

Plan de Desarrollo Turístico de Pirque

11 de Septiembre de 2008

marketek 
CONSULTING
tourism specialists

www.marketekconsulting.cl

Etapas de Desarrollo

➤ Etapa 1: Levantamiento de Información de Base

➤ Etapa 2: Catastro de la Oferta Turística

➤ Etapa 3: Diagnóstico



03 de Julio

➤ Etapa 4: Plan de Desarrollo Turístico de Pirque



09 de Sept.

➤ Etapa 5: Generación y Difusión de Resultados del Estudio



Recopilación de Antecedentes

Fuentes Primarias:

- ➔ Entrevistas Actores Principales (37)
- ➔ Talleres con Agrupaciones Comunales (4)
- ➔ Visitas en Terreno (38)
- ➔ Entrevistas Dueños / Administradores de empresas turísticas
- ➔ Estudio de Mercado (200 turistas)

Fuentes Secundarias:

- ➔ Municipalidad de Pirque
- ➔ SERNATUR
- ➔ Internet

Instrumentos y Modelos Utilizados:

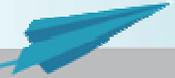
- ➔ Fichas Técnicas
- ➔ Sistema de Clasificación OEA CICATUR

Plan de Desarrollo Turístico

Es el conjunto de propuestas y recomendaciones viables que constituyen una directriz del desarrollo del destino, generados a partir de la detección de oportunidades y que son el resultado de un proceso de evaluación y diagnóstico de la situación del destino.



Beneficios



El desarrollo de un turismo organizado y planificado se traduce en los siguientes beneficios para la comuna de Pirque:

- ➔ Impulsa la actividad económica y genera encadenamientos productivos integrando distintos sectores, tales como artesanía, agricultura, transporte.
- ➔ Aumenta la actividad comercial y servicios asociados al turismo, generando oportunidades de empleo.
- ➔ Facilita el desarrollo de emprendimientos e incentiva la inversión en la comuna.
- ➔ Favorece la conservación del patrimonio natural y cultural.
- ➔ Genera ingresos para ser destinados al mejoramiento de infraestructura y servicios.
- ➔ Genera progreso social y económico contribuyendo directamente en el mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes.

Consulta Pública

1

¿ESTÁ USTED DE ACUERDO CON EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA?

Click Votar

Total de personas que han votado= 72
Encuesta pública

2

ENCUESTA

El desarrollo de un tipo de turismo organizado y planificado aseguraría la generación de significativos beneficios para la comuna de Pirque, dentro de las cuales se encontrarían el destacado progreso social y económico, incremento de la producción, ingresos y empleo, así como la atracción de proyectos de inversión en infraestructura y servicios, constituyendo en conjunto importantes factores de integración social y mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes.

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

Atendiendo a la propuesta planteada, la Municipalidad de Pirque requiere conocer la opinión de la comunidad pircada en relación al futuro turístico de la comuna, planteando la siguiente pregunta a sus habitantes:

¿Está usted de acuerdo con el desarrollo turístico de la comuna?

sí

no

Vota

3

ENCUESTA

Ud ya voto, no puede votar 2 veces.

¿ESTÁ USTED DE ACUERDO CON EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNA?

sí  69%

no  31%

Total de personas que han votado= 72
Encuesta pública

Índice del Plan

1. Situación Actual
2. Principios
3. Visión
4. Objetivos
5. Posicionamiento
6. Estrategias
7. Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos
8. Plan de Acciones
9. Cronograma
10. Presupuesto
11. Fuentes de Financiamiento



1. SITUACIÓN ACTUAL

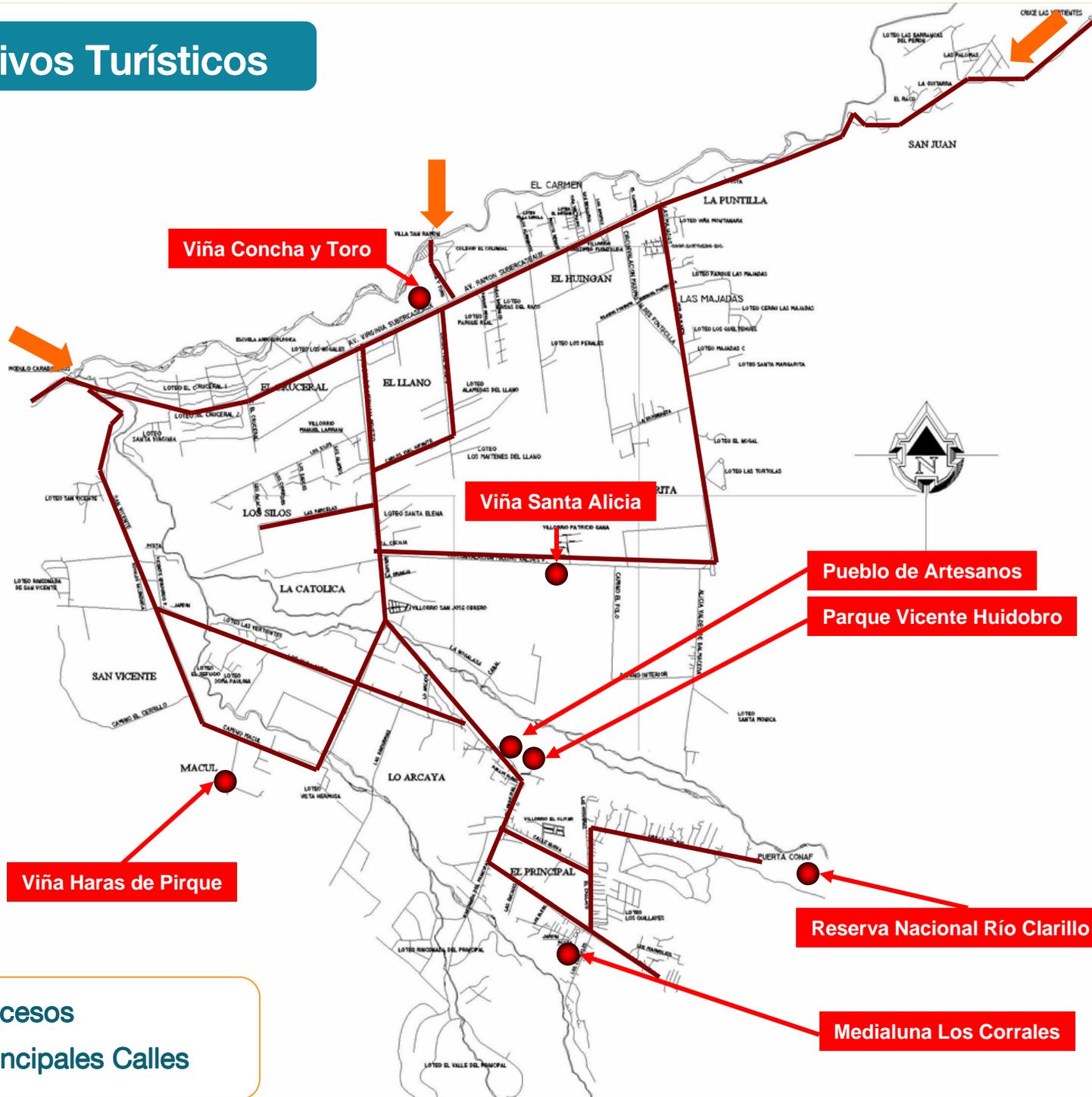


1. Situación Actual

Oferta Turística

	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

Atractivos Turísticos

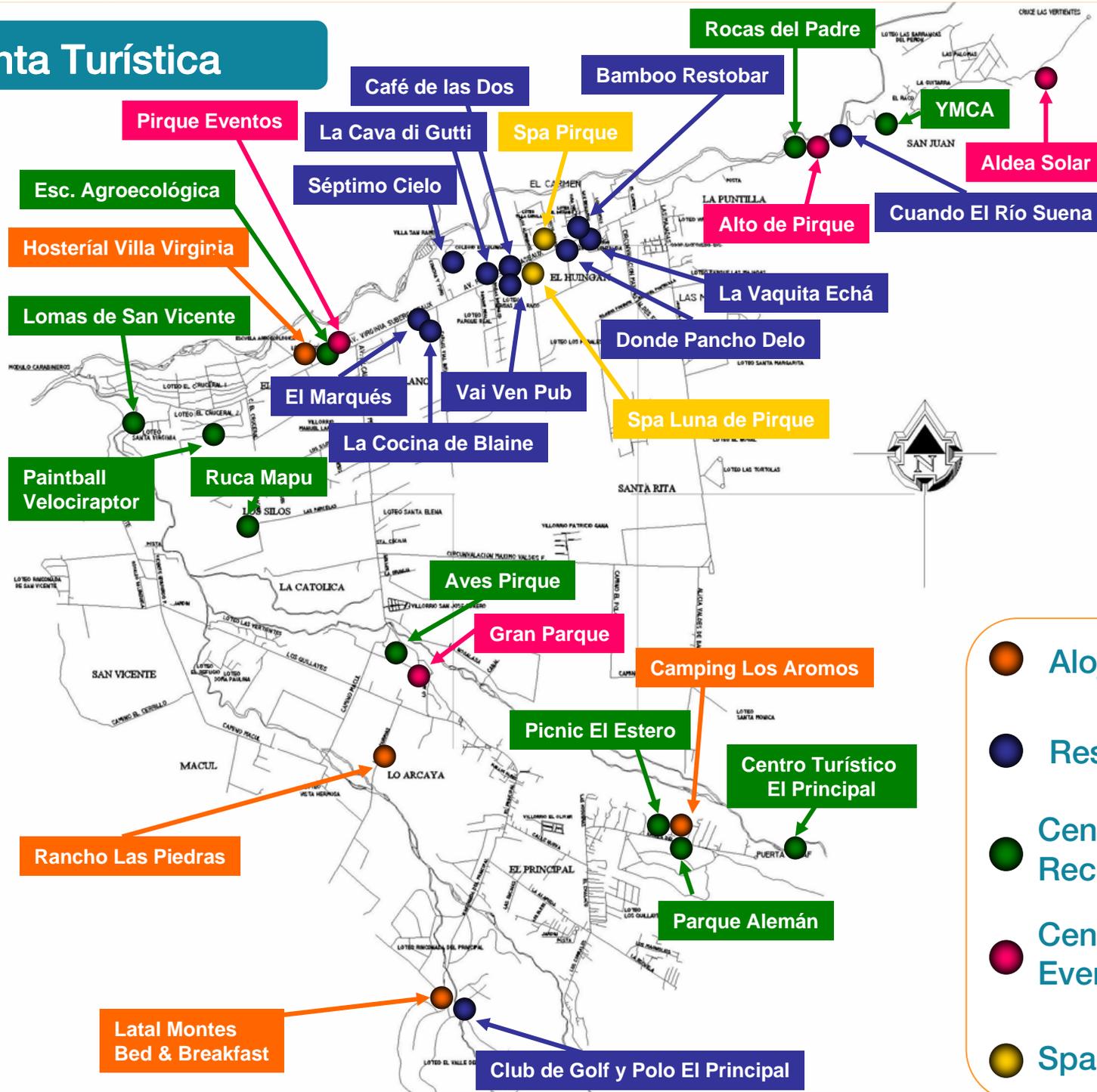


Accesos



Principales Calles

Planta Turística



Pirque Eventos

Café de las Dos

Bamboo Restobar

Rocas del Padre

YMCA

Aldea Solar

Esc. Agroecológica

La Cava di Gutti

Spa Pirque

Alto de Pirque

Cuando El Río Suena

Hostería Villa Virginia

Séptimo Cielo

La Vaquita Echá

Lomas de San Vicente

El Marqués

Vai Ven Pub

Donde Pancho Delo

Paintball Velociraptor

Ruca Mapu

La Cocina de Blaine

Spa Luna de Pirque

Aves Pirque

Gran Parque

Camping Los Aromos

Picnic El Estero

Centro Turístico El Principal

Rancho Las Piedras

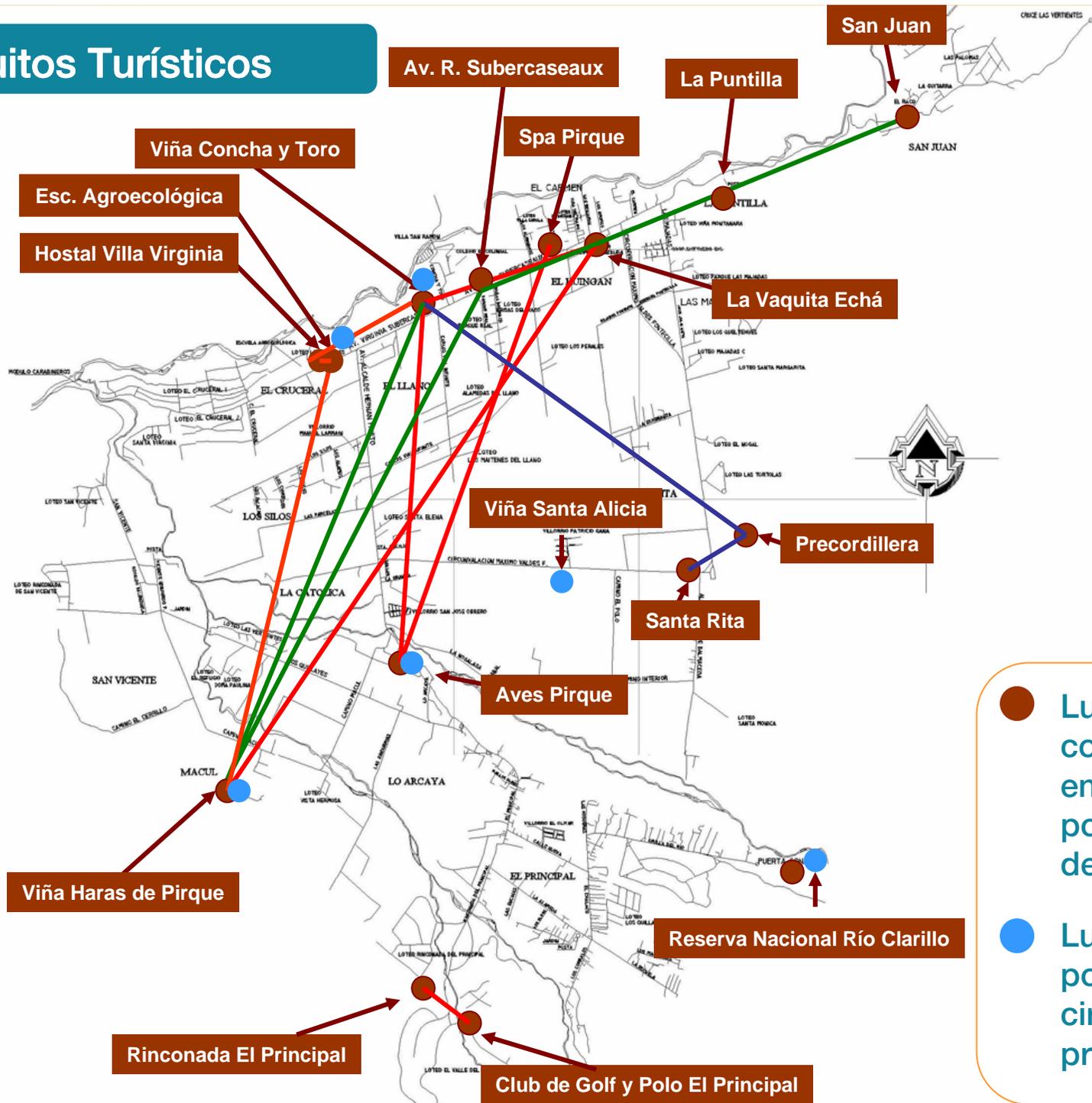
Parque Alemán

Latal Montes Bed & Breakfast

Club de Golf y Polo El Principal

-  Alojamiento
-  Restaurantes
-  Centros Recreacionales
-  Centros de Eventos
-  Spa

Circuitos Turísticos



- Lugares considerados en circuitos por empresas de turismo
- Lugares que poseen circuitos propios

1. Situación Actual

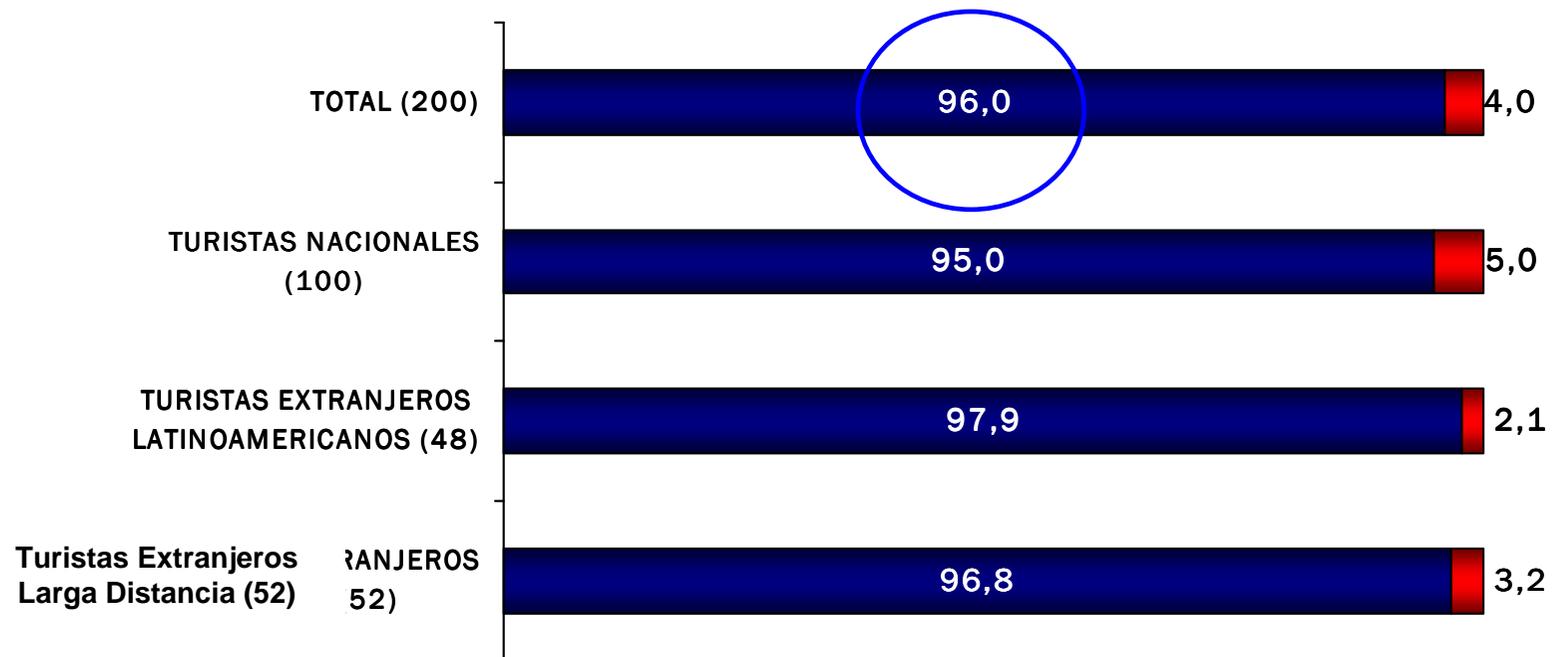
Demanda Turística

ATRATIVOS	LLEGADA DE TURISTAS AÑO 2007				TOTAL
	Nacionales (4%)		Extranjeros (96%)		
Viña Concha y Toro	3.911		93.859		97.770
Reserva Nacional Río Clarillo	Nacionales (99%)		Extranjeros (1%)		49.377
	49.142		235		
Restaurantes	Nacionales (100%)				30.921
	30.921				
Centros Recreacionales	Nacionales (99%)		Extranjeros (1%)		18.109
	17.923		186		
	Total Nacionales		Total Extranjeros		
	Nº	%	Nº	%	
TOTAL	101.897	52%	94.280	48%	196.177
TOTAL considerando margen de error de 5%	96.802		89.566		186.368

1. Situación Actual

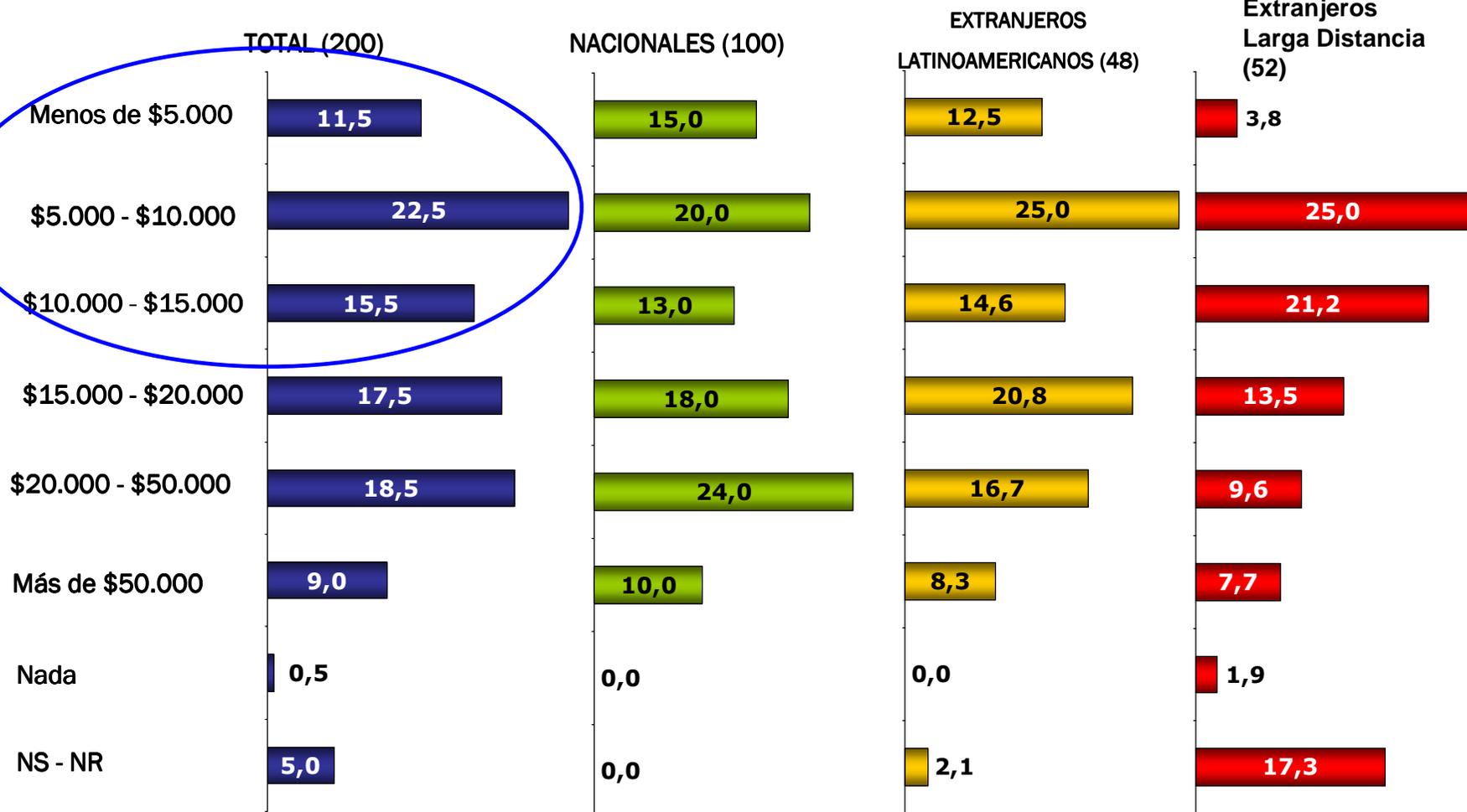
Estudio de Mercado - Estadía

■ 1 DIA ■ MÁS DE 1 DIA



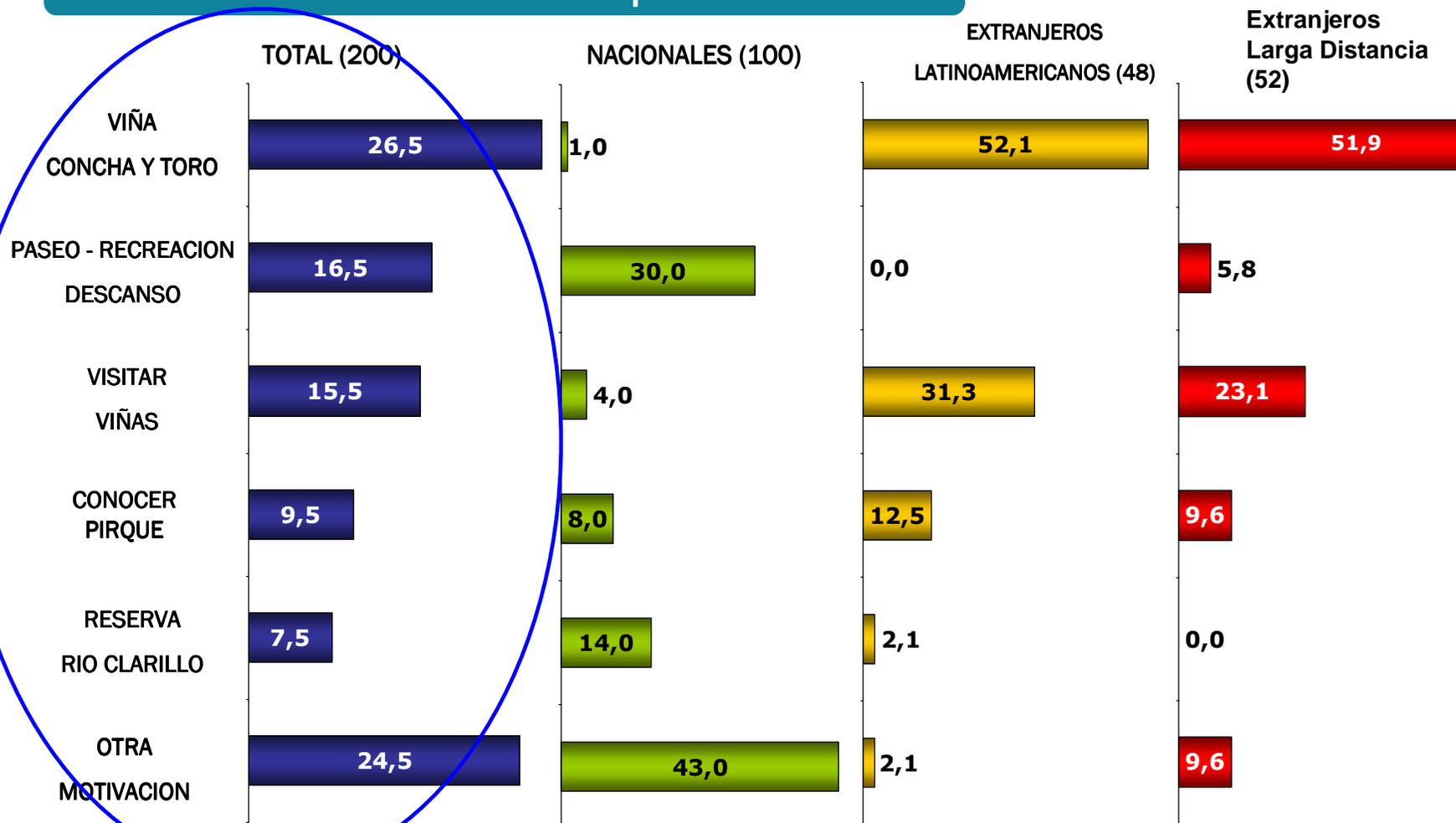
1. Situación Actual

Estudio de Mercado - Gasto Diario



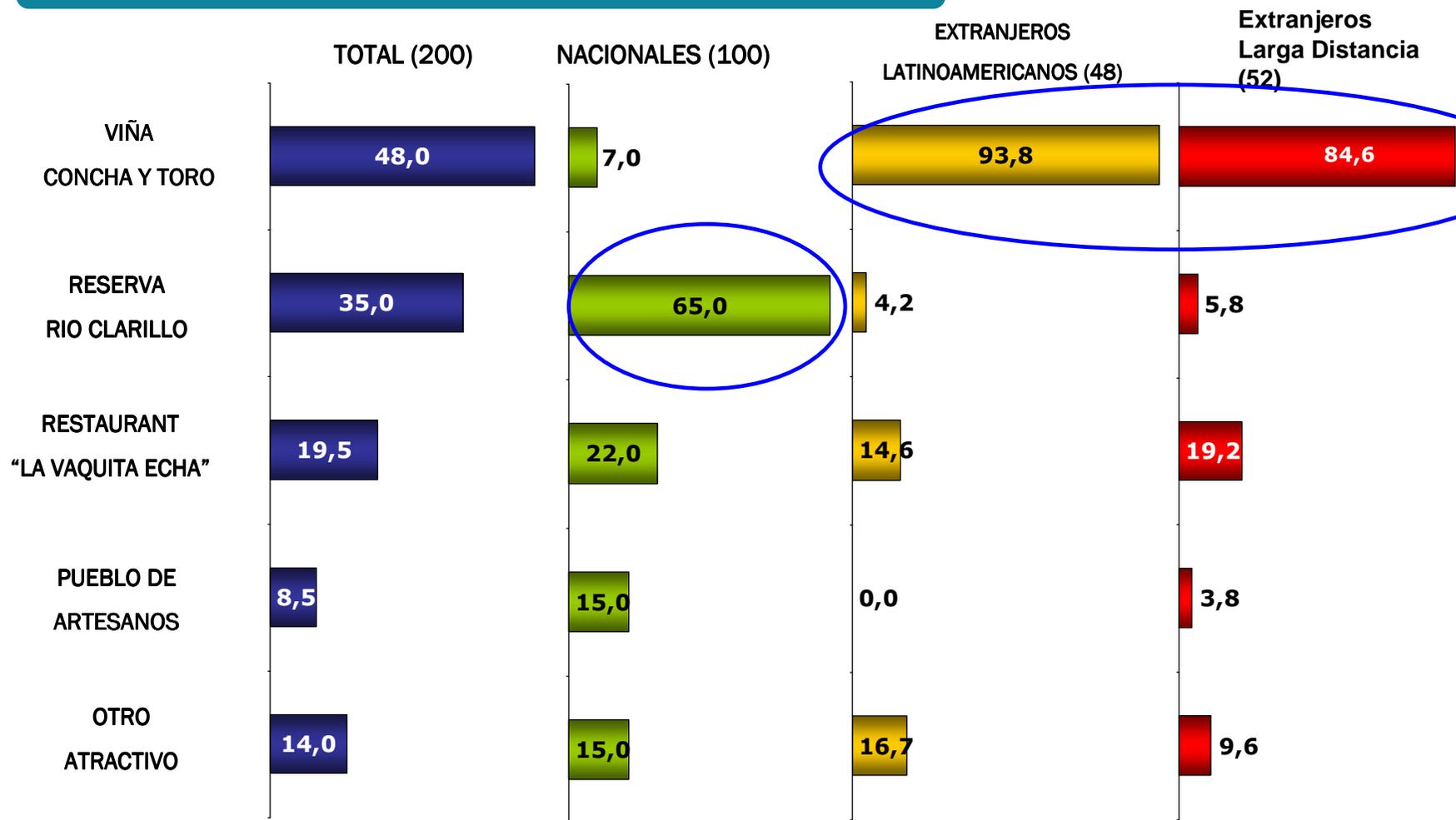
1. Situación Actual

Estudio de Mercado - Principal Motivación



1. Situación Actual

Estudio de Mercado - Atractivos Visitados



1. Situación Actual

Diagnóstico

- ⇒ **Fortalezas:** Ubicación privilegiada, comuna campestre, existe gran patrimonio histórico y cultural, posicionamiento anexado a las viñas chilenas, múltiples atractivos, demanda turística establecida y creciendo, no existe una marcada estacionalidad, asociatividad público-privado.
- ⇒ **Debilidades:** congestión de los accesos, deficiente promoción turística, demanda asociada a monoproductos, deficiente oferta de alojamiento, actividades, circuitos integrados y operadores de servicios locales, escasa conciencia turística.
- ⇒ **Amenazas:** barreras al desarrollo turístico por la limitada capacidad de los accesos y planta turística, hermetismo de los empresarios, pérdida de atributos diferenciadores, competencia de otros destinos.
- ⇒ **Oportunidades:** Convertir a Pirque en el destino más selecto de Naturaleza e Intereses Especiales cercano a Santiago, mejorar la calidad y ampliar la oferta turística, aumentar la estadía y gasto promedio, mejorar la disponibilidad y calidad de la info. turística, desarrollar herramientas y acciones promocionales, potenciar los eventos culturales, incentivar la inversión turística y la asociatividad gremial.

2. PRINCIPIOS / 3. VISION / 4. OBJETIVOS



2. Principios

Principios

Turismo Sustentable

- Apoyar el bienestar económico y social, y preservar la riqueza natural y cultural de la comuna.
- Apunta a un desarrollo equilibrado, sostenible y responsable.
- Adopción de adecuadas prácticas asegurando que el turismo contribuya a la conservación y fortalecimiento del medioambiente.
- Asegurar el bienestar de los visitantes y la viabilidad de la actividad turística para presentes y futuras generaciones.

Gestión Turística Comunal

- Trabajo asociativo entre los sectores público y privado, liderado por la Municipalidad.
- Planificación, coordinación y realización de actividades de ordenamiento, desarrollo, información, posicionamiento y promoción.

Experiencia Turística

- El turista busca experiencias que satisfagan sus necesidades intelectuales, emocionales y espirituales.
- La clave reside en la calidad de la experiencia vivida y su valor para el cliente.
- Impacta en la imagen y posicionamiento del destino.
- Enfocar en cada uno de los eventos, actividades e interacciones que forman parte de la experiencia.

3. Visión

Pirque destino turístico destacado y altamente posicionado a nivel nacional e internacional, producto de la diversidad y calidad de su oferta turística, el 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.



4. Objetivos

Objetivo General

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.

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.

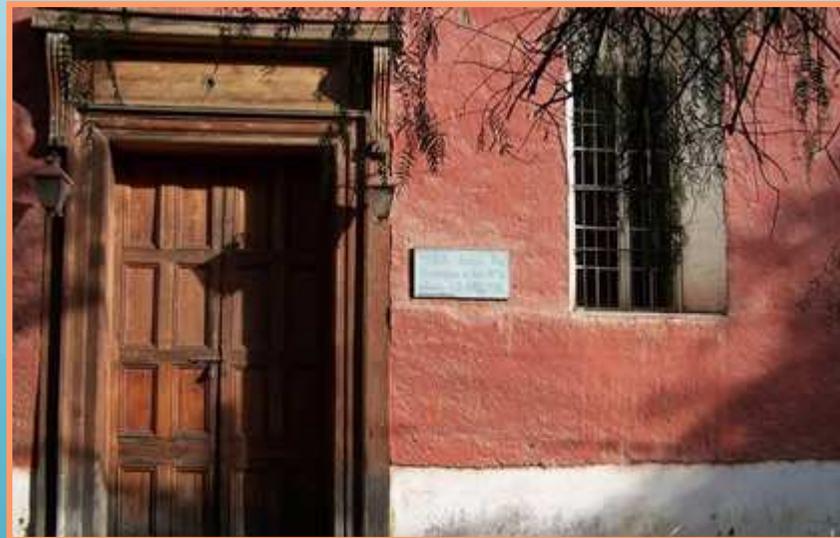
4. Objetivos

Objetivos Específicos

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.



5. POSICIONAMIENTO / 6. ESTRATEGIAS



5. Posicionamiento

Extranjeros

Pirque = Viña Concha y Toro

Nacionales

Pirque = RN Río Clarillo o paseo familiar de fin de semana

Destino de paseos,
de enoturismo,
naturaleza y gastronomía
(< 1 día)

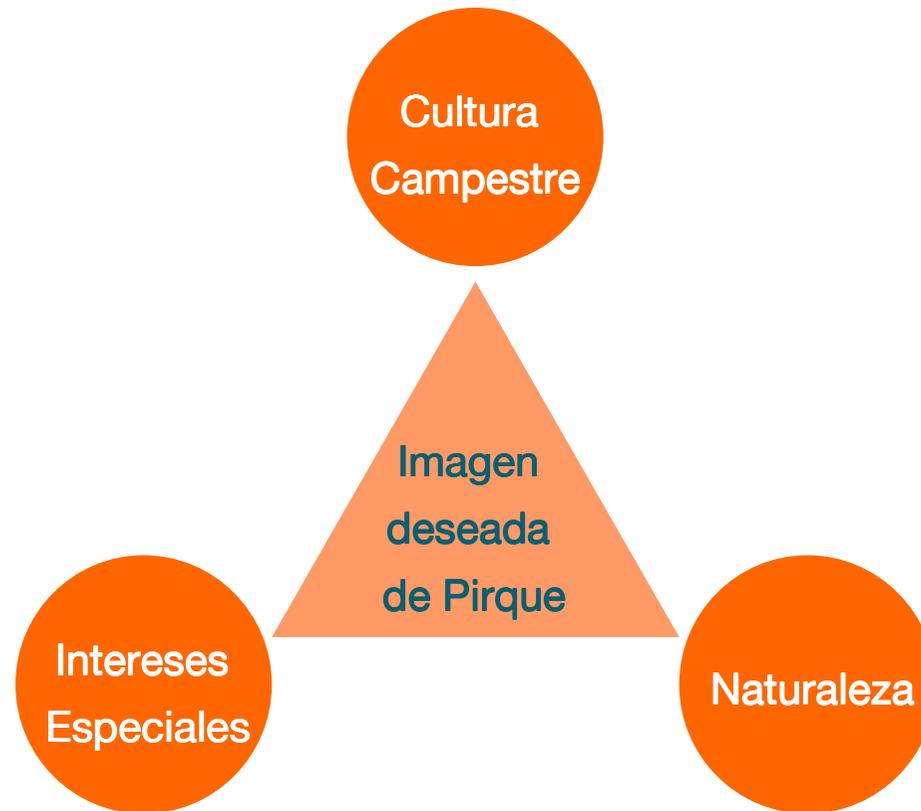
Fortalecer imagen
de Destino de
enoturismo

Fortalecer esta
imagen – mayor
estadía

Destino Turístico de excursiones,
escapadas y vacaciones de enoturismo,
naturaleza, gastronomía, aventura,
deporte, cultura y ecoturismo

5. Posicionamiento

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.



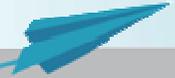
6. Estrategias



Objetivo 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.

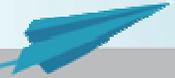
6. Estrategias



Objetivo 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.

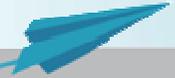
6. Estrategias



Objetivo 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.

6. Estrategias



Objetivo 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, canalizando 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.

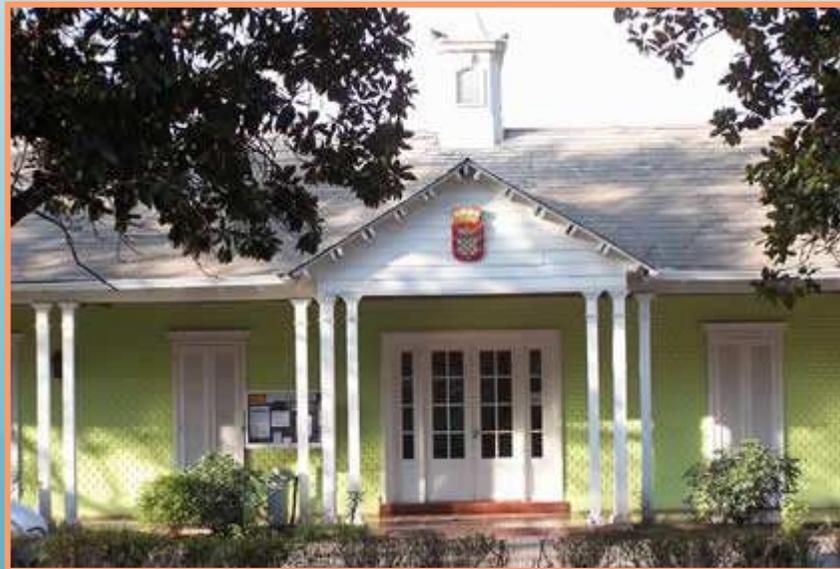
6. Estrategias

Objetivo 5. Incentivar el emprendimiento empresarial y la inversión turística

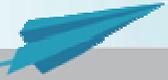
- a) Promover y facilitar la inversión turística a través de la entrega de información y asesoría sobre las oportunidades, requerimientos y mecanismos de fomento.
- b) Desarrollar herramientas y acciones dirigidas a incentivar y atraer inversiones.



7. DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS



7. Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos



- ➔ Calidad de productos y servicios
- ➔ Productos y servicios innovadores y diferenciados
- ➔ Relación precio-calidad
- ➔ Variedad
- ➔ Valor agregado
- ➔ Identidad – reflejar el posicionamiento y diferenciación deseada

7 a) Mejoramiento de la oferta actual



Elemento	Potencial de Desarrollo
R. N Río Clarillo	⇒ Información, Centro de Información Ambiental, “Ecotienda”.
Viñas	⇒ Variedad de tours, videos, actividades complementarios.
Pueblito de Artesanos	⇒ Ampliar los días de atención, actividades de interés turístico.
Alojamiento	⇒ Capacidad de habitaciones, gastronomía típica que integre productos de la zona.
Alimentación	⇒ Servicios que cumplan con estándares internacionales, mejorar la relación precio-calidad.
Centros de Eventos	⇒ Regularización, integrar actividades complementarias.
Spa	⇒ Ampliar su oferta con tratamientos novedosos ej. vinoterapia.
Infraestructura Pública	⇒ Fortalecer el servicio de la oficina de información turística, crear un mini-sitio dedicado a turismo, atractiva y adecuada señalética turística, sistema de control de tránsito, basureros y contenedores.

7 b) Áreas Geográficas de Mayor Desarrollo Potencial

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

7 c) Elementos Específicos con Potencial de Desarrollo

Atractivos	Potencial de Desarrollo
R.N Río Clarillo	⇒ Caminatas, cabalgatas, sitios de camping, cabañas, refugios.
Centro de Pirque	⇒ Puerta de entrada, plaza central, un mapa turístico en formato gigante.
Media Luna	⇒ Eventos de mayor impacto turístico, muestras y cursos de aprendizaje.
Atractivos Potenciales	⇒ Viña Jardín Corcoran Gallery, Vivienda Patronal e Iglesia Lo Arcaya, Vivienda Patronal e Iglesia El Principal, Iglesia La Puntilla, Castillo de Majadas, casas patronales y bodegas antiguas.
Infraestructura Pública	⇒ Veredas y paseos peatonales, ciclovías.
Actividades Turísticas	⇒ Caminatas, trekking, hiking, cabalgatas, ciclismo, mountain bike, rodeo, observación de flora y fauna, agroturismo.
Circuitos Turísticos	<p>⇒ Duración: 1 a 5 días, interesante mezcla de experiencias/actividades, integren diferente sectores de la comuna y los distintos elementos turísticos: alojamiento, gastronomía, atractivos y actividades.</p> <p>⇒ Ejemplos: Ruta de Vino de Pirque, circuitos históricos-culturales, circuito patrimonial, circuitos de caminata, cabalgata, bicicleta, excursiones de trekking/cabalgatas con acampada en la cordillera.</p>
Alojamiento	<p>⇒ Alojamiento rural, 2 a 8 habs, 3 estrellas, servicio familiar.</p> <p>⇒ Hoteles petite/boutique, 10 a 20 habs, 3 a 4 estrellas, alta calidad.</p> <p>⇒ Cabañas en sitios naturales, sitios de camping de nivel medio-alto.</p>
Alimentación	⇒ Identidad gastronómica, tematización de restaurantes, locales con productos típicos.
Centros Recreacionales	⇒ Centros recreacionales orientados a familias de nivel medio-alto.
Centros de Eventos	⇒ Centros con carácter rural.
Eventos	⇒ Ampliar la oferta con eventos: musicales, costumbristas, folcloristas, artísticos, deportivos, Feria Campestre, talleres de fin de semana.
Servicios Complementarios	⇒ Artesanía autóctona, operadores locales de actividades turísticas, guías turísticas, agencias turísticas, servicio de transporte turístico.

8. PLAN DE ACCIONES



8. Plan de Acciones



Accion	Accion
Estudios Cualitativos	Dirigidos a turistas, empresarios y canal de comercialización
Sistema de Calidad de Productos y Servicios Turísticos	En base del sistema nacional de normas y certificación de calidad turística. Incorpora presentación, manual, talleres de capacitación y registro de empresas certificadas.
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.
Iniciativa para Convertir el Patrimonio Comunal en Atractivos Turísticos	Elaboración de propuestas para el desarrollo de patrimonio histórico-cultural en atractivos turísticos.
Sistema de Asistencia e Información Turística	Contempla mejoramiento del funcionamiento de la oficina de información turística, registro de la oferta turística, herramientas impresas y fuentes virtuales
Gestión de Obras de Infraestructura Turística	Infraestructura de bienvenida, señalética turística vial, parques y paseos públicos, ciclovía
Circuitos Turísticos Integrados	Desarrollo de nuevos circuitos turísticos de duración mayor de un día integrando distintos sectores y elementos turísticos de la comuna.
Creación de una Identidad Turística	Logo y eslogan turístico, guía de normas gráficas
Programa de Promoción Turística	Incluyendo campañas de RR.PP, Prensa, Marketing Directo, participación en presentaciones, ferias y workshops. Considera sitio web, bases de datos, boletín electrónico, comunicados y viajes de prensa, mapa turístico, pendones, presentación promocional. 

8. Plan de Acciones



Accion	Accion
Plan de Marketing Turístico	Elaboración de herramientas y acciones promocionales para el período 2010 a 2013.
Programa de Marketing Interno	Dar a conocer los objetivos, beneficios y oportunidades presentadas en el Plan de Desarrollo Turístico
Programa de Conciencia Turística y Ambiental	Incluyendo presentacion, manual, afiches, letreros y sitio web
Programa de Ecoturismo	Incorporando presentaciones, talleres, R N Río Clarillo
Programa Escolar	Incorporación de la conciencia turística y ambiental en los programas de estudio, para crear una sinergia entre turismo y educación
Programa de Gestion Territorial	Mesa de Turismo (Comité Público-Privado), Gestión Interna, Intramunicipal e Interinstitucional. Agenda de Trabajo, Normas de Ordenamiento Turístico, Sistema Normativo Ambiental, Plan Reglador Comunal
Programa de Asociatividad	Incentivar la asociación de las empresas turísticas de Pirque en una sola gremial, crear asociaciones con otros destinos turísticos y organizaciones responsable de la promoción turística (SERNATUR, Turismo Chile)
Programa de Promoción Territorial	Mesa de Turismo (Comité Público-Privado), Plan de Marketing Turístico
Sistema de Asistencia y Información a Inversionistas	Contempla un encargado de atender y asesorar potenciales inversionistas, información sobre oportunidades de desarrollo de proyectos, facilitación de gestiones a inversionistas, Manual de Inversión (impreso y sitio web)
Programa de Promoción de Inversión Turística	Marketing Directo, RR,PP, Prensa, Presentaciones, Misiones y Encuentros Empresariales

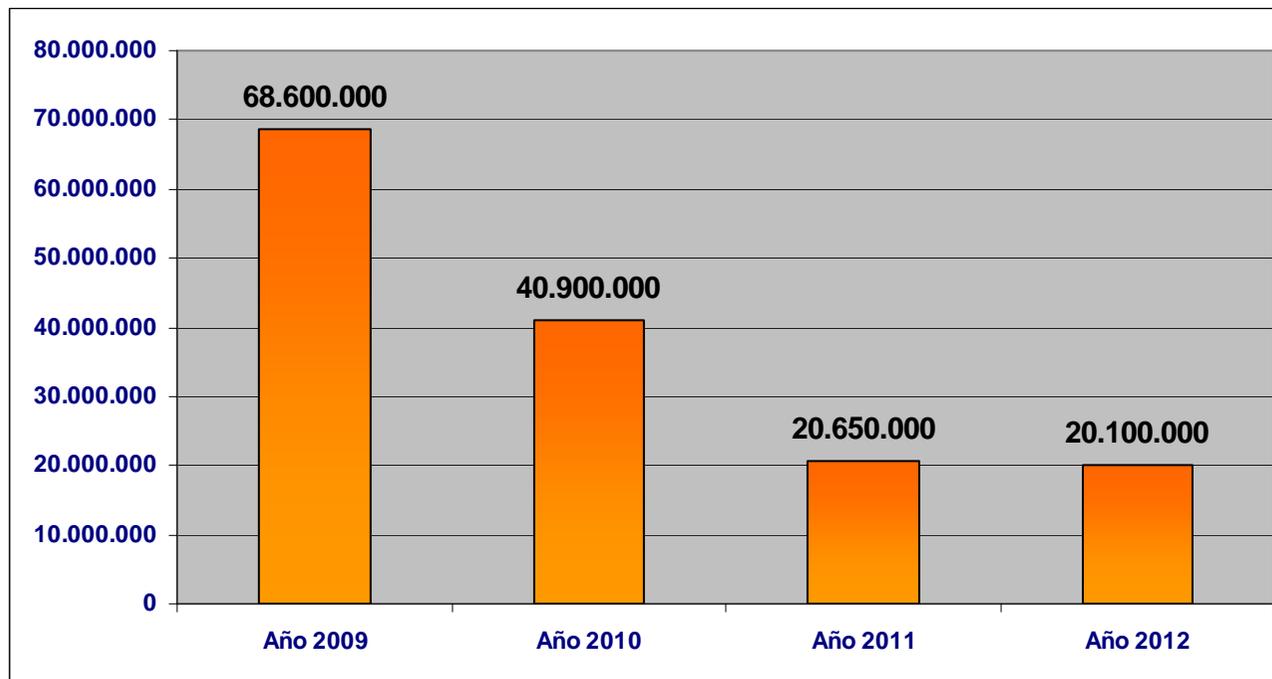


9. CRONOGRAMA / 10. PRESUPUESTO / 11. FINANCIAMIENTO



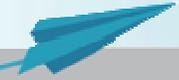
10. Presupuesto

2009	2010	2011	2012	TOTAL
\$ 68.600.000	\$ 40.900.000	\$ 20.650.000	\$ 20.100.000	\$ 150.250.000
46%	27%	14%	13%	



ACCION	ACTIVIDADES / HERRAMIENTAS	2009	2010	2011	2012	TOTAL
Sistema de Calidad de Productos y Servicios Turísticos	Presentación de Calidad	\$ \$350.000	-	-	-	\$350.000
	Manual de Calidad	\$1.000.000	-	-	-	\$1.000.000
	Talleres de Capacitación	\$1.000.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$3.000.000
	<i>Total Acción</i>					\$4.350.000
Programa de Emprendimiento e Innovación en el y Servicios Turísticos	Presentación de Emprendimiento	\$350.000	-	-	-	\$350.000
	Talleres de Capacitación	\$1.500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$3.000.000
	<i>Total Acción</i>					\$3.350.000
Sistema de Asistencia e Información Turística	Oficina de Información Turística Municipal	\$1.000.000	-	-	-	\$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	-	\$300.000	-	-	\$300.000
	<i>Total Acción</i>					\$7.050.000
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	-	-	\$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	-	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$15.000.000
	<i>Total Acción</i>					\$32.050.000

11. Fuentes de Financiamiento

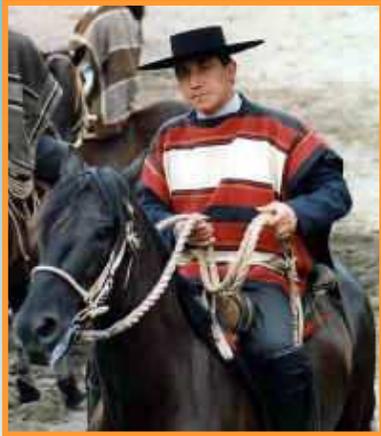


Público		Privado (proveniente del sector público)		Aporte Privado		TOTAL
\$	%	\$	%	\$	%	\$
\$ 69.115.000	46%	\$ 69.115.000	46%	\$ 12.020.000	8%	\$ 150.250.000

11. Fuentes de Financiamiento



ALTERNATIVAS	DETALLE
CORFO	Ofrecer subsidios, créditos y cofinanciamiento para promover el desarrollo productivo.
	SERCOTEC - Apoya iniciativas de micro y pequeñas empresas.
	Chile Emprende - Apoya iniciativas relacionadas con el desarrollo de turismo.
	Innova - Programa de Desarrollo e Innovación Tecnológica.
SENCE	Fomento de la capacidad de empleo de las personas.
INDAP	Apoyo a la agricultura familiar campesina Programa de Turismo Rural.
FOSIS	Apoyo a las actividades productivas para el desarrollo comunitario.
FIA	Financiamiento de proyectos de innovación agraria - Agroturismo
SERNATUR	Programas en conjuntos relacionado con certificación de calidad turística, actividades y materiales promocionales, conciencia turística, información turística.
CONAF	Programas de conciencia ambiental y sanitaria, folletería e información.
CONAMA	Iniciativas relacionadas con la protección ambiental y de la naturaleza.
Turismo Chile	Acciones promocionales en el extranjero.
Municipalidad de Pirque	Información Turística: oficina, personal, material, sitio web, registros. Obras de infraestructura pública.
Gobierno Regional	FNDR – Fondo Nacional para el Desarrollo Regional.
Municipalidades	Programas en conjuntos.
Universidades	Programas en conjuntos con las carreras de turismo.
Aporte Privado	Servicios complementarios (periodistas, tour operadores), publicidad y auspicio, participación pagado, donación fotos.



Fin

marketek 
CONSULTING
tourism specialists

www.marketekconsulting.cl

Segmentos Turísticos

Actuales Segmentos Turísticos

- ➔ Turismo de Naturaleza
- ➔ Turismo de Intereses Especiales (enoturismo, gastronomía)

Potenciales Segmentos Turísticos

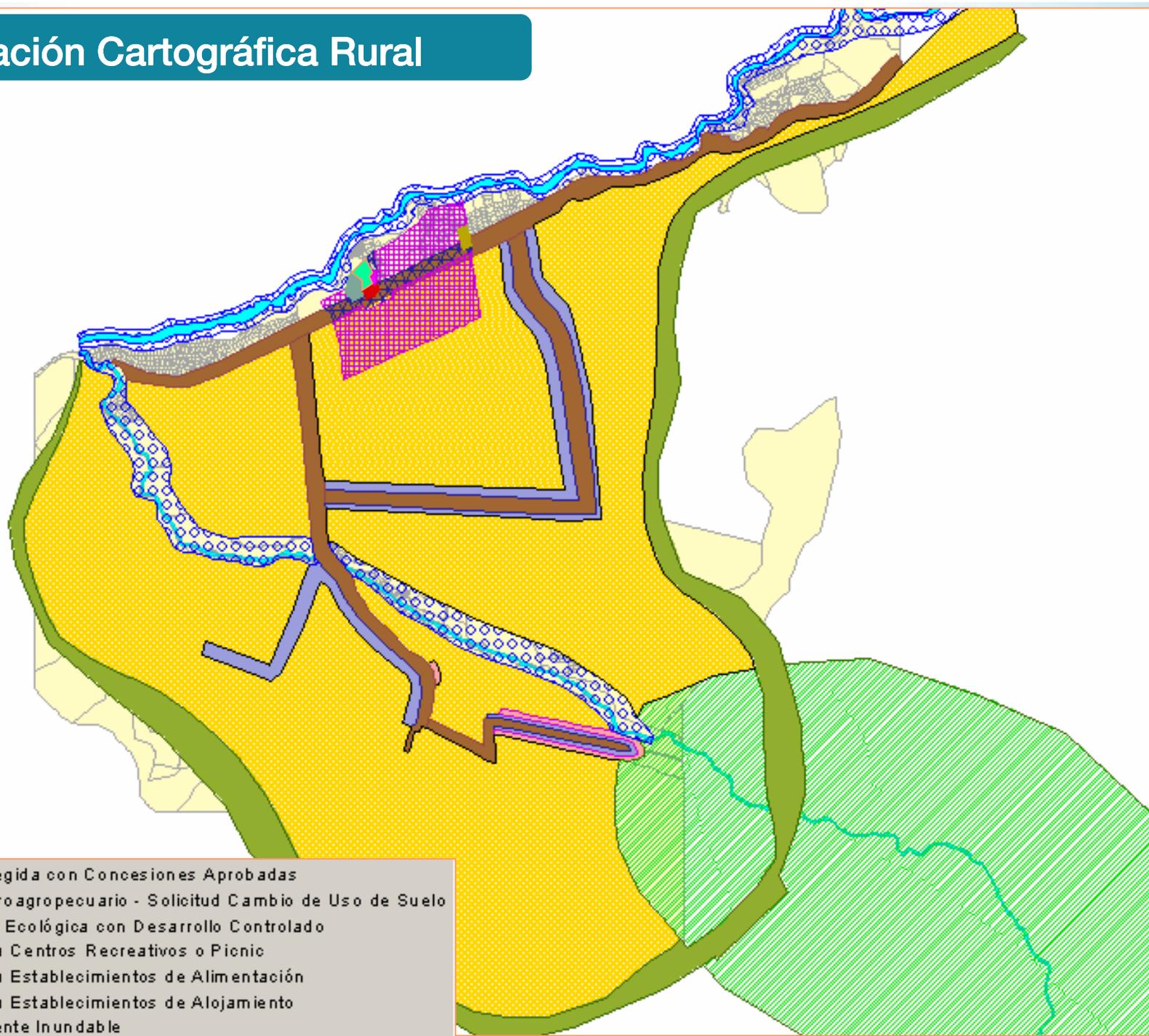
- ➔ Turismo Rural
- ➔ Turismo Cultural
- ➔ Agroturismo
- ➔ Turismo de Aventura
- ➔ Turismo Deportivo
- ➔ Turismo de Reuniones





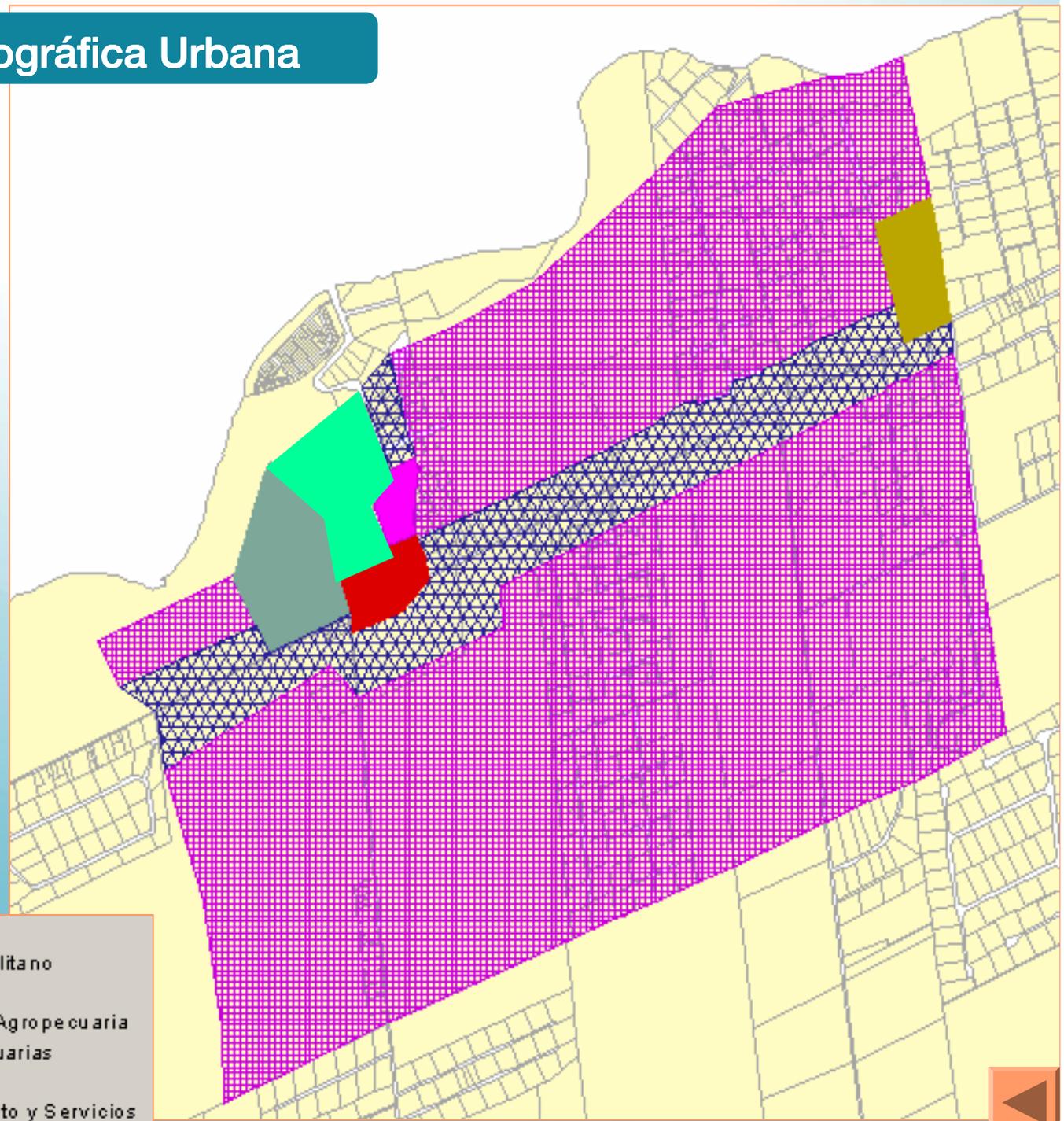
Proyecto 1:	Área de Negocios	Plazo												
Estudios de Mercado	Recreativo / Intereses Especiales / Reuniones y Congresos	Mediano												
<p>Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profundizar el conocimiento de los consumidores finales tanto actuales como potenciales. • Contar con cifras turísticas para medir el flujo de visitante y el impacto del turismo en el destino. • Conocer las características demográficas, socioeconómicas y psicográficas del mercado. • Profundizar el conocimiento respecto de las motivaciones de compra del turista que visita Pirque. • Identificar productos turísticos con potencial futuro. 	<p>Público Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistas nacionales y extranjeros actuales y potenciales. • Proveedores de servicios turísticos. 													
Descripción														
<p>El estudio del comportamiento del consumidor adquiere una importancia fundamental si se considera como el actor que, de acuerdo a sus necesidades guiará la actividad turística del destino. Por ende se contempla la realización de estudios de mercado, dirigidos a consumidores actuales y potenciales del destino. Estas mediciones se realizarán en forma anual estableciendo de esta forma, un parámetro comparativo.</p>														
Acciones														
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar número de personas que consultan la oficina de información turística. • Realizar un cuestionario cualitativo y cuantitativo que sea completado por los visitantes que consultan la oficina de información turística. • Efectuar un cuestionario para entregar a los huéspedes de hoteles y servicios turísticos. • Una vez al año hacer una rueda de entrevistas personales en cuanto a la calidad de los servicios y que al mismo tiempo sirva para generar estadísticas del sector. • Cuestionario de alojamiento para medir actividad post temporada alta. 														
Herramientas de Marketing/Promoción														
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un registro que mida los visitantes que consultan la oficina de información turística. • Elaboración de tres tipos de cuestionarios cualitativos y cuantitativos destinados a turistas que consultan la oficina de información turística, huéspedes en servicios de alojamiento y público que visita el destino en general. • Sitio Web que refleje la información y estadísticas turísticas. 														
Presupuesto		Herramientas de Financiamiento												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%;"></th> <th style="width: 20%; text-align: right;">Costo Anual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Diseño y producción de encuestas</td> <td style="text-align: right;">200.000</td> </tr> <tr> <td>Realización de encuestas turistas</td> <td style="text-align: right;">2.000.000</td> </tr> <tr> <td>Tabulación de la información e informes</td> <td style="text-align: right;">300.000</td> </tr> <tr> <td>Participación en encuestas en mercado nacional</td> <td style="text-align: right;">2.500.000</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">5.000.000</td> </tr> </tbody> </table>			Costo Anual	Diseño y producción de encuestas	200.000	Realización de encuestas turistas	2.000.000	Tabulación de la información e informes	300.000	Participación en encuestas en mercado nacional	2.500.000	Total	5.000.000	<p>Financiamiento:</p> <p>20% público – 80% privado</p>
	Costo Anual													
Diseño y producción de encuestas	200.000													
Realización de encuestas turistas	2.000.000													
Tabulación de la información e informes	300.000													
Participación en encuestas en mercado nacional	2.500.000													
Total	5.000.000													

Zonificación Cartográfica Rural



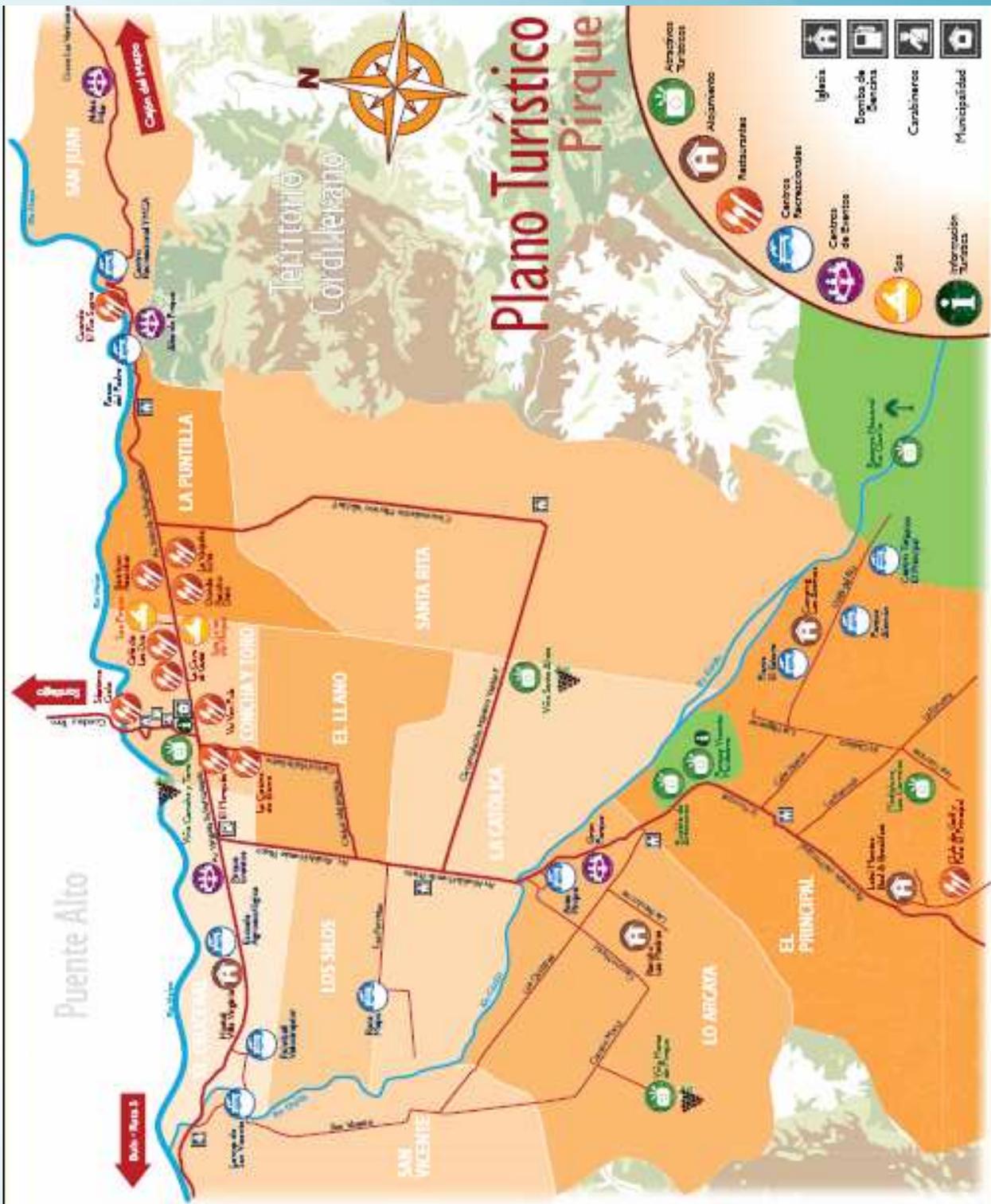
- Area Silvestre Protegida con Concesiones Aprobadas
- Zona de Interés Silvoagropecuario - Solicitud Cambio de Uso de Suelo
- Zona de Protección Ecológica con Desarrollo Controlado
- Zona Potencial para Centros Recreativos o Pícnic
- Zona Potencial para Establecimientos de Alimentación
- Zona Potencial para Establecimientos de Alojamiento
- Zona Recurrentemente Inundable

Zonificación Cartográfica Urbana



-  Zona Centro Cívico
-  Zona Especial Equipamiento Metropolitano
-  Zona Interés Histórico
-  Zona Mixta Habitacional Servicios y Agropecuaria
-  Zona Mixta Servicios y Silvoagropecuarias
-  Zona Preferentemente Vivienda
-  Zona Vivienda Mixta con Equipamiento y Servicios





Plano Turístico Pirque

- Alojamiento
- Restaurantes
- Centros Recreativos
- Iglesia
- Bombas de Gasolina
- Carabineros
- Información Turística
- Municipalidad
- Centros de Servicios
- Centros de Emergencia
- Sea
- Actividades Turísticas

Información Turística

Oficina de Información Turística
 I. Municipalidad de Pirque
 Av. Cañeta y Km 02548
 Fono: 385 85 58
 Sitio web: www.pirque.cl

Distanciar	Lugar	Distancia de Pirque
	Centro de Santiago	25 km.
	San José de Maipo	18 km.
	Maipo Puente Alto	1 km.
	Punta 2	8 km.

Región Metropolitana

● Santiago Centro
 ● Pirque

MANUAL DE INVERSIÓN TURÍSTICA

■ PIRQUE, CADA DÍA MEJOR	2
■ PANORAMA GENERAL	3
■ POR QUÉ INVERTIR EN PIRQUE	4
■ OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN	5
■ ALGUNAS EMPRESAS EXITOSAS	6
■ CÓMO EMPEZAR	9
■ PUESTA EN MARCHA	11
■ CONTACTOS	12
■ FUENTES DE FINANCIAMIENTO	13



descubre
Pirque

I. Municipalidad de Pirque

Medios de Información

