arcaya, sobresale la recuperación de casas patronales y la Iglesia Lo Arcaya como fundamental impulso a los atractivos turísticos, además del surgimiento de restaurantes en el Camino Macul, cerca de la Viña Haras de Pirque.

En el Sector El Principal destaca como potencial de desarrollo de atractivos, las viviendas patronales y la Iglesia El Principal. Existiendo además, un significativo potencial en la Reserva Nacional Río Clarillo en torno al desarrollo de restaurantes, alojamiento (hostelería rural, cabañas, sitios de camping) y actividades turísticas.

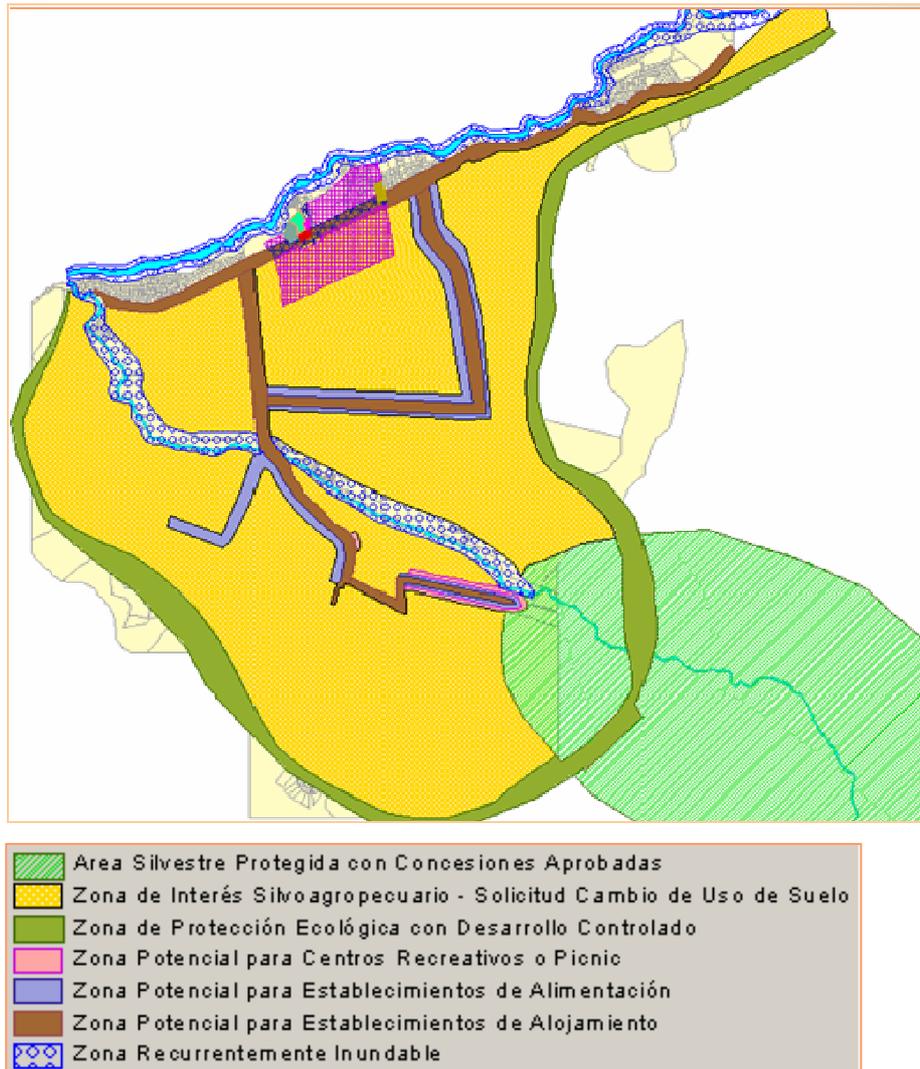
Cabe destacar que existe en todos los sectores un considerable potencial de desarrollo de alojamiento de tipo pequeños hoteles boutique y casas rurales que orientadas a la recuperación de las tradiciones campesinas ofrezcan un servicio de alojamiento.

Tabla 7.3. Sectores con Potencial de Desarrollo

SECTOR	POTENCIAL DE DESARROLLO
San Juan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos Turísticos: Viña Jardín Corcoran Gallery.</li> <li>• Alojamiento: hotel petite/boutique, alojamiento rural.</li> <li>• Restaurantes.</li> </ul>
Santa Rita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos Turísticos: Castillo Las Majadas, casas patronales, museos.</li> <li>• Alojamiento: hotel petite/boutique, alojamiento rural</li> <li>• Restaurantes: Camino Las Rosas, cerca de la Viña Santa Alicia.</li> </ul>
Avda. Virginia/ Ramón Subercaseaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento: hotel petite/boutique.</li> </ul>
Avda. Hernán Prieto hasta R.N. Río Clarillo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento: hotel petite/boutique, alojamiento rural.</li> <li>• Restaurantes.</li> </ul>
Lo Arcaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos Turísticos: Vivienda patronal e iglesia Lo Arcaya.</li> <li>• Alojamiento: hotel petite/boutique, alojamiento rural.</li> <li>• Restaurantes: Camino Macul, cerca de la Viña Haras de Pirque.</li> </ul>
El Principal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos Turísticos: Vivienda patronal e Iglesia El Principal.</li> <li>• Alojamiento: hotel petite/boutique, alojamiento rural.</li> <li>• Reserva Nacional Río Clarillo: restaurantes, alojamiento (hostelería rural, cabañas, sitios de camping) actividades turísticas.</li> <li>• Parque Vicente Huidobro: um parque, centro recreativo concesionado.</li> </ul>

En forma complementaria a la tabla, en el siguiente plano se visualiza la clasificación de las diversas zonas comprendidas dentro del área urbana de Pirque según el Plan Regulador Comunal. Se distinguen en él diversos usos y características específicas, tales como áreas destinadas a la vivienda, a servicios, agricultura, zonas de interés histórico, centro cívico, entre otras.

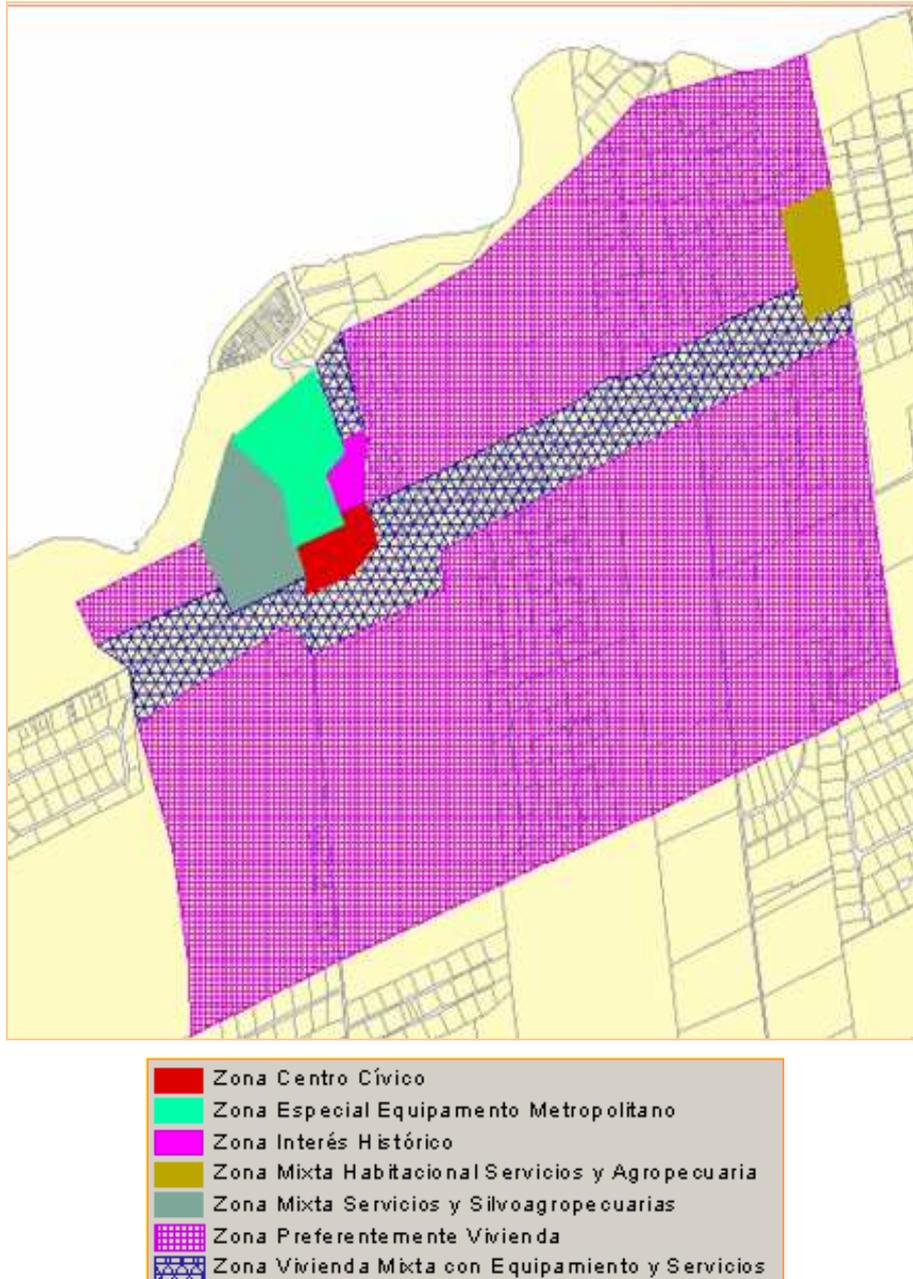
Figura 7.1. Mapa Zonificación Urbana



Fuente: Cartografía turística digital, Marketek Consulting.

De la misma manera, a continuación se presenta el plano que abarca toda la comuna de Pirque, incluyendo su área rural. Tiene el objetivo de orientar a los potenciales inversionistas en cuanto a las restricciones que presenta el territorio, como por ejemplo las áreas de interés silvoagropecuario, áreas silvestres protegidas, áreas de protección ecológica, zonas inundables, estableciendo recomendaciones en relación al tipo de proyecto que se podría ejecutar en cada área geográfica específica, traduciéndose en zonas potenciales para el desarrollo de centros recreaciones y picnic, establecimientos de alojamiento y restaurantes.

Figura 7.2. Mapa Zonificación Rural



Fuente: Cartografía turística digital, Marketek Consulting.

Haciendo referencia geográfica en los mapas expuestos, destacan tres zonas que debieran concentrar el máximo de esfuerzo de adaptación turística, dado que constituyen las principales áreas con potencial de desarrollo, ellas son Reserva Nacional Río Clarillo, Centro de Pirque y Santa Rita.

En relación a los estudios llevados a cabo, la reserva forestal constituye el principal atractivo turístico de la comuna, concentrando especial potencial para atraer un mayor número de turistas y un turista con mayor capacidad de gasto.

En tanto, el centro de Pirque actualmente no es considerado como parte de la oferta de atractivos turísticos, pero si es identificado por los participantes del estudio cualitativo como espacio fundamental en el desarrollo turístico de la comuna. Ciertamente constituye un área clave de potenciación, requiriendo una importante inversión que permita el emplazamiento de un área pública con carácter típico, donde se represente la identidad rural de Pirque, con matices culturales provenientes de obras artísticas de cultores locales. Éste debiera contemplar paisajismo de primer nivel, otorgando características singulares al espacio. El centro de Pirque deberá ser un centro cívico, eje preponderante que identifique y destaque las características diferenciadoras del destino y constituya el punto de referencia más importante para quien llega a la comuna.

El sector de Santa Rita constituye una importante zona en la cual es posible rescatar aspectos patrimoniales, en efecto, las casonas antiguas y áreas verdes podrían ser aprovechadas como fuente de inspiración de proyectos turísticos.

En relación a los elementos específicos con potencial de desarrollo, se destacan las actividades turísticas y el alojamiento, considerados en el estudio como los focos a los se debe dirigir, tal como lo señala la tabla 7.4 que se presenta más adelante.

Es importante considerar que en la actualidad no se explota adecuadamente el valor natural que posee Pirque, presentando la comuna un escaso desarrollo de actividades relativas al turismo de naturaleza fuera de la Reserva Nacional Río Clarillo. Dado que las condiciones naturales y ambientales del territorio son aptos y bien dotados, se propone potenciar actividades de aventura, deporte y culturales (relacionados con el carácter campestre) que den a conocer el entorno privilegiado, aprovechando los atractivos naturales y vegetación singular, aire limpio y clima agradable.

El alojamiento fue identificado en las entrevistas aplicadas a actores relacionados y encuestas a turistas, como el elemento más deficiente de la oferta turística actual de Pirque, por lo tanto, necesario aumentar la capacidad y variedad hotelera, dado que la falta de oferta en esta área, frena el desarrollo de otros elementos del turismo. En efecto, sin una adecuada oferta de alojamiento, los turistas no estarán dispuestos a quedarse en Pirque, disminuyendo las posibilidades de gasto y consumo de productos y servicios. En este contexto, resulta primordial el

desarrollo de la oferta de establecimientos de alojamiento de buena calidad, pequeños, acogedores, estilo rústico, con infraestructura que destaque y se adapte a las características del territorio, contemplando categorías de 3 y 4 estrellas.

De forma de facilitar información más específica para el desarrollo de productos y servicios se presenta la siguiente tabla, contemplando una propuesta de desarrollo de acuerdo a las necesidades propias de cada atractivo turístico. Es importante considerar en este desarrollo la incorporación de tematización de restaurantes, hoteles y circuitos, planteándose como una importante fuente de nuevos productos turísticos diferenciados y con valor añadido.

**Tabla 7.4. Potencial de Desarrollo de la Nueva Oferta Turística de Pirque**

ELEMENTOS	POTENCIAL DE DESARROLLO
Reserva Nacional Río Clarillo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circuitos guiados y actividades turísticas de aventura: caminatas, cabalgatas, ecoturismo, escalada.</li> <li>• Alojamiento: Sitios de camping, cabañas, refugios.</li> <li>• Alimentación: restaurante o cafetería que ofrezca bebidas y comidas durante el día.</li> </ul>
Centro de Pirque	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un Centro Turístico de Pirque con una puerta de entrada, dando la bienvenida a los visitantes, una plaza central, una mapa turístico en formato gigante, una oficina de información turística y una muestra histórica-cultural.</li> </ul>
Parque Vicente Huidobro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformar el parque en una atractiva área verde que acoja tanto a los habitantes de la comuna como a los turistas, incorporando un trabajo paisajístico, elementos auténticos del campo chileno.</li> <li>• Desarrollar actividades relacionadas con el mundo rural durante todo el año.</li> <li>• Incentivar el desarrollo de un proyecto recreativo a través de concesión.</li> </ul>
Media Luna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar rodeos y eventos culturales de mayor impacto turístico.</li> <li>• Desarrollar muestras y cursos de aprendizaje para fomentar el interés por conocer y experimentar el rodeo y otras tradiciones chilenas.</li> </ul>
Atractivos Potenciales	<p>Se ha identificado el potencial de desarrollar los siguientes atractivos turísticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viña Jardín Corcoran Gallery</li> <li>• Vivienda Patronal e Iglesia Lo Arcaya</li> <li>• Vivienda Patronal e Iglesia El Principal</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iglesia La Puntilla</li> <li>• Castillo de Majadas</li> <li>• Cristo Negro</li> <li>• Casas patronales y bodegas antiguas convertidas en restaurantes, talleres de artesanía, museos de diferentes temáticas (vino, rural, costumbrista).</li> </ul>																																											
<b>Infraestructura Pública</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear veredas y paseos peatonales.</li> <li>• Desarrollar ciclovías en el sector Santa Rita (Camino Las Rosas) y Avda. Alcalde Hernán Prieto hasta El Principal.</li> </ul>																																											
<b>Actividades Turísticas</b>	<p>Desarrollar las siguientes categorías de actividades turísticas:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividad</th> <th>Duración</th> <th>Exigencia Física</th> <th>Localidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Caminatas</td> <td>30 - 60 min.</td> <td>Baja</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• Centros Recreativos</li> <li>• El Principal Golf y Polo Club</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Trekking/ Hiking</td> <td>90 min. a 6 horas</td> <td>Media</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Cabalgatas</td> <td>30 min.</td> <td>Baja</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• Centros Recreativos</li> <li>• El Principal Golf y Polo Club</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>1 a 6 horas</td> <td>Media</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Ciclismo</td> <td>30 - 60 min.</td> <td>Baja</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Camino Las Rosas</li> <li>• Avda. Alcalde Hernán Prieto hasta El Principal</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Mountain bike</td> <td>1 a 3 horas</td> <td>Media</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Rodeo</td> <td>15-30 min</td> <td>Media-Alta</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medialuna Municipal Los Corrales</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Observación de flora y fauna</td> <td>30 min – 2 horas</td> <td>Baja</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Escalada/ Montañismo</td> <td>30 min – 2 horas</td> <td>Media-Alta</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>Agroturismo</td> <td>30 min – 2 horas</td> <td>Baja-Media</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• Centros Recreativos</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Actividad	Duración	Exigencia Física	Localidad	Caminatas	30 - 60 min.	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• Centros Recreativos</li> <li>• El Principal Golf y Polo Club</li> </ul>	Trekking/ Hiking	90 min. a 6 horas	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>	Cabalgatas	30 min.	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• Centros Recreativos</li> <li>• El Principal Golf y Polo Club</li> </ul>	1 a 6 horas	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>	Ciclismo	30 - 60 min.	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camino Las Rosas</li> <li>• Avda. Alcalde Hernán Prieto hasta El Principal</li> </ul>	Mountain bike	1 a 3 horas	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>	Rodeo	15-30 min	Media-Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medialuna Municipal Los Corrales</li> </ul>	Observación de flora y fauna	30 min – 2 horas	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>	Escalada/ Montañismo	30 min – 2 horas	Media-Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>	Agroturismo	30 min – 2 horas	Baja-Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• Centros Recreativos</li> </ul>
Actividad	Duración	Exigencia Física	Localidad																																									
Caminatas	30 - 60 min.	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• Centros Recreativos</li> <li>• El Principal Golf y Polo Club</li> </ul>																																									
Trekking/ Hiking	90 min. a 6 horas	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>																																									
Cabalgatas	30 min.	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• Centros Recreativos</li> <li>• El Principal Golf y Polo Club</li> </ul>																																									
	1 a 6 horas	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>																																									
Ciclismo	30 - 60 min.	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camino Las Rosas</li> <li>• Avda. Alcalde Hernán Prieto hasta El Principal</li> </ul>																																									
Mountain bike	1 a 3 horas	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>																																									
Rodeo	15-30 min	Media-Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medialuna Municipal Los Corrales</li> </ul>																																									
Observación de flora y fauna	30 min – 2 horas	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>																																									
Escalada/ Montañismo	30 min – 2 horas	Media-Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R.N. Río Clarillo</li> <li>• La Cordillera</li> </ul>																																									
Agroturismo	30 min – 2 horas	Baja-Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viñas</li> <li>• Centros Recreativos</li> </ul>																																									
<b>Circuitos Turísticos</b>	Desarrollar nuevos circuitos turísticos con las siguientes características:																																											

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duración: 1 a 5 días.</li> <li>• Que ofrezcan una interesante mezcla de experiencias/actividades</li> <li>• Que integren diferentes sectores de la comuna y los distintos elementos turísticos: alojamiento, gastronomía, atractivos y actividades.</li> </ul> <p>Ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta de Vino de Pirque (incluyendo visitas a todas las viñas de Pirque abierto al público, presentando cada viña una propuesta diferente de valor).</li> <li>• Circuitos históricos-culturales/Circuito Patrimonial, mostrando el carácter campestre/tradicional: visitas a viviendas patronales e iglesias, talleres de productos artesanales de alimentación: queso, miel, chocolate, vino artesanal.</li> <li>• Circuitos de caminata, cabalgata, bicicleta.</li> <li>• Circuitos turísticos para complementar el mercado de reuniones de negocios.</li> <li>• Excursiones de trekking/cabalgatas con acampada en la cordillera.</li> </ul>
<p><b>Alojamiento</b></p>	<p>Desarrollar las siguientes categorías de alojamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento rural, de 2 a 8 habitaciones, estilo <i>Bed &amp; Breakfast</i>, 3 estrellas, idealmente en casas patrimoniales, con un servicio familiar.</li> <li>• Hoteles petite/boutique, de 10 a 20 habitaciones, 3 a 4 estrellas, con alto nivel de calidad, servicio, comodidad y gastronomía.</li> <li>• Cabañas en sitios naturales.</li> <li>• Sitios de camping de nivel medio-alto.</li> </ul>
<p><b>Alimentación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una identidad gastronómica para la comuna, sobre la base de productos propios e idealmente orgánicos y un estilo tradicional, auténtico y casero de alta calidad.</li> <li>• Crear locales, ubicados en las avenidas principales que vendan productos locales de buena calidad, tales como empanadas chilenas, pan amasado, sopaipillas, mote con huesillo, queso de cabra, miel, uvas y pasteles.</li> <li>• Aumentar número de restaurantes y variedad de propuestas culinarias en lugares donde hoy no cuentan con una oferta gastronómica.</li> </ul>
<p><b>Centros Recreacionales</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una oferta de centros recreacionales orientados a familias de nivel medio-alto provenientes de Santiago, que combinen</li> </ul>

	<p>gastronomía de buen nivel, piscina, paseos a caballo o pony, terapias de relajación, deportes, entretención infantil, guarderías de niños.</p>
<b>Centros de Eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar nuevos centros con énfasis en el carácter rural, proporcionando alternativas de gran valor gastronómico y elevada producción, dirigido al segmento de Turismo de Reuniones.</li> </ul>
<b>Eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliar la oferta con eventos:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- musicales</li> <li>- costumbristas (rodeos, carreras de caballos, muestra de la trilla a yegua)</li> <li>- folcloristas</li> <li>- artísticos (muestras de artesanía, exposiciones de trabajos de estudiantes o artesanos sobre temas propios de la chilenidad - la espuela, el huaso, la chupalla, el chamanto, etc.).</li> <li>- Deportivos: ciclismo, caminatas, cabalgatas, maratones, creando carreras a nivel regional.</li> </ul> </li> <li>• Feria Campestre</li> <li>• Talleres de fin de semana para turistas (hacer cacharros de greda, creación de una viña jardín, etc.).</li> </ul>
<b>Servicios Complementarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la generación de artesanía autóctona aprovechando las materias primas propias de la zona.</li> <li>• Creación de operadores locales de actividades turísticas.</li> <li>• Formación de guías turísticos locales.</li> <li>• Casa de Cambio</li> <li>• Servicio de transporte turístico - que abarque especialmente el trayecto desde el metro de Puente Alto hasta los diferentes atractivos de Pirque, principalmente aquellos que se encuentran cercanos a la montaña y son de difícil acceso.</li> </ul>

## 7.2 Plan de Acciones

En el desarrollo de esta sección se presentan las acciones que comprenden actividades específicas y programas de apoyo, concebidos en reciprocidad a los objetivos y estrategias del Plan de Desarrollo Turístico de Pirque. En este sentido, la siguiente tabla relaciona cada objetivo con la estrategia sugerida y las acciones concretas que materializan estos propósitos, estableciendo una secuencia lógica. Por ejemplo:

El objetivo N° 1 “Desarrollar una oferta turística integrada de calidad, que satisfaga las necesidades y supere las expectativas de los turistas, dando origen a una experiencia memorable y posterior recomendación” se logra a través de las siguientes estrategias:

- a) Enfocar en el mejoramiento de la experiencia turística.
- b) Mejorar la calidad de la oferta turística actual, sobre la base de estándares internacionales y normas de calidad establecidas para productos y servicios.

Estas estrategias a su vez se transforman en acciones concretas a través de la realización **Estudios Cualitativos** y la adopción del **Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos**, las que al ser materializadas entregarán como resultado el cumplimiento de los objetivos consignados en el origen del plan.

Cabe mencionar que la información detallada correspondiente a cada una de las acciones propuestas se presenta a continuación en las fichas técnicas, conteniendo una descripción y glosa de las actividades e integrando las herramientas necesarias de implementación, así como las consideraciones de acuerdo al cronograma planteado, presupuesto y financiamiento.

Tabla 7.5. Acciones Propuestas

Objetivo	Estrategia	Acción	Descripción
1	1a, 1b	Estudios Cualitativos	Dirigidos a turistas, empresarios y canal de comercialización
		Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos	Basado en el Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos formulado por SERNATUR, y considerando estándares de calidad internacional. Incorpora presentación, manual, talleres de capacitación y registro de empresas certificadas.
	1c, 1d	Programa de Emprendimiento y Innovación en el Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios Turísticos	Registro de oportunidades de desarrollo turístico, presentación y talleres de capacitación.
		Eventos Culturales / Turísticos	Potenciar y desarrollar 5 grandes eventos de interés turístico.
	1a, 1e	Iniciativa para Convertir el Patrimonio Comunal en Atractivos Turísticos	Elaboración de propuestas para el desarrollo del patrimonio histórico-cultural comunal en atractivos turísticos.
	1a, 1f, 2c	Sistema de Asistencia e Información Turística	Contempla mejoramiento del funcionamiento de la oficina de información turística municipal, registro de la oferta turística, información impresa y fuentes virtuales.
		Gestión de Obras de Infraestructura Turística	Un proyecto que entregue detalles sobre el desarrollo de distintas obras de Infraestructura turística: infraestructura de bienvenida, señalética turística vial, parques y paseos públicos, ciclovía.
	1g	Circuitos Turísticos Integrados	Estructuración de nuevos circuitos turísticos de duración mayor de un día, integrando distintos sectores y elementos turísticos de la comuna.

2 y 4	2a	<b>Creación de una Identidad Turística</b>	Desarrollo de un logo y eslogan turístico, además de un manual de normas gráficas.
	2b-2e, 4d, 4f	<b>Programa de Promoción Turística</b>	Contempla campañas de RR.PP., Prensa, Marketing Directo, participación en presentaciones, ferias y workshops. Además, considera sitio Web, bases de datos, boletín electrónico, comunicados y viajes de prensa, mapa turístico, pendones, presentación promocional.
		<b>Plan de Marketing Turístico</b>	Elaboración de un Plan de Marketing Turístico para el período 2010 a 2013
3	3a	<b>Programa de Marketing Interno</b>	Conjunto de actividades para dar a conocer los objetivos, beneficios y oportunidades presentadas en el Plan de Desarrollo Turístico.
	3b, 3c	<b>Programa de Conciencia Turística y Ambiental</b>	Creación de un programa dirigido a generar una conciencia turística y ambiental en la comuna que incluya como componentes presentaciones, manual, afiches, letreros y sitio web.
	3d	<b>Programa de Ecoturismo</b>	Programa dirigido a desarrollar e incorporar el concepto de Ecoturismo en la comuna, compuesto por presentaciones y talleres realizados en la Reserva Nacional río Clarillo.
	3e	<b>Programa Turístico Escolar</b>	Incorporación de la conciencia turística y ambiental en los programas de estudio de los colegios de la comuna, para crear una sinergia entre turismo y educación.
4	4a, 4b, 4e	<b>Programa de Gestión Territorial</b>	Creación de un programa con el fin de desarrollar una gestión territorial efectiva, compuesto por la formación y funcionamiento de una Mesa de Gestión Turística (Comité Público-Privado), Gestión Interna, Intramunicipal e Interinstitucional, resultando en una Agenda de Trabajo, Normas de

			Ordenamiento Turístico, Sistema Normativo Ambiental, Plan Regulador Comunal, entre otros.
	<b>4c</b>	<b>Programa de Asociatividad</b>	Incentivar la asociación de las empresas turísticas de Pirque en una sola entidad gremial, crear asociaciones con otros destinos turísticos y organizaciones responsables de la promoción turística (SERNATUR, Turismo Chile).
	<b>4b, 4d, 4e, 4f</b>	<b>Programa de Promoción Territorial</b>	Con el fin de lograr la planificación y realización de promoción turística a nivel de destino, este programa incluye la formación y funcionamiento de una Mesa de Promoción Turística (Comité Público-Privado) que dentro de sus funciones coordinará la elaboración del Calendario Anual de Acciones y Herramientas Promocionales y el Plan de Marketing Turístico 2010-2013
<b>5</b>	<b>5a</b>	<b>Sistema de Asistencia y Información a Inversionistas</b>	Este sistema contempla la asignación de una persona dentro de la Municipalidad encargada de atender y asesorar potenciales inversionistas, de entregar información sobre oportunidades de desarrollo de proyectos, ayudar en la facilitación de gestiones a inversionistas. Además incluye un Manual de Inversión (impreso y sitio Web) y una sección dedicada a la inversión en proyectos turísticos dentro del sitio turístico de la Municipalidad.
	<b>5b</b>	<b>Programa de Promoción de Inversión Turística</b>	Un programa dirigido a promover e incentivar la inversión turística en la comuna compuesto por acciones de Marketing Directo, RR,PP., Prensa, presentaciones, misiones y encuentros empresariales.

### 7.3 CRONOGRAMA

En la página siguiente se presenta el cronograma correspondiente a las acciones que deben ser efectuadas, el cual contempla un periodo de ejecución desde noviembre de 2008 a diciembre de 2012. Cabe señalar que en color verde se presenta la implementación de la acción propiamente tal y en rojo el tiempo requerido para preparación, además en la sección de Anexos de este documento se describe cada acción a través de una ficha que contiene consideraciones y explicaciones referidas al cronograma.

Tabla 7.6. Cronograma de Acciones

ACCIONES	2008		2009												2010												
	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Estudios Cualitativos																											
Sistema de Calidad de Productos y Servicios Turísticos																											
Programa de Emprendimiento e Innovación en el Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios Turísticos																											
Eventos Culturales-Turísticos																											
Iniciativa para Convertir el Patrimonio Comunal en Atractivos Turísticos																											
Sistema de Asistencia e Información Turística																											
Gestión de Obras de Infraestructura Turística																											
Circuitos Turísticos Integrados																											
Creación de una Identidad Turística																											
Programa de Promoción Turística																											
Plan de Marketing Turístico																											
Programa de Marketing Interno																											
Programa de Conciencia Turística y Ambiental																											
Programa de Ecoturismo																											
Programa Turístico Escolar																											
Programa de Gestión Territorial																											
Programa de Asociatividad																											
Programa de Promoción Territorial																											
Sistema de Asistencia y Información a Inversionistas																											
Programa de Promoción de Inversión Turística																											

ETAPA 4 - PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE PIRQUE

ACCIONES	2011												2012											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estudios Cualitativos																								
Sistema de Calidad de Productos y Servicios Turísticos																								
Programa de Emprendimiento e Innovación en el Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios Turísticos																								
Eventos Culturales-Turísticos																								
Iniciativa para Convertir el Patrimonio Comunal en Atractivos Turísticos																								
Sistema de Asistencia e Información Turística																								
Gestión de Obras de Infraestructura Turística																								
Circuitos Turísticos Integrados																								
Creación de una Identidad Turística																								
Programa de Promoción Turística																								
Plan de Marketing Turístico																								
Programa de Marketing Interno																								
Programa de Conciencia Turística y Ambiental																								
Programa de Ecoturismo																								
Programa Turístico Escolar																								
Programa de Gestión Territorial																								
Programa de Asociatividad																								
Programa de Promoción Territorial																								
Sistema de Asistencia y Información a Inversionistas																								
Programa de Promoción de Inversión Turística																								

## 7.4 Modelo de Evaluación y Medición de Resultados

Esta sección tiene como objetivo determinar el proceso e indicadores que permitirán evaluar y medir los resultados de la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de Pirque y el cumplimiento de los objetivos y acciones presentados, como también detectar y definir los ajustes necesarios para mantener una adecuada actualización, reflejando las condiciones cambiantes del mercado.

Este proceso de evaluación y monitoreo, apunta a tres secciones del plan:

- Objetivos: imagen, oferta, calidad, canal de comercialización
- Planteamiento Estratégico
- Plan de Implementación

Se considera relevante que el Plan de Implementación se cumpla respondiendo a tiempo y en un orden específico. Para este fin se presenta el cronograma de actividades, el cual garantiza una coordinación adecuada.

La Municipalidad de Pirque deberá elaborar informes anuales, que contengan una evaluación cualitativa y cuantitativa del cumplimiento de la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico, comprendiendo lo siguiente:

- Resumen de las actividades realizadas.
- Seguimiento del cronograma, indicando el grado de cumplimiento a la fecha del informe.
- Información de cambios en la programación de las actividades.
- Análisis de los factores endógenos y exógenos, que han influido en el cumplimiento del programa anual.
- Encuesta a turistas: éstas deberán ser administradas por las empresas de turismo de la zona. Permitiendo tener información sobre las tendencias de la demanda, constituyendo un elemento orientador de gran importancia.
- Desarrollo de productos y servicios:
  - Mejoramiento de la calidad de los productos y servicios actuales.
  - Creación de nuevos productos y servicios.
  - Creación de nuevos circuitos.

➤ Herramientas:

- N° de elementos planificados a repartir v/s N° elementos efectivamente repartidos.
- N° de elementos presupuestados v/s N° de elementos efectivamente producidos.

➤ Acciones:

- N° de acciones planificadas v/s N° de acciones realizadas.
- N° de inversionistas contactados.
- N° de campañas promocionales realizadas.
- N° de reportajes de prensa y su valorización comercial equivalente.

## 8. PRESUPUESTO

Los costos estimados para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico de Pirque ascienden a un total de **\$154.300.000**, tal como puede apreciarse en las siguientes tablas. Durante el periodo de ejecución del Plan, 2008-2012, los costos se distribuyen en \$71.150.000 (46%) en el año 2009, \$41.400.000 (27%) en el año 2010, \$21.150.000 (14%) en el año 2011 y \$20.600.000 (13%) en el año 2012.

**Tabla 8.1. Resumen Presupuesto del Plan de Desarrollo Turístico de Pirque 2008-2012**

2009	2010	2011	2012	TOTAL
\$ 71.150.000	\$ 41.400.000	\$ 21.150.000	\$ 20.600.000	<b>\$ 154.300.000</b>
<b>46%</b>	<b>27%</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	

Es importante señalar las siguientes consideraciones:

- ➔ Para el año 2008 no se requiere presupuesto financiero dado que las acciones contempladas en este periodo, correspondiente a dos meses, no requieren financiamiento para su ejecución. Además, este periodo corresponderá a la preparación de acciones a nivel interno.
- ➔ Las siguientes acciones no figuran en el presupuesto dado que si bien requieren gestión, no generan costos: Circuitos Turísticos Integrados, Programa de Gestión Territorial y Programa de Asociatividad.

La siguiente tabla muestra el financiamiento del plan de acuerdo a las fuentes públicas o privadas involucradas.

**Tabla 8.2. Propuesta de Fuentes de Financiamiento**

Público		Privado (proveniente del sector público)		Aporte Privado		TOTAL
\$	%	\$	%	\$	%	
\$70.978.000	<b>46%</b>	\$70.978.000	<b>46%</b>	\$12.344.000	<b>8%</b>	\$154.300.000

Tabla 8.3. Presupuesto detallado de las acciones

ACCIÓN	ACTIVIDADES / HERRAMIENTAS	2009	2010	2011	2012	TOTAL
Estudios Cualitativos	Estudios Cualitativos	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 8.000.000</b>
Sistema de Calidad de Productos y Servicios Turísticos	Presentación de Calidad	\$ 350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000
	Manual de Calidad	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.000.000
	Talleres de Capacitación	\$ 1.000.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 2.500.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 3.850.000</b>
Programa de Emprendimiento e Innovación en el Desarrollo de Nuevos Productos y Servicios Turísticos	Presentación de Emprendimiento	\$ 350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000
	Talleres de Capacitación	\$ 1.500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 3.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 3.350.000</b>
Eventos Turísticos- Culturales	Eventos Culturales / Turísticos	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 8.000.000</b>
Iniciativa para Convertir el Patrimonio Comunal en Atractivos Turísticos	Proyecto Desarrollo de Patrimonio Histórico-Cultural n Atractivos Turísticos	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 2.000.000</b>
Sistema de Asistencia e Información Turística	Oficina de Información Turística Municipal	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.000.000
	Mapa Turística	\$ 750.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 2.250.000
	Guía Turística	\$ 2.000.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 3.500.000
	Cartografía Turística Digital	\$ 0	\$ 300.000	\$ 0	\$ 0	\$ 300.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 7.050.000</b>
Gestión de Obras de Infraestructura Turística	Infraestructura de Bienvenida	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 5.000.000
	Señalética Turística Vial	\$ 10.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10.000.000
	Parques y Paseos Públicos	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 40.000.000
	Ciclovía	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 5.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 60.000.000</b>
Creación de una Identidad Turística	Identidad Turística	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.000.000
	Guía de Normas Gráficas	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 500.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 1.500.000</b>

ETAPA 4 - PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE PIRQUE

ACCIÓN	ACTIVIDADES / HERRAMIENTAS	2009	2010	2011	2012	TOTAL
Programa de Promoción Turística	Marketing Directo	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 800.000
	Viajes de Prensa	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 2.000.000
	Presentación Promocional	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 250.000	\$ 1.250.000
	Participación en Actividades Promocionales (ferias, etc.)	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 13.000.000
	Publicidad	\$ 0	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 15.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 32.050.000</b>
Plan de Marketing Turístico	Elaboración Plan	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 5.000.000
	Banco de Imágenes	\$ 0	\$ 700.000	\$ 0	\$ 250.000	\$ 950.000
	Afiches	\$ 0	\$ 500.000	\$ 0	\$ 500.000	\$ 1.000.000
	Pendones	\$ 0	\$ 300.000	\$ 0	\$ 0	\$ 300.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 7.250.000</b>
Programa de Marketing Interno	Talleres	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 800.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 800.000</b>
Programa de Conciencia Turística y Ambiental	Presentación ppt	\$ 350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000
	Manual	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 500.000
	Afiches	\$ 200.000	\$ 0	\$ 200.000	\$ 0	\$ 400.000
	Letreros	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000
	Talleres	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 2.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 11.250.000</b>
Programa de Ecoturismo	Presentación ppt	\$ 350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000
	Manual	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 500.000
	Talleres	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 2.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 2.850.000</b>
Programa Turístico Escolar	Presentación ppt	\$ 350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000
	Manual	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 500.000
	Talleres	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 2.000.000
	<b>Total Acción</b>					<b>\$ 2.850.000</b>

ETAPA 4 - PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE PIRQUE

ACCIÓN	ACTIVIDADES / HERRAMIENTAS	2009	2010	2011	2012	TOTAL
Sistema de Asistencia y Información a Inversionistas	Manual de Inversiones	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000	\$ 0	\$ 350.000
	<i>Total Acción</i>					<b>\$ 350.000</b>
Programa de Promoción de Inversión Turística	Presentación ppt	\$ 350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000
	Marketing Directo	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 800.000
	Misiones y Encuentros Empresariales	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000
	<i>Total Acción</i>					<b>\$ 3.150.000</b>
		<b>\$ 71.150.000</b>	<b>\$ 41.400.000</b>	<b>\$ 21.150.000</b>	<b>\$ 20.600.000</b>	<b>\$ 154.300.000</b>
		<b>46%</b>	<b>27%</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	

## 9. FINANCIAMIENTO

El desarrollo de un esquema de financiamiento representa un aspecto fundamental en el logro de los objetivos que el Plan de Desarrollo Turístico se plantea, dado que los fondos municipales y privados son limitados. En este contexto, muchas de las acciones llevadas a cabo por empresas privadas reportan exclusivos beneficios particulares sin lograr una extensión hacia el sector turístico en general, por tal motivo el presente plantea la incorporación de aportes externos para la implementación de las distintas acciones. Existe una serie de instrumentos, fondos de capacitación y fuentes de financiamientos que pueden ser utilizados por pequeñas y medianas empresas o por emprendedores que se motiven en mejorar o ser parte de la oferta turística u otra iniciativa que colabore en el desarrollo del turismo dentro de Pirque.

En tal sentido, se presentan en este apartado las herramientas de financiamiento disponibles en la actualidad, algunas de ellas provenientes de fondos públicos nacionales, otras de fondos internacionales y fondos privados, que permiten el desarrollo de proyectos en el área de turismo.

A continuación se presentan alternativas potenciales de financiamiento:

### i) Fondos Nacionales

Constituido por programas e iniciativas gubernamentales que podrían facilitar actividades.

- ⇒ **Corporación de Fomento de la Producción - CORFO:** ofrece una gran variedad de programas de financiamiento y créditos que apoyan el desarrollo de nuevos negocios y el mejoramiento en la producción, gestión o tecnología de pequeñas y medianas empresas. Entre estos programas se destacan los siguientes:
  - a. Crédito CORFO Inversión: Busca proveer financiamiento de largo plazo de hasta Ch\$ 185 millones para que las pequeñas y medianas empresas puedan llevar adelante sus proyectos de inversión.
  - b. Crédito CORFO Microempresa: Financia inversiones y capital de trabajo para pequeños y medianos empresarios con un monto máximo de UF 1.500.
  - c. Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO): Facilita la creación de esquemas asociativos entre empresas de rubros similares para la creación de un proyecto común. Este programa financia hasta el 50% del monto del proyecto con tope máximo de Ch\$ 45 millones para la etapa de desarrollo.

- d. Fomento a la Calidad (FOCAL): Apoya la incorporación de Sistemas de Gestión Certificables en las pequeñas y medianas empresas (alojamiento turístico, agencias de viajes, tour operadores, actividades de turismo aventura y guías de turismo), para que cumplan con los estándares de calidad reconocidos nacional e internacionalmente. Subsidia hasta el 50% del costo total de cada etapa con tope máximo de Ch\$ 7 millones por empresa en la etapa de implementación y con tope de Ch\$ 1,8 millones por empresa para la etapa de verificación.

Para el caso del turismo recibe el nombre de Programa "Servicios Turísticos de Calidad" y permite a las empresas del sector turístico acceder a un subsidio para certificar su gestión según 18 normas especialmente desarrolladas para alojamientos turísticos, tour operadores y agencias de viajes. Una vez certificadas, pueden acceder al Sello Turístico de Calidad e ingresar al Registro Nacional de Entidades Turísticas Certificadas reconocidas por el Estado.

- e. Programa especial "Invest Chile": Este programa especial de CORFO, tiene como fin motivar inversiones a nivel nacional, entregando servicios de apoyo que consisten en la recepción y acompañamiento de los inversionistas nacionales e internacionales en los procesos de evaluación y materialización de sus negocios. Subsidia servicios de información, de facilitación de inversión y de gestión de entorno.
- f. Innovación Empresarial Individual: Consiste en un subsidio que apoya proyectos destinados a generar innovaciones de bienes, servicios, procesos, métodos de comercialización o métodos organizacionales, que además involucren mayor riesgo. Pueden postular empresas nacionales y personas naturales y financia hasta el 50% del monto total del proyecto con tope de 400 millones de pesos.
- g. Misiones tecnológicas: Es un subsidio que apoya la realización de viajes al extranjero, para acceder y posteriormente difundir, transferir y adecuar en Chile, conocimientos, prácticas y técnicas de producción que faciliten el desarrollo de innovaciones.
- h. Pasantías Tecnológicas: Es un cofinanciamiento de los gastos asociados a la pasantía de un profesional o técnico nacional en un centro tecnológico internacional o en una empresa extranjera.
- i. Consultorías Especializadas: Subsidio que apoya la contratación de expertos nacionales o extranjeros, para resolver problemas específicos cuya solución es de aplicación inmediata, con el objetivo de mejorar la competitividad de las empresas postulantes. Este

programa financia hasta el 50% del costo total del proyecto para empresas grandes y el 70% para pequeñas y medianas empresas, con un tope máximo de Ch\$ 30 millones.

- j. **Capital Semilla:** Consiste en un subsidio para estudios de preinversión y apoyo a la puesta en marcha de ideas de negocios innovadoras con expectativas de alto crecimiento, que presenten factores de diferenciación significativos, que no hayan sido implementados con anterioridad en el territorio nacional y presenten oportunidades comerciales, expectativas de rentabilidad y potencial de crecimiento. El capital semilla subsidia hasta un monto de Ch\$ 6 millones para estudios de preinversión y Ch\$ 40 millones para apoyo a la puesta en marcha.
- k. **Programa especial “Innovación en Turismo” INNOVA:** Este programa tiene como objetivo contribuir al desarrollo de ofertas distintivas, sustentables y de alta calidad abordando el potencial de generación de ingresos presente en el patrimonio natural y cultural del país. Algunos ejemplos de acciones emprendidas son “Valparaíso Patrimonial”, proyecto de Interés Público en el que Innova financió el diseño y puesta en marcha de productos-destino; o también el “SPACEOBS”, Lodging astronómico que requirió financiamiento para el desarrollo de servicios turísticos especializados en observación astronómica. Ambos proyectos presentan un alto grado de innovación al sector turístico de Chile, cumpliendo así con uno de los requisitos fundamentales para ser elegidos por CORFO.

⇒ **Servicio de Cooperación Técnica - SERCOTEC:** es una filial de CORFO, que apoya iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas para fortalecer la capacidad de gestión de sus empresarios. Para este fin ofrece asesorías y capacitación por medio de la web y un programa de financiamiento de proyectos Capital Semilla Empresa y Capital Semilla Emprendedor, a los cuales se postula a través de la convocatoria que abre SERCOTEC, en las fechas estipuladas.

a.- **Capital Semilla Empresa:** Es un fondo concursable de financiamiento no reembolsable para microempresas ya formalizadas, cuyo objetivo es el fortalecimiento de la innovación de productos, servicios y/o procesos. El monto del subsidio es de mínimo Ch\$ 2 millones y máximo Ch\$ 3 millones y el aporte del empresario debe corresponder como mínimo al 20% del monto total del proyecto.

b.- **Capital Semilla Emprendimiento:** Es también un fondo concursable, al que pueden postular quienes desean formar una empresa. El monto de subsidio es de Ch\$ 1,5 millones para la inversión inicial del negocio y Ch\$ 1,5 millones valorado en capacitaciones para el programa de formación y asesoría para el emprendimiento.

⇒ **Servicio Nacional de Capacitación y Empleo - SENCE:** el gobierno pone a disposición a través del SENCE, diferentes programas, instrumentos e incentivos para la capacitación de trabajadores de grandes, medianas o pequeñas empresas, con el objetivo de aumentar sus competencias laborales. Algunos de estos programas son:

a.- **Franquicia Tributaria SENCE:** Es una herramienta que incentiva a las empresas, contribuyentes de primera categoría de la ley de rentas a invertir en la capacitación de sus trabajadores y socios, lo que se refleja en un descuento del monto a pagar de sus impuestos.

b.- **Chile Califica:** Es un programa que otorga una beca del 100% para cursos de capacitación a dueños, socios, gerentes, administradores y trabajadores dependientes de las pequeñas y medianas empresas.

c.- **Becas Microempresas:** Son cursos de capacitación totalmente gratuitas, con subsidios de alimentación, movilización y seguro contra accidentes personales dirigidos hacia trabajadores dependientes e independientes de baja calificación laboral.

d.- **Programa especial de capacitación para microempresarios:** Son cursos de capacitación totalmente gratuitas, con seguro contra accidentes personales dirigidos hacia dueños de microempresas cuyo volumen de venta sea inferior a 2.400 UF anual neto.

⇒ **Fondo de Solidaridad e Inversión Social - FOSIS:** es una institución que financia en todo o en parte, programas, proyectos y actividades especiales de desarrollo que contribuyen a la superación de la pobreza en el país. Actualmente no cuenta con programas para apoyar el inicio de actividades económicas individuales para privados, pero si apoya la generación de ingresos en el área del emprendimiento con los siguientes programas:

a.- **Apoyo al microemprendimiento:** Orientado a personas cesantes o desocupadas, quienes reciben asistencia técnica y financiamiento de un plan de negocios. Por esta vía, las personas generan ingresos que contribuyen a superar la situación de alta vulnerabilidad en que se encuentran. Se trabaja con familias del "Programa Puente".

b.- **Apoyo a actividades económicas en sectores con condiciones de pobreza:** Orientado a que trabajadores independientes o microempresarios de manera individual o asociativa fortalezcan su actividad económica con asistencia técnica

especializada y acceso a financiamiento, para así mejorar sus ingresos y los de sus hogares. Se trabaja con familias del “Programa Puente”.

c.- **Emprende más; “Fortalecimiento a iniciativas microempresariales”:** Orientado al fortalecimiento de iniciativas emprendedoras de personas que han generado recursos estables y que están en condiciones de consolidar y formalizar sus microempresas, con el apoyo del FOSIS y de la red de fomento productivo gubernamental.

⇒ **Fundación para la Innovación Agraria - FIA:** la FIA desarrolla un conjunto de líneas de trabajo que buscan responder a las necesidades de innovación de la agricultura, mediante instrumentos de fomento, tales como:

a.- **Proyectos y estudios de innovación:** Orientado a proyectos de innovación agraria, entre los cuales destacan los Proyectos de Agroturismo que impulsen ideas innovadoras en ésta área. Para estudios, el financiamiento máximo de FIA es de Ch\$ 40 millones y para proyectos un máximo de Ch\$ 35 millones anuales con un máximo de 4 años.

⇒ **Instituto de Desarrollo Agropecuario - INDAP:** posee el “Programa de Turismo Rural”, cuyo objetivo central es generar las condiciones para constituir este tipo de turismo en una alternativa real de negocios que contribuya al desarrollo del pequeño productor agropecuario y sus familias complementando y/o diversificando sus ingresos.. Este Programa está dirigido a empresas asociativas campesinas y empresas individuales que cumplan con los requisitos para ser beneficiario de INDAP, según su Ley Orgánica N° 18.910. Se debe postular de preferencia con un proyecto asociativo e integrar a la comunidad donde se realizará el proyecto. Los programas de incentivo y asistencia técnica a los cuales se puede postular dentro del marco de este programa son los siguientes:

a.- **Programa de desarrollo de inversiones (PDI):** Cofinancia la ejecución de proyectos de inversión productiva, orientado a modernizar los procesos productivos de las empresas de pequeños productores.

b.- **Servicio de asistencia técnica (SAT):** Proporciona a los agricultores con orientación comercial el acceso a una amplia gama de asesorías técnicas y de gestión destinadas a aprovechar oportunidades de mercado y resolver puntos críticos de competitividad.

c.- **Programa de formación y capacitación para mujeres rurales (Convenio INDAP-PRODEMU):** Apoya la formación y capacitación para la gestión de las iniciativas productivas de las pequeñas productoras agrícolas y campesinas. Las capacitaciones

están referidas a temas como turismo rural, gestión de negocios, fomento productivo, desarrollo organizacional y personal.

d.- Programa de profesionalización campesina: Consiste en entregar capacitaciones a los campesinos de la Agricultura Familiar Campesina con el fin de aumentar la capacidad de autogestión y la sustentabilidad de los emprendimientos. Las capacitaciones están referidas entre otros temas, al turismo rural y especialidades campesinas.

⇒ **Chile Emprende:** Sobre la base de un trabajo mancomunado entre los actores públicos y privados de cada territorio, Chile Emprende busca facilitar y potenciar el desarrollo de oportunidades de negocios para micro y pequeñas empresas en territorios predefinidos, en todas las regiones del país. En el caso de Pirque, la comuna se encuentra inmersa en el Territorio Cordillera, constituido como nuevo territorio en 2007 y el cual aspira a constituirse en una oferta re-creativa en ambiente de montañas, viñas, gastronomía y cultura, para los habitantes de Santiago. Para 2008 Chile Emprende Cordillera espera reducir brechas de calidad en 20% de sus empresas o asociaciones participantes, certificar competencias laborales de servicios turísticos de 200 trabajadores y un primer eslabonamiento entre viñas de la zona con alojamiento y restaurantes, derivando visitantes hacia una oferta ampliada con efectos de aumentar la permanencia y gasto por turista.

⇒ **Comisión Nacional del Medio Ambiente - CONAMA:** permite el concurso del Fondo de Protección Ambiental (FPA) que es una posibilidad de financiamiento total o parcial de proyectos o actividades orientados a la protección o reparación del medio ambiente, la preservación de la naturaleza o la conservación del patrimonio ambiental. Los ámbitos de los proyectos son el uso eficiente de la energía, uso sustentable del agua, manejo de residuos sólidos y protección de los recursos naturales y la biodiversidad.

⇒ **Consejo Nacional de la Cultura y las Artes:** tiene entre sus objetivos, apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país. Entre los financiamientos que entrega destacan para el caso de Pirque el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart) y el Fondo de Fomento de la Música Nacional. El primero posee diversas líneas que en las que se entrega financiamiento total o parcial a proyectos artísticos, difusión de eventos y apoyo a artistas chilenos. En tanto, el Fondo para el Fomento de la Música Nacional apoya la interpretación y ejecución del repertorio de música nacional, colaborando con festivales y certámenes en los cuales se convoque a autores, compositores, intérpretes, investigadores y recopiladores nacionales.

#### ⇒ Alianzas Estratégicas:

- SERNATUR. Programas conjuntos que contribuyan a la certificación de calidad, creación de microempresas turísticas, financiamiento para empresarios, programas de conciencia turística y desarrollo de material promocional turístico.
- CONAF. Programas de conciencia ambiental y sanitaria, información sobre la reserva en folletería y sitio web.
- Turismo Chile. Acciones promocionales en el extranjero.

#### ii) Fondos Locales y Regionales

- ⇒ **Municipalidades:** actividades conjuntas con otras municipalidades que presenten afinidad en los objetivos de desarrollo turístico, así como también semejanza en las características propias del destino, ejemplo aquellas que se identifican el enoturismo, carácter campestre, zonas huasas (Olmué, Santa Cruz, entre otras). Dentro de las actividades es posible la publicación de material promocional común.
- ⇒ **Fondo Nacional de Desarrollo Regional - FNDR:** es el principal instrumento financiero, mediante el cual el Gobierno Central transfiere recursos fiscales a cada una de las regiones, para la realización de proyectos cofinanciados y obras de desarrollo e impacto regional, provincial y local. El FNDR se materializa mediante el financiamiento de diversas iniciativas de inversión (estudios, programas y proyectos), las cuales se han concentrado durante los últimos años en servicios públicos básicos (agua potable, alcantarillado, electricidad, vialidad, etc.), inversión social en infraestructura en los sectores de salud y educación y actividades de fomento productivo. Su administración corresponde principalmente a los Gobiernos Regionales y a la Subsecretaría de Desarrollo regional y Administrativo. Como ejemplo de acciones en el área de turismo financiadas por los FNDR es posible mencionar “Difusión y promoción turística de la Patagonia, Región de Magallanes y la Antártica Chilena”.

#### iii) Fondos Internacionales

- ⇒ **Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM),** es una organización financiera internacional integrada por 175 países miembros, constituyendo un importante agente catalizador para mejorar el medio ambiente mundial. Su mandato consiste en establecer el vínculo entre los retos relativos al medio ambiente a nivel local y mundial, y entre las iniciativas nacionales e internacionales para conservar la diversidad biológica, reducir los riesgos del cambio climático, descontaminar, entre otros.
- ⇒ **Banco Interamericano de Desarrollo (BID):** tiene como propósito contribuir a impulsar el progreso económico y social de América Latina y el Caribe.

⇒ **Unión Europea:** a través del instituto Euro Chile, la Unión Europea promueve el desarrollo de sectores turísticos con alto potencial económico, llevando a cabo trabajos de prospección y puesta en marcha de proyectos que aborden de manera integral el desarrollo de territorios o sectores de actividad que sean coherentes con altos estándares de sustentabilidad social, económica y ambiental.

#### iv) Fondos Privados

⇒ **Servicios Complementarios:** tendientes a facilitar la realización de acciones de marketing. Por ejemplo, ofrecer alojamiento y realización de circuitos de forma gratuita a periodistas que se encuentran participando en viajes de prensa.

⇒ **Aporte privado:** donaciones de fotografías para material gráfico y sitio web, contribución a las bases de datos, etc.

⇒ **Auspiciadores:** cofinanciamiento para rutas turísticas, material promocional, eventos, de parte empresas privadas de las áreas vitivinícola, telefonía, combustibles, automóviles, implementos y ropa deportiva, industria de alimentos y bebidas, instituciones educativas, etc.

⇒ **Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** Atraer empresas comprometidas con la responsabilidad social corporativa o la contribución social, ya sea en forma directa o indirecta, temas medioambientales, educación, salud, etc., que participen en el cofinanciamiento de folletería, guías turísticas y eventos. Ejemplos de empresas: Banco Santander, BHP Billiton Chile, CCU, Diario El Mercurio, Lan, Shell, Benetton, Coca Cola, Copec, Microsoft, Banco del Desarrollo, Philips, Unilever, Sodimac, Metro, Telefónica CTC Chile, entre otras.

## BIBLIOGRAFÍA

- Análisis Estratégico de la Demanda turística del Valle del Maipo y de la Comuna de Pirque, Cámara de Turismo de Pirque - 2007.
- Catastro de la Oferta Turística de Pirque, Marketek Consulting - 2008.
- Comportamiento del Turismo Receptivo, SERNATUR - 2004, 2005 y 2006.
- Estudio de Mercado y Opinión Pública acerca de Pirque, Marketek Consulting - 2008.
- Guía Sobre Aspectos de Sostenibilidad Turística: “Por un turismo más sostenible”. Organización Mundial del Turismo (OMT) y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
- Informe de la Comuna de Pirque para la declaratoria de Zona de Interés Turístico Zoit, Ilustre Municipalidad de Pirque, 2006
- Diagnóstico del Plan de Desarrollo Comunal de Pirque (PLADECO), Ilustre Municipalidad de Pirque, 2003 – 2004
- Plan de Desarrollo Turístico de la Comuna de Pirque (PLADETUR), Ilustre Municipalidad de Pirque, 2006
- Base de datos del Sector Turismo de Pirque, Ilustre Municipalidad de Pirque, 2007
- Base de datos de Patentes Comerciales de Pirque, Ilustre Municipalidad de Pirque, 2007
- Resumen Nacional por Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas por el Estado, CONAF 2007
- Datos aportados por el encargado administrativo de la Reserva Nacional Río Clarillo.
- Datos estadísticos aportados por la Viña Concha y Toro.
- Datos estadísticos aportados por el Restaurante La Vaquita Echá.

- Sitios Web:

[www.turismopirque.cl](http://www.turismopirque.cl)

[www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)

[www.calidadturistica.cl](http://www.calidadturistica.cl)

[www.conaf.cl](http://www.conaf.cl)

[www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)

[www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl)

[www.fosis.cl](http://www.fosis.cl)

[www.chilemprende.cl](http://www.chilemprende.cl)

[www.fia.cl](http://www.fia.cl)

[www.sence.cl](http://www.sence.cl)

[www.indap.cl](http://www.indap.cl)

[www.fondodelacultura.cl](http://www.fondodelacultura.cl)

[www.conama.cl](http://www.conama.cl)

[www.ine.cl](http://www.ine.cl)

[www.mop.cl](http://www.mop.cl)

[www.minvu.cl](http://www.minvu.cl)

## GLOSARIO

**Ecoturismo:** Es aquella modalidad turística ambientalmente responsable que consiste en visitar áreas naturales con el fin de contemplar, disfrutar y estudiar los recursos naturales y culturales, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico para las poblaciones locales (Tourism, Ecotourism and Protected Áreas, Ceballos Lascuráin, 1996.)

Algunos productos asociados a esta modalidad son: senderismo, recorridos paisajísticos, interpretativos o fotográficos, observación de aves o fauna y flora, contacto con comunidades locales (e indígenas) etc.

**Enoturismo:** Integración bajo un mismo concepto temático de los recursos y servicios turísticos de interés existentes y potenciales de una zona vitivinícola. Consta básicamente de las siguientes actividades: Visitas a bodegas – Visitas a viñedos – Cursos de cata de vinos. Como actividades secundarias están: comidas en las bodegas – Visitas a museos del vino – Compra de vinos – Visita a tiendas especializadas – Participación en eventos del vino – Turismo activo (cabalgatas, caminatas, recorrer entornos naturales).

**Imagen:** representación mental que tienen los públicos interesados o la sociedad, en general, de un producto, una marca, una empresa o entidad, o sus directivos, realizaciones o iniciativas.

**Logotipo/Logo:** el logotipo es el grafismo utilizado para distinguir la marca. El logotipo abarca los símbolos, diseño, letras y colores distintivos, incluyendo el nombre.

**Posicionamiento:** la manera en que se quiere que un producto o servicio sea percibido por el consumidor o usuario. El posicionamiento comienza en un producto, que puede ser un artículo, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona. Pero el posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que hace con la mente de los probables clientes, es decir, cómo se ubica el producto en la mente de éstos.

**Público Objetivo:** mercado específico al que ofrece sus productos la empresa u organización y dirige sus acciones de marketing.

**Segmentación del Mercado:** es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, según sus características, comportamientos o necesidades, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

**Turismo Aventura:** Es una modalidad que utiliza el entorno natural como recurso para producir sensaciones emocionantes. Normalmente implica la realización de una actividad física o deportiva, y el nivel de dificultad determina si se trata de aventura suave (soft) o aventura intensa (hard). Los productos asociados a esta modalidad son: senderismo, cabalgatas, rafting, canopy y caminatas sobre hielo, entre otros.

**Turismo Cultural:** se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico, generalmente referido a lugares urbanos.

**Turismo Deportivo:** tiene como motivación principal la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física, que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos. Algunos productos asociados a esta modalidad son la pesca, ciclismo de montaña, andinismo y el ski.

**Turismo de Intereses Especiales:** se trata de experiencias turísticas personalizadas que satisfacen los intereses específicos individuales. La motivación del viaje se basa fundamentalmente en la realización de una actividad específica y predominante. Algunos ejemplos de Turismo de Intereses Especiales son: enoturismo, ski, trekking, pesca deportiva, rafting, kayak, termas, navegación, observación de flora y fauna, avistamiento de aves, entre otros.

**Turismo de Naturaleza:** Es aquel que tiene como principal motivación la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferentes grados de profundidad, y la práctica de actividades deportivas de diversa intensidad física y riesgo, en atractivos paisajes naturales, poco intervenidos, preferiblemente en áreas protegidas, sin degradarlas o agotarlas (Secretaría General de Turismo, España 2004).

**Turismo Rural/ Agroturismo:** Turismo Rural se refiere a viajes que se realizan hacia las áreas rurales, donde el hospedaje corresponde a casas de campesinos.

Agroturismo se vincula a actividades agrícolas y ganaderas, donde el turista puede participar directamente de ellas.

**Ventaja Competitiva:** característica que diferencia positivamente a una empresa o producto y lo sitúa en un nivel superior frente a la competencia.

ANEXOS

ANEXO 2 – Fichas Técnicas de Acciones

Acción 1: Estudios Cualitativos							
Objetivos	Público Objetivo						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Profundizar información sobre el comportamiento y necesidades de los clientes / turistas.</li> <li>Contar con información y cifras para evaluar y medir tanto el desarrollo de la oferta turística en Pirque como la actividad turística.</li> <li>Identificar productos y servicios turísticos con potencial de desarrollo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>Tour operadores nacionales y receptivos.</li> </ul>						
Descripción							
<p>Los estudios cualitativos permiten contar con información primaria sobre la actividad turística de Pirque, conociendo el comportamiento de la demanda y la situación de la oferta, logrando a través de ella establecer tendencias del mercado. Se contempla la realización de dos tipos de estudios de mercado, el primero estará dirigido hacia el canal de comercialización, y otro a turistas. A su vez, los estudios a turistas se componen de dos formatos, uno realizado sobre una muestra de turistas actuales y potenciales encargado a una empresa de investigación de mercado, con frecuencia cada dos años; en tanto el segundo, se llevará a cabo a través de la recolección de información de turistas en los establecimientos de turismo, siendo responsabilidad de los propios empresarios o administradores la aplicación de cuestionarios.</p>							
<p><b>Acciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios a turistas dentro de la comuna, durante los meses de febrero, año por medio.</li> <li>Realización de estudios al canal de comercialización, tour operadores nacionales y receptivos, año por medio.</li> <li>Realización de estudios internos por los mismos empresarios turísticos a sus visitantes, entregando información con frecuencia semestral.</li> <li>Un mes después de realizado los estudios de mercado, efectuar mediciones de indicadores turísticos.</li> <li>Registrar número de personas que consultan la oficina de información turística.</li> <li>Diseñar un cuestionario cualitativo y cuantitativo que sea completado por los visitantes que consultan en la oficina de información turística.</li> <li>Creación y presentación de indicadores turísticos, impresos y online.</li> </ul>							
<p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cifras turísticas</li> <li>Indicadores de Gestión</li> <li>Sección en el sitio web turístico de Pirque que publique resultados de estudios e indicadores de gestión.</li> </ul>							
<p><b>Cronograma de Actividades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios al canal de comercialización: Dado que no es posible realizar estos estudios durante la temporada alta, se realizarán en el mes de abril de 2009, y febrero de 2010, contemplando un mes de preparación previa y la presentación de los resultados un mes después.</li> <li>Estudios dirigidos a turistas:             <ol style="list-style-type: none"> <li>Se realizará un estudio dirigido a turistas que visitan Pirque, cada dos años, encargado a empresa de investigación de mercados.</li> <li>Cada año desde 2009 a 2012 las mismas empresas turísticas administrarán cuestionarios a sus turistas, reportando los resultados en junio y diciembre.</li> </ol> </li> </ul>							
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ítem</th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Elaboración de los estudios</td> <td>8.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>8.000.000</b></td> </tr> </tbody> </table>	Ítem	Costo	Elaboración de los estudios	8.000.000	<b>Total</b>	<b>8.000.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aporte privado ofrecido a través de la auto-administración de las encuestas a turistas que llegan a sus establecimientos.</li> <li>100% público</li> <li>Otras fuentes: SERCOTEC, Chile Emprende, FNDR, CORFO, convenio con una Universidad de la región Metropolitana.</li> </ul>
Ítem	Costo						
Elaboración de los estudios	8.000.000						
<b>Total</b>	<b>8.000.000</b>						

**Acción 2: Sistema de Calidad de Productos y Servicios Turísticos**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar y asegurar a los turistas un alto nivel de calidad de información, comunicación, infraestructura, y productos y servicios turísticos.</li> <li>Lograr comprensión y conciencia de calidad entre los proveedores de productos y servicios turísticos.</li> <li>Aumentar el nivel de certificación de las empresas proveedores de servicios.</li> <li>Generar en el público nacional e internacional percepción destino de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> </ul>

**Descripción**

Sistema desarrollado sobre la base del Sistema de Calidad para Servicios Turísticos impulsado por Sernatur, vinculado al alojamiento turístico, turismo aventura, guías de turismo, agencias de viajes y operadores turísticos. Incorpora la realización de talleres de información y capacitación que apunten a un mejoramiento de la oferta y sean una herramienta de marketing para las propias empresas y destinos turísticos. El programa que otorga financiamiento para esta acción es Certificación para Servicios Turísticos de Calidad, el cual permite que las empresas beneficiarias puedan ser parte de un Registro Nacional de Entidades Certificadas y el acceso al Sello Turístico de Calidad. El objetivo final que se persigue es que en el corto plazo la mayor cantidad de empresas turísticas ingrese a este registro, asegurando así la calidad de los servicios.

**Acciones**

- Desarrollar el manual de calidad.
- Programar los talleres de capacitación y definir el material a presentar.
- Desarrollar la presentación para el taller.
- Invitar a profesionales especializados a participar en los talleres como oradores.
- Realización de los talleres.
- Diseño e implementación del sistema de monitoreo y evaluación.
- Certificación de los proveedores de servicios turísticos.
- Creación de un registro de productos y servicios turísticos certificados.

**Productos / Herramientas**

- Presentación de Calidad de Productos y Servicios Turísticos.
- Manual de Calidad de Productos y Servicios Turísticos.
- Registro de Productos y Servicios Turísticos Certificados.
- Sección en el sitio web turístico de Pirque con información relacionada con este Sistema.

**Cronograma de Actividades:**

Para esta acción se consideran 4 meses de preparación, correspondientes al periodo de noviembre 2008 a febrero de 2009, tiempo en el cual se recogerá información necesaria sobre las normas de calidad. A partir del mes de marzo de 2009 se llevará a cabo la acción, informando y capacitando sobre el sistema de normas y certificación de calidad turística, con dos talleres en el año 2009, y uno anual los años siguientes.

Cabe señalar que Innova Chile en conjunto con empresas del sector turístico han diseñado un Sistema de Evaluación y Selección de Productos y Servicios Turísticos, como una plataforma de difusión. El objetivo del sistema es estimular la comercialización de productos y servicios turísticos, a través de la cadena de comercialización constituida por empresas socias de Achet y las PYMES que cumplan criterios de calidad.

Presupuesto		Fuentes de Financiamiento									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ítem</th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Confección presentación</td> <td>350.000</td> </tr> <tr> <td>Elaboración Manual de Calidad</td> <td>1.000.000</td> </tr> <tr> <td>Talleres de Capacitación</td> <td>2.500.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$3.850.000</b></td> </tr> </tbody> </table>	Ítem	Costo	Confección presentación	350.000	Elaboración Manual de Calidad	1.000.000	Talleres de Capacitación	2.500.000	<b>Total</b>	<b>\$3.850.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% público</li> <li>Programa de Certificación para Servicios Turísticos de Calidad – CORFO.</li> <li>Otras posibles fuentes: SERCOTEC, Chile Emprende, FNDP, convenio con Universidad de la Región Metropolitana.</li> </ul>
Ítem	Costo										
Confección presentación	350.000										
Elaboración Manual de Calidad	1.000.000										
Talleres de Capacitación	2.500.000										
<b>Total</b>	<b>\$3.850.000</b>										

**Acción 3: Programa de Emprendimiento e Innovación en el Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer las oportunidades de desarrollo de la oferta turística en la comuna de Pirque.</li> <li>• Capacitar en el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitantes de Pirque.</li> <li>• Microempresarios y empresarios.</li> </ul>

**Descripción**

Realizar un programa de emprendimiento que permita orientar a los habitantes, microempresarios y empresarios en el desarrollo de productos y servicios relacionados o complementarios a la actividad turística en la comuna. Este programa será compuesto principalmente por presentaciones y talleres de capacitación.

**Acciones**

- Desarrollo de un registro de oportunidades de desarrollo turístico.
- Producción de la presentación.
- Realización de presentaciones de dichas oportunidades y talleres de capacitación.
- Vincular la información presentada/distribuida con el Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos.

**Productos / Herramientas**

- Registro de oportunidades de desarrollo turístico.
- Presentación del Programa.
- Talleres de capacitación.
- Cartografía que indique visualmente las potenciales áreas y zonas de desarrollo en la comuna.
- Sección en el sitio web turístico de Pirque con información relacionada con este Programa.

**Cronograma de Actividades:**

El Programa se organiza en dos meses correspondientes a marzo y abril de 2009, para llevarse a cabo en su primera versión durante el mes de mayo 2009 y ser repetido cada año en el mes de abril.

Presupuesto		Fuentes de Financiamiento							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ítem</th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Confección de una presentación</td> <td>350.000</td> </tr> <tr> <td>Talleres de Capacitación</td> <td>3.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>3.350.000</b></td> </tr> </tbody> </table>	Ítem	Costo	Confección de una presentación	350.000	Talleres de Capacitación	3.000.000	<b>Total</b>	<b>3.350.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% público</li> <li>• Otras posibles fuentes: SERCOTEC, Chile Emprende, FNDR, CORFO, INDAP, (Turismo Rural), FIA, convenio con una Universidad de la región Metropolitana.</li> </ul>
Ítem	Costo								
Confección de una presentación	350.000								
Talleres de Capacitación	3.000.000								
<b>Total</b>	<b>3.350.000</b>								

Acción 4: Eventos turísticos-culturales							
Objetivos	Público Objetivo						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y potenciar eventos culturales en Pirque de interés turístico.</li> <li>• Incentivar la visita a Pirque por turistas tanto nacionales como extranjeros durante las fechas de realización de dichos eventos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales y extranjeros.</li> </ul>						
Descripción							
<p>Potenciar los principales eventos culturales que se desarrollan en la comuna, tales como la Fiesta del Vino, el Festival Musical Rosita Renard, los campeonatos y muestras de rodeo, entre otros, desarrollando actividades de interés turístico y generando mayor promoción en la prensa, Por otro lado, crear nuevos eventos culturales de interés turístico tales como eventos musicales, costumbristas, folclóricos, artísticos, deportivos, Feria Campestre, talleres de fin de semana, etc. para lograr la creación de un calendario de eventos entretenidos todo el año.</p> <p><b>Acciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los eventos culturales actuales con mayor potencial de atraer turistas a la comuna.</li> <li>• Creación de nuevos eventos culturales.</li> <li>• Desarrollo de un calendario anual de eventos culturales.</li> <li>• Conseguir auspicios y financiamiento para los eventos tanto del sector privado como público.</li> <li>• Desarrollo de una campaña de difusión y promoción de los eventos con antelación a cada uno de estos eventos.</li> <li>• Organización de los eventos.</li> </ul> <p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sección en el sitio web turístico de Pirque con información relacionada con este Programa.</li> <li>• Elementos de la campaña de difusión y promoción: afiches, lienzos, comunicados de prensa, etc.</li> </ul> <p><b>Cronograma de Actividades:</b></p> <p>La planificación de los eventos y la calendarización de los mismos se realizarán al final de cada año, para ser éstos organizados y efectuados al año siguiente, considerando una distribución apropiada que permita contar con actividades durante todo el año.</p>							
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento						
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Promoción de los eventos</td> <td>8.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>8.000.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Promoción de los eventos	8.000.000	<b>Total</b>	<b>8.000.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70% público: Presupuesto Municipal, SERCOTEC, Chile Emprende, FNDR, Consejo de la Cultura y de las Artes.</li> <li>• 30% privado: publicidad pagada por las empresas privadas en el material promocional de los eventos.</li> </ul>
	Costo						
Promoción de los eventos	8.000.000						
<b>Total</b>	<b>8.000.000</b>						

**Acción 5: Iniciativa para Convertir el Patrimonio Cultural en Atractivos Turísticos**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la transformación del patrimonio cultural comunal en atractivos de interés turístico.</li> <li>Incentivar el interés y conciencia cultural. Proteger el patrimonio cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes de Pirque.</li> <li>Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>Empresarios turísticos y potenciales inversionistas.</li> </ul>

**Descripción**

Elaboración de propuestas que fomenten la preservación y desarrollo del patrimonio cultural-histórico de Pirque en atractivos turísticos. Forjar las bases y orientar a los administradores de estos lugares para que vean en el turismo un aliado que les permitirá mejorar las condiciones de los recintos, obtener ingresos para generar nuevos servicios, mejorar instalaciones sanitarias etc.

**Acciones**

- Identificar los lugares patrimoniales, iglesias, casonas, etc., con mayor potencial turístico.
- Presentación de las oportunidades y generación de acuerdos con los dueños y administradores de dichos recintos.
- Elaboración de las bases del proyecto.
- Licitación pública y selección de la empresa/consultor encargado de elaborar el proyecto.
- Elaboración del proyecto.
- Implementación del proyecto.

**Productos / Herramientas**

- Inclusión en el catastro/registro de la oferta turística de Pirque.
- Señalética turística.
- Placas informativas que mencionen características e historia de los objetos presentes en iglesias y monumentos.

**Cronograma de Actividades:**

Esta acción requiere una licitación en el mes de mayo de 2009, materializándose la acción durante los 7 meses siguientes. Al término de este periodo se da por concluida la acción sin ser replicada los años siguientes.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento						
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Elaboración del proyecto</td> <td>2.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>2.000.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Elaboración del proyecto	2.000.000	<b>Total</b>	<b>2.000.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% público: SERCOTEC, Chile Emprende, FNDR, CORFO, CONAMA.</li> </ul>
	Costo						
Elaboración del proyecto	2.000.000						
<b>Total</b>	<b>2.000.000</b>						

**Acción 6: Sistema de Asistencia e Información Turística**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la calidad y disponibilidad de información turística sobre el destino.</li> <li>Mejorar el servicio e instalaciones de la oficina de información turística municipal y el kiosco de información del Pueblo de Artesanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>Canal de Comercialización: Tour operadores y agencias de viajes.</li> <li>Medios de comunicación.</li> <li>Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> </ul>

**Descripción**

Mejorar el servicio de información y orientación a visitantes que ofrece la oficina de información turística a través de diversas acciones tendientes a facilitar a los visitantes una amplia asistencia, motivando la realización de actividades en el destino.

**Acciones**

- Seleccionar el personal indicado para atender a turistas.
- Capacitar al personal en: oferta turística, datos prácticos, inglés nivel básico, incluyendo visitas en terreno a los atractivos turísticos y principales establecimientos turísticos.
- Renovar las instalaciones de la oficina, colocando señalética, horario de atención y un mapa gigante afuera.
- Disponer de un computador y un registro de la oferta turística donde los propios turistas puedan encontrar la información que buscan.
- Producción de material promocional del destino: folletos, volantes, planos turísticos, pendones y señalética.
- Recopilación de material promocional de las empresas turísticas para distribuir a través de la oficina.
- Creación de un número telefónico exclusivo de información turística.
- Creación de un sitio web turístico de Pirque con información, imágenes, datos, artículos, etc.
- Realización de un evento donde se inaugure la nueva oficina municipal de información turística.

**Productos / Herramientas**

- Material promocional del destino: guía turística y mapas, en castellano e inglés.
- Señalética turística.
- Material promocional de los productos y servicios individuales.
- Base de datos de la oferta comunal.

**Cronograma de Actividades:**

Se realiza una preparación durante cuatro meses, es decir de noviembre 2008 a febrero 2009 inclusive, llevándose a cabo la acción en forma permanente a partir de marzo de 2009 sin interrupción hasta diciembre de 2012.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento												
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Arreglos a la oficina de información turística municipal</td> <td>1.000.000</td> </tr> <tr> <td>Producción del Mapa Turística</td> <td>2.250.000</td> </tr> <tr> <td>Producción de la Guía Turística</td> <td>3.500.000</td> </tr> <tr> <td>Actualización de la Cartografía Turística Digital</td> <td>300.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>7.050.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Arreglos a la oficina de información turística municipal	1.000.000	Producción del Mapa Turística	2.250.000	Producción de la Guía Turística	3.500.000	Actualización de la Cartografía Turística Digital	300.000	<b>Total</b>	<b>7.050.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 94% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDR, CORFO, SENCE. Es importante considerar la posibilidad de financiamiento por parte de organismos internacionales: BID, Unión Europea.</li> <li>• 6% privado: publicidad pagada por las empresas privadas en el mapa turístico.</li> </ul>
	Costo												
Arreglos a la oficina de información turística municipal	1.000.000												
Producción del Mapa Turística	2.250.000												
Producción de la Guía Turística	3.500.000												
Actualización de la Cartografía Turística Digital	300.000												
<b>Total</b>	<b>7.050.000</b>												

**Acción 7: Gestión de Obras de Infraestructura Turística**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la infraestructura turística y espacios públicos en la comuna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>Habitantes de Pirque.</li> </ul>

**Descripción**

Dirigida a mejorar la infraestructura turística de la comuna, abarcando desde carteles de bienvenida, señalética turística, mejoramiento de parques y paseos públicos. Contempla la posibilidad de ofrecer el Parque Vicente Huidobro para concesión, donde se incluyan atracciones, por ejemplo la creación de un mini golf, juegos infantiles, kiosco, restaurante, etc. Además, se considera la destinación de recursos municipales para la incorporación de paisajismo en plazas de diversos sectores de Pirque y se plantea la factibilidad de construcción de una ciclo vía que se extienda por las principales calles de la comuna, principalmente por la Av. Alcalde Hernán Prieto hasta la Reserva Nacional Río Clarillo, elemento que se transformaría en un importante aporte al turismo y a la comunidad.

**Acciones**

- Estudio, análisis e identificación de necesidades y oportunidades respecto a la infraestructura pública turística de la comuna.
- Desarrollo de las bases y la posterior licitación pública para una concesión recreacional privada en el Parque Vicente Huidobro.
- Generación de los fondos necesarios para la realización de las obras.
- Destinar recursos para el mejoramiento de espacios públicos en general, como paisajismo de plazas, estacionamientos, accesos, etc.
- Realizar un estudio sobre la factibilidad de construir una ciclo vía.
- Gestión de las obras con su posterior inauguración.

**Productos / Herramientas**

- Señalética turística.
- Nueva infraestructura turística.

**Cronograma de Actividades:**

La acción da comienzo con una preparación durante el primer semestre de 2009, dando paso a la gestión en julio de 2009 prolongándose por los doce meses siguientes. Además se considera un periodo de tres meses en 2011 y otro igual en 2012, posteriores a la temporada alta para la realización de obras de infraestructura turística.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento												
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Infraestructura de Bienvenida</td> <td>5.000.000</td> </tr> <tr> <td>Señalética Turística Vial</td> <td>10.000.000</td> </tr> <tr> <td>Parques y paseos públicos</td> <td>40.000.000</td> </tr> <tr> <td>Ciclovia</td> <td>5.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>60.000.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Infraestructura de Bienvenida	5.000.000	Señalética Turística Vial	10.000.000	Parques y paseos públicos	40.000.000	Ciclovia	5.000.000	<b>Total</b>	<b>60.000.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>58% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDR, CORFO. Es importante considerar además la posibilidad de financiamiento por parte de organismos internacionales: BID, Unión Europea.</li> <li>42% privado: cofinanciamiento (50%) de la señalética turística vial con una empresa privada de la comuna (Ej. Viña Concha y Toro), 75% financiamiento de los parques y paseos públicos de la concesión privada Parque Vicente Huidobro.</li> </ul>
	Costo												
Infraestructura de Bienvenida	5.000.000												
Señalética Turística Vial	10.000.000												
Parques y paseos públicos	40.000.000												
Ciclovia	5.000.000												
<b>Total</b>	<b>60.000.000</b>												

<b>Acción 8: Circuitos Turísticos Integrados</b>	
<b>Objetivos</b>	<b>Público Objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructurar nuevos circuitos turísticos de duración mayor a un día.</li> <li>• Incorporar nuevas actividades turísticas.</li> <li>• Integrar los distintos elementos de la oferta turística además de los distintos sectores de la comuna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales e extranjeros.</li> <li>• Tour operadores y agencias de viajes.</li> <li>• Habitantes de Pirque.</li> </ul>
<b>Descripción</b>	
<p>Esta acción, realizada por la Mesa de Gestión Turística, contempla la elaboración de nuevos circuitos turísticos que se complementen con los ya existentes, que integren experiencias y actividades en diferentes sectores de la comuna y que articulen establecimientos de alojamiento, gastronomía, atractivos y actividades.</p> <p><b>Acciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir esta acción como una de las funciones de la Mesa de Gestión Turística (representantes de la Municipalidad, la Cámara de Turismo, SERNATUR, etc.)</li> <li>• A través de jornadas de trabajo, diseñar circuitos turísticos de distintas duraciones, con énfasis a aquellos de más que un día, integrando los distintos componentes de la oferta.</li> <li>• Dar a conocer la oferta de circuitos turísticos de Pirque, a través del sitio web turístico de la comuna y otras actividades correspondientes al Programa de Promoción Turístico.</li> </ul> <p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusión de los circuitos turísticos en la Guía Turística y el sitio web.</li> <li>• Volante simple de los circuitos, distribuido a través de las oficinas de información turística.</li> </ul> <p><b>Cronograma de Actividades:</b> Se debe realizar esta acción una vez al año, durante los meses de octubre y noviembre, antes del comienzo de la temporada alta.</p>	
<b>Presupuesto</b>	<b>Fuentes de Financiamiento</b>
<p>Esta acción no incurre costos, solo gestión pública-privada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestación del lugar de realización de las reuniones/jornadas de la Mesa de Gestión Turística 50% público considerado como aporte privado o público dependiendo donde se realizan.</li> <li>• Financiamiento público: Chile Emprende, FNDR, Sercotec</li> </ul>

**Acción 9: Creación de una Identidad Turística**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con un logo y eslogan atractivo que reflejen los atributos principales del destino.</li> <li>• Proveer una base gráfica para el desarrollo armónico de todos los elementos promocionales.</li> <li>• Simbolizar el posicionamiento deseado para Pirque como destino turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales e internacionales.</li> <li>• Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> </ul>

**Descripción**

Crear una identidad turística para Pirque, compuesta por un logotipo y eslogan, que claramente represente la oferta turística del destino, su diferenciación y ventaja competitiva, y con el cual los habitantes de Pirque se pueden identificar. Una vez elegida, la identidad será utilizada por todos los actores relacionados con la actividad turística.

**Acciones**

- Definir esta acción como una de las prioridades de la Mesa de Gestión Turística a coordinar.
- Postular a financiamiento para esta acción.
- Licitación y selección de agencia que realizará el trabajo.
- Evaluación de propuestas, selección y aprobación del logo y eslogan definitivos.
- Desarrollo del Manual de Normas Gráficas.
- Dar a conocer la nueva identidad turística a través de los sitios web turísticos, e-marketing y comunicados de prensa.

**Productos / Herramientas**

- Manual de Normas Gráficas de la nueva identidad, que indicará las distintas alternativas de aplicación y uso de la marca.
- Comunicados de prensa enviados a la prensa y radio local.

**Cronograma de Actividades:**

Para la materialización de esta acción se requiere la postulación a fondos y posterior preparación de las bases de licitación planificado para el mes de enero del año 2009 y consecuentemente la realización propiamente tal correspondiendo a tres meses, es decir de febrero a abril de 2009.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento						
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Identidad Turística y Manual de Normas Gráficas</td> <td>\$1.500.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$1.500.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Identidad Turística y Manual de Normas Gráficas	\$1.500.000	<b>Total</b>	<b>\$1.500.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDR, CORFO. Es importante considerar además la posibilidad de financiamiento por parte de organismos internacionales: BID, Unión Europea.</li> </ul>
	Costo						
Identidad Turística y Manual de Normas Gráficas	\$1.500.000						
<b>Total</b>	<b>\$1.500.000</b>						

### Acción 10: Programa de Promoción Turística

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer la oferta turística de la comuna de Pirque.</li> <li>• Comunicar los atributos del destino turístico.</li> <li>• Crear una valorización, posicionamiento e imagen positiva de Pirque en la mente de sus diversos públicos objetivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• Tour operadores nacionales y receptivos.</li> <li>• Agencias de viajes.</li> <li>• Periodistas y medios de comunicación</li> <li>• Organizadores de reuniones de negocios, congresos y convenciones.</li> </ul>

#### Descripción

Creación y realización de un Programa de Promoción Turística compuesto por campañas de RR.PP., marketing directo, promoción y publicidad, participación en presentaciones, ferias y workshops. Considera el desarrollo de un sitio web turístico, bases de datos (tour operadores, agencias de viajes, periodistas, medios de comunicación etc.) boletines electrónicos, email marketing, comunicados y viajes de prensa y una presentación promocional.

#### Acciones

- Planificación y coordinación del Programa a cargo de la Mesa de Promoción Turística.
- Definición del calendario de acciones promocionales y fuentes de financiamiento.
- Coordinación con otros destinos y organizaciones dedicadas a la promoción turística, con el fin de definir acciones y herramientas que se puede desarrollar y financiar en conjuntos.
- Elaboración del material promocional a utilizar en las acciones.
- Determinar quienes y como pueden participar en las acciones, los distintos empresas proveedores de productos y servicios turísticos, asociadas a la Cámara de Turismo de Pirque.
- Desarrollo de las herramientas y realización de las acciones promocionales.
- Evaluación y medición de los resultados.
- Actualización de las bases de datos de contactos.

#### Productos / Herramientas

- Comunicados de prensa.
- Boletines y correos electrónicos promocionales.
- Sitio web turístico.
- Presentación promocional.

#### Cronograma de Actividades:

El Programa de Promoción Turística se ejecuta de manera permanente durante todo el periodo contemplado en el plan, con dos meses de preparación para ello en noviembre y diciembre de 2008. Cabe señalar que las campañas de publicidad comenzarán en el año 2010, posterior a la elaboración del Plan de Marketing Turístico.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento														
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Campaña de Marketing Directo</td> <td>\$800.000</td> </tr> <tr> <td>Viajes de Prensa</td> <td>\$2.000.000</td> </tr> <tr> <td>Presentación Promocional</td> <td>\$1.250.000</td> </tr> <tr> <td>Participación en actividades promocionales (ferias etc.)</td> <td>\$13.000.000</td> </tr> <tr> <td>Campañas de Publicidad</td> <td>\$15.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$32.050.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Campaña de Marketing Directo	\$800.000	Viajes de Prensa	\$2.000.000	Presentación Promocional	\$1.250.000	Participación en actividades promocionales (ferias etc.)	\$13.000.000	Campañas de Publicidad	\$15.000.000	<b>Total</b>	<b>\$32.050.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 73% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Empeñe, FNDR, CORFO. Es importante considerar además la posibilidad de financiamiento por parte de organismos internacionales: BID, Unión Europea.</li> <li>• 27% privado: 70% financiamiento de los viajes de prensa en forma de servicios complementarios; 34% financiamiento de las actividades promocionales en forma de cuotas de participación pagado por las empresas; 20% financiamiento de las campañas de publicidad en forma de pagos por la inclusión de los logos de sus empresas.</li> </ul>
	Costo														
Campaña de Marketing Directo	\$800.000														
Viajes de Prensa	\$2.000.000														
Presentación Promocional	\$1.250.000														
Participación en actividades promocionales (ferias etc.)	\$13.000.000														
Campañas de Publicidad	\$15.000.000														
<b>Total</b>	<b>\$32.050.000</b>														

### Acción 11: Plan de Marketing Turístico

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con un plan que guíe el marketing turístico de Pirque por el periodo 2010 a 2013.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Municipalidad de Pirque.</li> <li>Empresarios turísticos de Pirque.</li> </ul>

#### Descripción

Esta acción contempla la elaboración de un plan que incluye detalles específicos de las acciones y herramientas de marketing turístico para el destino Pirque, incorporando elementos no considerados en el Programa de Promoción Turística tales como un banco de imágenes, afiches y pendones.

#### Estructura:

1. Análisis y Diagnóstico del Destino
2. Visión y Misión
3. Determinación de Objetivos
4. Desarrollo de Estrategias
5. Plan de Implementación
6. Consideraciones de Costos
7. Indicadores de Gestión

#### Cronograma de Actividades:

Se requiere un mes, programado para junio de 2009, para la preparación de las bases del plan y 6 meses para su elaboración.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento												
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Elaboración del Plan</td> <td>\$5.000.000</td> </tr> <tr> <td>Producción del Banco de Imágenes</td> <td>\$950.000</td> </tr> <tr> <td>Producción de afiches</td> <td>\$1.000.000</td> </tr> <tr> <td>Producción de pendones</td> <td>\$300.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$7.250.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Elaboración del Plan	\$5.000.000	Producción del Banco de Imágenes	\$950.000	Producción de afiches	\$1.000.000	Producción de pendones	\$300.000	<b>Total</b>	<b>\$7.250.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDR, CORFO. Es importante considerar además la posibilidad de financiamiento por parte de organismos internacionales: BID, Unión Europea.</li> </ul>
	Costo												
Elaboración del Plan	\$5.000.000												
Producción del Banco de Imágenes	\$950.000												
Producción de afiches	\$1.000.000												
Producción de pendones	\$300.000												
<b>Total</b>	<b>\$7.250.000</b>												

**Acción 12: Programa de Marketing Interno**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear conciencia turística en la comuna de Pirque.</li> <li>• Generar adhesión al Plan de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Comunicar los resultados de la implementación del plan y el desarrollo de la oferta turística de la comuna.</li> <li>• Revelar el impacto de la actividad turística en la economía y la calidad de vida de los habitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitantes de Pirque.</li> <li>• Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> <li>• Entidades públicas.</li> </ul>

**Descripción**

Comunicar los objetivos, beneficios y acciones del Plan de Desarrollo Turístico, a través de presentaciones y talleres, para crear adhesión, mostrando de manera permanente y clara los resultados obtenidos en el corto plazo, destacando el impacto positivo en la comunidad.

**Acciones**

- Planificación y coordinación del Programa a cargo de la Mesa de Gestión Turística.
- Programar los detalles de las presentaciones y talleres: lugar, fecha, invitados.
- Realización de las actividades.
- Difusión de los avances y resultados del plan además en el sitio web turístico y a través de boletines electrónicos.

**Productos / Herramientas**

- Sitio web turístico.
- Boletines electrónicos.
- Indicadores de gestión.

**Cronograma de Actividades:**

Durante el mes de noviembre de 2008 se preparará la información necesaria para comunicar los objetivos, beneficios y acciones del Plan de Desarrollo Turístico, para realizarse durante el mes de diciembre con presentaciones y talleres. En los meses de abril, después de la temporada alta, y diciembre, para el balance del fin de año se presentará los resultados y avances del Plan por los periodos correspondientes.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento						
<table border="1" data-bbox="165 1464 702 1576"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo Anual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentaciones y talleres</td> <td>\$800.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$800.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo Anual	Presentaciones y talleres	\$800.000	<b>Total</b>	<b>\$800.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% Público: Presupuesto Municipal</li> </ul>
	Costo Anual						
Presentaciones y talleres	\$800.000						
<b>Total</b>	<b>\$800.000</b>						

**Proyecto 13: Programa de Conciencia Turística y Ambiental**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar a los habitantes y empresas locales respecto de las ventajas del desarrollo turístico de Pirque.</li> <li>Informar y educar sobre el cuidado del medio ambiente y el patrimonio natural.</li> <li>Promover el cuidado y conservación de lugares públicos, áreas naturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes de Pirque.</li> <li>Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> <li>Turistas, principalmente nacionales.</li> <li>Sector público.</li> </ul>

**Descripción**

Realizar una campaña de sensibilización para crear conciencia ciudadana sobre la importancia económica y social del turismo en el desarrollo de la ciudad. Se busca motivar el descubrimiento de los atractivos de Pirque por parte de sus propios habitantes, con la finalidad de proveer conocimiento sobre el potencial turístico de su comuna. Desarrollar un programa dirigido tanto a los habitantes y empresarios turísticos de la zona, como a los visitantes, con el fin de promover y motivar una mayor conciencia ambiental, incitando un comportamiento responsable con respecto al medio ambiente y guiando sobre adecuadas formas de protegerlo. El programa estará compuesto por una presentación, manual, talleres, afiches, letreros e información en el sitio web, entre otras actividades.

**Acciones**

- Planificación y coordinación del Programa a cargo de la Mesa de Gestión Turística.
- Crear alianzas con organismos relacionados, Ej. SERNATUR, CONAF y CONAMA, con el fin de organizar y realizar acciones en conjunto.
- Desarrollo del material de apoyo: presentación, manual, información en el sitio web, letreros.
- Organización de concursos de pintura a nivel local para el diseño de los afiches del programa.
- Realización de talleres con los habitantes y proveedores de productos y servicios turísticos.
- Creación de un calendario de actividades complementarias dirigidas a la comunidad, tales como jornadas de limpieza en lugares públicos, charlas explicativas en colegios, eventos especiales en la Reserva Nacional Río Clarillo, entre otros.
- Creación de noticias a través de acciones de Relaciones Públicas en la radio y prensa local.

**Productos / Herramientas**

- Presentación y Manual del Turismo y el Medio Ambiente.
- Afiches y letreros – colocados en lugares públicos.
- Comunicados de prensa.
- Sitio web donde se promocionará los detalles y actividades de la campaña.

**Cronograma de Actividades:**

El programa durará el periodo contemplado para el Plan de Desarrollo Turístico, es decir 2009-2012, considerando dos meses de preparación, noviembre y diciembre del 2008, y concentración de las actividades anuales durante la temporada alta, noviembre a febrero.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento														
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo Anual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentación</td> <td>\$350.000</td> </tr> <tr> <td>Manual</td> <td>\$500.000</td> </tr> <tr> <td>Afiches</td> <td>\$400.000</td> </tr> <tr> <td>Letreros</td> <td>\$8.000.000</td> </tr> <tr> <td>Talleres</td> <td>\$2.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$11.250.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo Anual	Presentación	\$350.000	Manual	\$500.000	Afiches	\$400.000	Letreros	\$8.000.000	Talleres	\$2.000.000	<b>Total</b>	<b>\$11.250.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDR, CORFO, CONAF, CONAMA.</li> </ul>
	Costo Anual														
Presentación	\$350.000														
Manual	\$500.000														
Afiches	\$400.000														
Letreros	\$8.000.000														
Talleres	\$2.000.000														
<b>Total</b>	<b>\$11.250.000</b>														

Proyecto 14: Programa de Ecoturismo											
Objetivos	Público Objetivo										
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo y promoción de un tipo de turismo ambiental y socialmente responsable que incentiva la integración de recursos culturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales e internacionales.</li> <li>Proveedores de productos y servicios turísticos relacionados.</li> <li>Administradores de la Reserva Nacional Río Clarillo.</li> </ul>										
Descripción											
<p>Desarrollar el ecoturismo como una actividad que atraiga turistas de intereses especiales a la comuna. Las reuniones y presentaciones pueden realizarse principalmente en la Reserva Nacional Río Clarillo, debido a sus características naturales vinculado a la ecología y la disponibilidad del Centro de Información Ambiental.</p> <p><b>Acciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planificación y coordinación del Programa a cargo de la Mesa de Gestión Turística en coordinación de actividades con CONAF.</li> <li>Potenciar las exposiciones, muestras e información sobre los recursos naturales presentes en la zona, del Centro de Información Ambiental de la Reserva.</li> <li>Presencia de basureros en toda la comuna, incluyendo sistema de reciclaje y retiro de la basura con frecuencia adecuada.</li> <li>Inclusión de mensajes ecológicos en la señalética presente en la comuna y específicamente en la Reserva.</li> </ul> <p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Volantes con normas ambientales, para entregar a los visitantes.</li> <li>Folletos en la Reserva Nacional Río Clarillo.</li> <li>Afiches.</li> </ul> <p><b>Cronograma de Actividades:</b> Esta acción permanente está programada a comenzar mediados del año 2009.</p>											
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento										
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentación</td> <td>\$350.000</td> </tr> <tr> <td>Manual</td> <td>\$500.000</td> </tr> <tr> <td>Talleres</td> <td>\$2.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$2.850.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Presentación	\$350.000	Manual	\$500.000	Talleres	\$2.000.000	<b>Total</b>	<b>\$2.850.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDR, CORFO, CONAF, CONAMA. Es importante considerar además la posibilidad de financiamiento por parte de organismos internacionales: BID, Unión Europea.</li> </ul>
	Costo										
Presentación	\$350.000										
Manual	\$500.000										
Talleres	\$2.000.000										
<b>Total</b>	<b>\$2.850.000</b>										

Proyecto 15: Programa Turismo Escolar											
Objetivos	Público Objetivo										
<ul style="list-style-type: none"> <li>Educar e incentivar la conciencia turística y ambiental desde la edad escolar a los habitantes de Pirque.</li> <li>Crear una sinergia entre turismo y educación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiantes de colegios de Pirque.</li> </ul>										
Descripción											
<p>Acción dirigida a educar los escolares de Pirque, formando en ellos una conciencia turística y ambiental sobre su comuna, a través de la incorporación de un módulo relacionado en la malla curricular de todos los colegios de Pirque, compuesto por presentaciones, talleres, visitas en terreno y formación de monitores y brigadas ambientales.</p>											
<p><b>Acciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinación del Programa entre la Mesa de Gestión Turística y el Ministerio de Educación.</li> <li>Realización de un calendario de visitas a colegios.</li> <li>Coordinación de charlas dictadas por personal de SERNATUR, CONAF, la Municipalidad y Cámara de Turismo, entre otros.</li> <li>Creación de un manual a utilizar, con abundantes ejemplos, que permita la participación tanto grupal como individual.</li> <li>Formación de monitores y brigadas escolares.</li> <li>Realización de visitas de los niños a Aves Pirque, Escuela Agroecológica y Reserva Nacional Río Clarillo.</li> <li>Planificación de jornadas de limpieza, donde los niños participen activamente.</li> <li>Concursos de pintura o dibujo relacionado con el turismo.</li> </ul>											
<p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Manual educativo.</li> <li>Presentaciones en Power Point.</li> </ul>											
<p><b>Cronograma de Actividades:</b> Esta acción se programa para realizarse a partir del segundo semestre del año 2009, permitiendo la planificación y coordinación para los meses anteriores.</p>											
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento										
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentación</td> <td>\$350.000</td> </tr> <tr> <td>Manual</td> <td>\$500.000</td> </tr> <tr> <td>Talleres</td> <td>\$2.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$2.850.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Presentación	\$350.000	Manual	\$500.000	Talleres	\$2.000.000	<b>Total</b>	<b>\$2.850.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDP, CORFO, CONAF, Ministerio de Educación.</li> </ul>
	Costo										
Presentación	\$350.000										
Manual	\$500.000										
Talleres	\$2.000.000										
<b>Total</b>	<b>\$2.850.000</b>										

**Proyecto 16: Programa de Gestión Territorial**

Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar una efectiva y eficiente gestión de turismo a nivel territorial.</li> <li>• Contar con una agrupación de representantes de los distintos sectores publico-privada relacionado con la actividad, tanto a nivel local como regional.</li> <li>• Asegurar la implementación de las acciones propuestas en el Plan de Desarrollo Turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipalidad de Pirque.</li> <li>• Otras instituciones públicas.</li> <li>• Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> <li>• Cámara de Turismo.</li> <li>• Habitantes de Pirque.</li> </ul>

**Descripción**

Este programa está centralizado en la formación y funcionamiento de una Mesa de Gestión Turística, conformado por representantes de las siguientes organizaciones:

- Municipalidad de Pirque: encargados de Turismo, SECPLAC, Obras Públicas
- CONAF
- SERNATUR
- Gobierno Regional
- Chile Emprende Cordillera
- Cámara de Turismo de Pirque
- Juntas de Vecinos de Pirque
- PRODESAL
- CESCO

Esta Mesa tendrá responsabilidad de:

- Representar las opiniones e intereses de sus respectivos grupos sobre el desarrollo turístico de la comuna.
- Participar activamente en la planificación, realización e implementación de las acciones del Plan de Desarrollo Turístico.
- Desarrollar en conjunto y lograr consensos en relación a:
  - Agenda de Trabajo anual
  - Obras de Infraestructura Turística
  - Normas de Ordenamiento Turístico
  - Sistema Normativo Ambiental
  - Plan Regulador Comunal – secciones relacionados directa y indirectamente con turismo.
- Comunicar públicamente sus avances y resultados.

**Cronograma de Actividades:**

Esta acción requiere una preparación de cuatro meses, a partir de noviembre de 2008 hasta febrero 2009, continuando con la ejecución de actividades en forma permanente hasta el final del periodo 2012.

Presupuesto	Fuentes de Financiamiento
<p>Esta acción no considera incurrir en gastos, sino inversión de tiempo para la gestión del programa.</p>	

Proyecto 17: Programa de Asociatividad	
Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar la asociación de las empresas turísticas de Pirque en una sola organización gremial.</li> <li>Crear asociaciones con otros destinos turísticos y organizaciones responsables de la promoción turística.</li> <li>Unificar esfuerzos del sector privado presente en la comuna.</li> <li>Coordinar y cofinanciar actividades promocionales con otros destinos y organizaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> <li>Organizaciones responsables de la promoción turística a nivel país, región y destino.</li> </ul>
Descripción	
<p>Este programa busca fomentar la asociatividad en las siguientes áreas:</p> <p>1. Asociación a la Cámara de Turismo de Pirque, cuyos objetivos serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dar a conocer Pirque como un gran destino turístico, incrementar los flujos de turistas, mejorar la rentabilidad del sector y por ende la inversión en la infraestructura y el equipamiento turístico empresarial.</li> <li>Fomentar la capacitación y profesionalización de los asociados a través de alianzas con universidades y organismos de capacitación profesional, entre otros.</li> <li>Mejorar la calidad del servicio turístico vigilando el cumplimiento de las normas.</li> <li>Sensibilizar a la comunidad sobre la actividad turística.</li> <li>Desarrollar la actividad turística dentro de la comuna como fuente de desarrollo local.</li> </ul> <p>2. Asociación con otros destinos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crear alianzas con destinos, a nivel nacional y regional, que posean una oferta turística similar o complementaria a la de Pirque, con el fin de realizar y cofinanciar actividades promocionales en conjunto. Por ejemplo alianzas con otros destinos de enoturismo, los Valles de Casablanca, Aconcagua y Colchagua o destinos de tradiciones chilenas, tales como Olmué y Rancagua.</li> </ul> <p>3. Asociación con otras organizaciones responsable de promoción turística</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A nivel nacional SERNATUR y a nivel internacional Turismo Chile.</li> <li>Realizar asociaciones para organizar y cofinanciar acciones promocionales, tales como la participación en ferias, workshops y presentaciones de turismo, además de material promocional tales como planos y guías turísticas.</li> </ul> <p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Información en el sitio web turístico de Pirque de las distintas asociaciones y alianzas formadas, con links a sus respectivos sitios web.</li> </ul> <p><b>Cronograma de Actividades:</b> Esta acción se compone de un mes de preparación, correspondiente a noviembre 2008 y su posterior ejecución durante los 5 meses siguientes.</p>	
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento
Esta acción no considera incurrir en gastos, sino inversión de tiempo para la gestión del programa.	

Proyecto 18: Programa de Promoción Territorial	
Objetivos	Público Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar una efectiva y eficiente gestión de la promoción turística a nivel destino.</li> <li>Contar con una agrupación de representantes tanto del sector público como privado con intereses en la promoción turística de Pirque.</li> <li>Asegurar la implementación de las acciones relacionadas del Plan de Desarrollo Turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Municipalidad de Pirque.</li> <li>Proveedores de productos y servicios turísticos.</li> <li>Cámara de Turismo de Pirque.</li> </ul>
Descripción	
<p>Este programa está centralizado en la formación y funcionamiento de una Mesa de Promoción Turística, confirmado por representantes de las siguientes organizaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Municipalidad de Pirque: encargado de turismo.</li> <li>Cámara de Turismo de Pirque.</li> </ul> <p>Esta Mesa tendrá la responsabilidad de planificar, coordinar e implementar el Programa de Promoción Turística y el Plan de Marketing Turístico, entre otras actividades relacionadas, además de comunicar públicamente sus avances y resultados.</p> <p><b>Cronograma de Actividades:</b> Este programa corresponde a una acción permanente durante todo el periodo contemplado por el plan, requiriendo el mes de noviembre de 2008 para su preparación.</p>	
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento
<p>Esta acción no considera incurrir en gastos, sino inversión de tiempo para la gestión del programa.</p>	

**Proyecto 19: Sistema de Asistencia e Información a Inversionistas**

Objetivos	Público Objetivo						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer un adecuado servicio de atención y asistencia a potenciales inversionistas en proyectos turísticos en Pirque.</li> <li>• Proveer de información completa respecto a las oportunidades identificadas y los requerimientos y procedimientos para materializar un proyecto de inversión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresarios turísticos de Pirque.</li> <li>• Potenciales inversionistas.</li> </ul>						
Descripción							
<p>Esta acción contempla los siguientes componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un encargado municipal responsable de atender y asesorar potenciales inversionistas en proyectos turísticos,</li> <li>• información sobre oportunidades de desarrollo de proyectos,</li> <li>• un Manual de Inversión</li> <li>• Una sección en el sitio web turístico de Pirque dedicado a asistir potenciales inversionistas.</li> </ul> <p><b>Cronograma de Actividades:</b> Se preparará la ejecución de esta acción durante los meses de noviembre y diciembre de 2008, llevándose a cabo la acción a partir de enero de 2009 y extendiéndose hasta diciembre de 2012.</p>							
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento						
<table border="1" data-bbox="159 1086 710 1198"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Manual de Inversión</td> <td>\$350.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$350.000</b></td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Este presupuesto considera la re-edición del Manual de Inversión elaborado como parte del proyecto.</li> </ul>		Costo	Manual de Inversión	\$350.000	<b>Total</b>	<b>\$350.000</b>	<p>100 % público: Presupuesto Municipal, SERCOTEC, FOSIS, CORFO.</p>
	Costo						
Manual de Inversión	\$350.000						
<b>Total</b>	<b>\$350.000</b>						

Proyecto 20: Programa de Promoción de Inversión Turística											
Objetivos	Público Objetivo										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar la oferta turística de Pirque.</li> <li>• Dar a conocer las oportunidades de desarrollo turístico que existen en la comuna.</li> <li>• Atraer a Pirque inversionistas en proyectos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciales inversionistas.</li> </ul>										
Descripción											
<p>El programa comprende un serie de actividades dirigidas a motivar y incentivar la inversión turística en Pirque, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• campañas de marketing directo – dirigidas a potenciales inversionistas</li> <li>• campañas de RR.PP. – dirigidas a medios de comunicación</li> <li>• información sobre inversión turística – Manual de Inversión, sitio web</li> <li>• presentaciones, misiones y encuentros empresariales</li> </ul> <p><b>Productos / Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de inversiones</li> <li>• Base de datos de potenciales inversionistas</li> <li>• Comunicados de Prensa.</li> </ul> <p><b>Cronograma de Actividades:</b> Este programa corresponde a una acción permanente que se inicia en enero de 2009, extendiéndose durante todo el periodo contemplado por el plan, no requiriendo preparación.</p>											
Presupuesto	Fuentes de Financiamiento										
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentación</td> <td>\$350.000</td> </tr> <tr> <td>Marketing Directo</td> <td>\$800.000</td> </tr> <tr> <td>Misiones y encuentros empresariales</td> <td>\$2.000.000</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$3.050.000</b></td> </tr> </tbody> </table>		Costo	Presentación	\$350.000	Marketing Directo	\$800.000	Misiones y encuentros empresariales	\$2.000.000	<b>Total</b>	<b>\$3.050.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% público: Presupuesto Municipal, SERNATUR, Chile Emprende, FNDP, CORFO.</li> </ul>
	Costo										
Presentación	\$350.000										
Marketing Directo	\$800.000										
Misiones y encuentros empresariales	\$2.000.000										
<b>Total</b>	<b>\$3.050.000</b>										