

**UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO**  
**Facultad de Ciencias Empresariales**  
**Departamento de Administración y Auditoría**



**UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO**

MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA  
COMUNA DE CUNCO**

**ALUMNOS** : CARLOS ECHEVERRÍA CASTILLO  
FABIÁN ORTIZ DURÁN

**PROFESOR GUÍA** : EDUARDO CASTILLO MORALES

CONCEPCIÓN, 2015

*Con amor y cariño a nuestras familias y amigos, quienes, gracias a sus esfuerzos, nos han brindado las herramientas necesarias para llegar a ser lo que somos hoy.*

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo elaborar un Plan Desarrollo Turístico que permita a la comuna de Cunco fomentar la actividad turística por medio de una gestión local.

Se realizó un análisis estratégico de diagnóstico y proyección del sector turístico, con información primaria (entrevistas, grupos focales) y secundaria (Datos del Instituto Nacional de Estadísticas, Municipalidad de Cunco y empresarios locales), las que fueron organizadas con: el análisis situacional de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y la construcción de un árbol de problemas que jerarquizó temas críticos a resolver. Luego, se elaboraron las declaraciones de misión y visión, materializadas en la Matriz de Marco Lógico compuesta por cinco lineamientos: Asociatividad, Patrimonio, infraestructura, Competitividad y Promoción.

La consecución del proyecto, permitirá generar mejoras en la calidad de vida, contribuyendo en la creación de empleos, conservación del medio ambiente, patrimonio e identidad cultural de la comuna de Cunco.

**Palabras claves:** Turismo, Planificación, Estrategia.

## **Executive Summary**

This investigation Project has as a main goal to elaborate a touristic development plan, which leads to the city of Cunco to enhance the touristic activity through a local management.

A strategic diagnostic analysis on the touristic area was done with primary information (interview, focus group) and secondary information (Data obtained from the National Statistics Institute, Cunco town hall and local entrepreneurs). This data was organized with the Strengths situational analysis, opportunities, weaknesses and threats; and also with the building of a “problem tree” which hierarchized critical topics to solve. Thereafter, the declarations of mission and vision were elaborated and materialized in the logical framework matrix. This was compound by five elements: Associativity or alliances, heritage, infrastructure, Competitiveness and promotion.

The achievement of the project will generate improvement in the life quality, contributing to job creation, environmental preservation, heritage and cultural identity in the city of Cunco.

**Key words:** Tourism, planning, strategy.

## CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	3
ANTECEDENTES PRELIMINARES .....	10
Presentación.....	10
Justificación .....	11
Planteamiento del problema de investigación .....	12
Preguntas de investigación .....	13
Tipo y diseño de investigación .....	14
Objetivos.....	15
Metodología.....	16
Viabilidad .....	18
Alcances y limitaciones del estudio.....	19
CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	20
1.1 Conceptos generales .....	20
1.1.1 Administración .....	20
1.1.2 Estrategia .....	21
1.1.3 Administración estratégica .....	22
1.1.4 Planificación .....	24
1.2 Turismo.....	25
1.2.1 Definición de turismo .....	25
1.2.2 Turismo sostenible y desarrollo del turismo comunitario .....	25
1.2.3 Marketing turístico.....	27
1.2.4 Organización Mundial de Turismo (OMT) .....	28
1.2.5 Turismo 2030.....	29
1.2.6 Turismo en Chile y la Región de la Araucanía.....	29
1.3 Desarrollo y turismo .....	33
1.3.1 Desarrollo económico local .....	33
1.3.2 Turismo como motor de desarrollo local.....	36
1.4 Planificación turística .....	38

1.4.1	Definición de destino turístico .....	38
1.4.2	Gestión de un destino turístico .....	39
1.4.3	Sector público en el turismo .....	40
1.4.4	Participación del sector público en el turismo chileno .....	41
1.4.5	Plan de Desarrollo Comunal .....	42
1.4.6	Plan de Desarrollo Turístico .....	43
1.4.7	Asociación de grupos locales .....	45
1.5	Relación con marco legal, políticas, programas y planes de desarrollo regional .....	46
1.5.1	Ley 20.423: Ley de Turismo .....	46
1.5.2	Estrategia Nacional de Turismo 2012 -2020 .....	47
1.5.3	Estrategia Regional de Desarrollo de la Araucanía 2010-2022 .....	48
1.5.4	Agenda Regional de Desarrollo Productivo y Turismo Andino Lacustre .....	50
1.5.5	Reserva de Biósfera las Araucarias .....	54
1.5.6	Fundación Sendero de Chile .....	55
<b>CAPÍTULO 2 ASPECTOS COMUNALES .....</b>		<b>56</b>
2.1	Reseña histórica .....	56
2.2	Caracterización territorial .....	57
2.2.1	Antecedentes geográficos de la comuna .....	57
2.2.2	Accesibilidad y estructura vial de la comuna .....	58
2.2.3	Clima .....	60
2.2.4	Población total y superficie territorial .....	60
2.2.5	Distritos censales .....	61
2.2.6	Población urbano-rural .....	62
2.2.7	Pobreza y desigualdad .....	63
2.2.8	Comunidades indígenas de la comuna de Cunco .....	64
2.3	Caracterización territorial con respecto al turismo .....	67
2.3.1	Motivación turística: Ocio, recreo y vacaciones .....	68
2.3.1.1	Turismo de Naturaleza .....	68
2.3.1.1.1	Turismo de Aventura .....	68
2.3.1.1.2	Ecoturismo .....	69
2.3.1.1.3	Turismo de acampada (camping) y caravanas (casas rodantes) .....	69
2.3.1.2	Agroturismo y turismo de pueblos .....	69
2.3.1.2.1	Agroturismo .....	69
2.3.1.2.2	Turismo de Pueblo .....	70
2.3.2	Motivación turística: Visita a parientes y amigos .....	70
2.3.2.1	Turismo étnico o nostálgico .....	70
2.3.3	Motivación turística: Salud .....	70
2.3.3.1	Turismo medicinal .....	70

CAPÍTULO 3 DIAGNÓSTICO .....	71
3.1 Inventario de oferta y demanda turística: información y estadística como base para la planificación .....	71
3.1.1 Oferta turística .....	71
3.1.1.1 Atractivos turísticos .....	72
3.1.1.2 Planta turística .....	76
3.1.1.3 Segmento empresarial informal .....	83
3.1.1.4 Instituciones que apoyan la oferta turística .....	84
3.1.2 Demanda turística .....	85
3.1.2.1 Flujo de turistas en la Comuna de Cunco .....	85
3.1.2.2 Ingreso de visitantes chilenos y extranjeros al Parque Nacional Conguillio .....	96
3.2 Diagnóstico Participativo.....	98
3.2.1 Análisis FODA .....	100
3.2.1.1 Características Internas .....	101
3.2.1.2 Características Externas .....	104
3.2.2 Elementos para una declaración estratégica .....	105
CAPÍTULO 4 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA .....	106
3.3 Identificación de problemas.....	108
3.4 Visión, Misión e Imagen Objetivo.....	111
3.5 Lineamientos estratégicos.....	112
3.6 Matriz de Marco Lógico .....	113
3.7 Matriz de identificación de Proyectos-Iniciativas .....	124
3.7.1 Asociatividad .....	124
3.7.2 Patrimonio.....	126
3.7.3 Infraestructura.....	129
3.7.4 Oferta .....	133
3.7.5 Marketing.....	135
CONCLUSIONES .....	137
BIBLIOGRAFÍA .....	141
ANEXO .....	146

Anexo 1	Propuesta de ampliación de la RBA .....	146
Anexo 2	Mapa Base de la comuna Cunco .....	147
Anexo 3	Comunidades indígenas registradas en la comuna de Cunco .....	148
Anexo 4	Inventario por rubro de empresas ligadas al turismo en la comuna de Cunco.....	156
Cuadro 1	Resumen Lineamientos Estratégicos de la ERD.....	49
Cuadro 2	Línea de negocios y/o productos de Araucanía Lacustre.....	51
Cuadro 3	Brechas turísticas en La Araucanía.....	52
Cuadro 4	Densidad territorial de la comuna de Cunco .....	60
Cuadro 5	Distritos Censales.....	61
Cuadro 6	Clasificación de Atractivos turísticos .....	72
Cuadro 7	Clasificación de los atractivos turísticos.....	73
Cuadro 8	Clasificación de los Atractivos Turísticos .....	74
Cuadro 9	Planta turística de la comuna de Cunco .....	76
Cuadro 10	Instituciones gestoras del turismo en Cunco.....	84
Cuadro 11	Turistas atendidos en la oficina de información turística de Cunco, año 2012 .....	85
Cuadro 12	Nº de turistas atendidos en la oficina de información turística, año 2013 .....	88
Cuadro 13	Número de turistas atendidos el año 2014 .....	91
Cuadro 14	Turistas que ingresan al Parque Conguillio .....	96
Cuadro 15	Organizaciones participantes de Grupo Focal .....	98
Cuadro 16	Representantes participantes de la modalidad entrevista.....	99
Cuadro 17	Debilidades .....	101
Cuadro 18	Fortalezas .....	103
Cuadro 19	Amenazas.....	104
Cuadro 20	Oportunidades .....	104

Figura 1	Clasificación de Productos Ganadores y Productos Emergentes .....	30
Figura 2	Bases de sustentación de las iniciativas de desarrollo local .....	35
Figura 3	Propuesta de Modelo de Planificación Turística .....	44
Figura 4	Plan de Desarrollo Turístico Comunal y Asociación de Grupos Locales .....	45
Figura 5	Localización geográfica de la comuna de Cunco .....	57
Figura 6	Sistema de accesibilidad y conectividad de Cunco .....	59
Figura 7	Comunidades indígenas de la comuna de Cunco. ....	65
Figura 8	Árbol de problema (Causa-Efecto) .....	109
Figura 9	Árbol de proyectos (Medios y Fines) .....	110
Gráfico 1	Población Urbana-Rural Cunco.....	62
Gráfico 2	Tasa de Pobreza 2011 .....	63
Gráfico 3	Resumen por Rubro.....	78
Gráfico 4	Resumen por Alojamiento. ....	79
Gráfico 5	Resumen por Alimentación. ....	80
Gráfico 6	Resumen por Esparcimiento.....	81
Gráfico 7	Resumen Otros Servicios. ....	82
Gráfico 8	Procedencia de turistas, año 2012 .....	86
Gráfico 9	Procedencia de turistas chilenos, año 2012 .....	87
Gráfico 10	Procedencia de turistas, año 2013. ....	89
Gráfico 11	Procedencia de los turistas chilenos, año 2013 .....	90
Gráfico 12	Procedencia de los turistas, año 2014.....	92
Gráfico 13	Procedencia de los turistas chilenos, año 2014 .....	93
Gráfico 14	Turistas atendidos, años 2012-2013-2014.....	94
Gráfico 15	Turistas nacionales atendidos, años 2012-2013-2014.....	95
Gráfico 16	Turistas que visitan el Parque Conguillio 2006 al 2013.....	97

## **ANTECEDENTES PRELIMINARES**

### **Presentación**

El sector turístico en Chile ha experimentado un fuerte auge en los últimos años, debido a los cambios favorables que este ha realizado en la condición de vida de la población, por medio del ingreso de capitales extranjeros, generación de nuevos empleos, mejoras en la infraestructura y difusión de la cultura nacional. De ahí surge el interés de las autoridades por genera políticas públicas que promuevan su desarrollo sostenible en el tiempo.

Quienes trabajan en temas relacionados al turismo, han reconocido la importancia de la focalización territorial, como estrategia de éxito al momento de aplicar iniciativas destinadas al proceso de desarrollo. Esto consiste en identificar y priorizar zonas geográficas con mayor potencial turístico a nivel nacional, que hagan más eficiente las acciones de fomento.

El presente estudio de investigación elaborará un Plan de desarrollo Turístico para la Comuna de Cunco (Región de la Araucanía) con el fin de contribuir al bienestar social. El documento tomará las consideraciones entregadas por SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo), las que serán aplicadas con instrumentos de planificación estratégica local, reconociendo siempre al municipio como gestor determinante.

Es importante hacer hincapié en que el plan no constituye un fin último del proceso de gestión, sino más bien la aplicación del mismo. Este deberá ser capaz de: generar un sistema estratégico de gestión del turismo, realizar una zonificación turística en la comuna de Cunco y sensibilizar a todos los sectores participantes.

## Justificación

Existe opinión conjunta y favorable al desarrollo del turismo en el país, debido a los resultados que este genera en la calidad de vida de la población. El sector se encuentra en fase de crecimiento (sujeto a matices geográficos), del que se destacan categorías relacionadas con atractivos naturales y culturales, situados en su mayoría en zonas costeras y precordilleranas.

La comuna de Cunco, pese a limitar con sectores de alta zonificación turística de la Región de la Araucanía, no ha logrado impulsar un turismo integrado. De acuerdo a la estrategia de focalización territorial, la responsabilidad recae en los organismos locales, los que no cuentan con un instrumento que coordinen estratégicamente las acciones. Para ello se elabora un Plan de Desarrollo Turístico que establezca objetivos, estrategias, actividades y acciones para generar un producto integrado, competitivo, diferenciado, y sostenible en el tiempo.

La planificación estratégica es un instrumento clave en la toma de decisiones para las autoridades locales y su relación con privados; entregar estrategias acordes a la demanda turística aportara en la disminución de los índices de vulnerabilidad socioeconómicos de la comuna.

## Planteamiento del problema de investigación

Al igual que otros sectores económicos, estudiados y ejecutados bajo la óptica de las ciencias sociales, el turismo es una actividad que está relacionada directamente con complejas relaciones humanas, que requieren de un accionar capaz de generar desarrollo y sustento en la práctica. En este sentido, la planificación estratégica es el instrumento idóneo para racionalizar las manifestaciones del fenómeno que englobe un desarrollo con beneficios sociales y económicos.

En el caso de la comuna de Cunco se puede afirmar que esta tiene las condiciones necesarias para fomentar el turismo, destacándose los atractivos naturales, culturales y equipamientos básicos para el desarrollo de una oferta.

Sin embargo, las administraciones municipales no han contado con herramientas que les permitan gestionar los recursos turísticos de la comuna en base a directrices y propuestas de desarrollo efectivas, Esto quiere decir que existe en la comuna una desarticulación operativa que niega la eficiencia, la optimización y la sostenibilidad del rubro.

La problemática muestra la importancia de desarrollar un estudio orientado a la elaboración de un plan de mejoramiento turístico para Cunco, que gestione la actividad, en base al aprovechamiento, maximización y sustentabilidad de los recursos turísticos desde una perspectiva local.

## Preguntas de investigación

- ✓ ¿Qué contenidos teóricos permiten sustentar la investigación?
- ✓ ¿Qué aspectos comunales influyen en la actividad turística?
- ✓ ¿Cuál es la situación actual y potencial de la actividad turística en la comuna?
- ✓ ¿Qué imagen-objetivo permite potenciar el turismo en la comuna?
- ✓ ¿Qué objetivos y estrategias fomentan la actividad turística en la comuna?
- ✓ ¿Qué acciones llevarían a cabo los objetivos y estrategias planteados?
- ✓ ¿Qué proyectos apoyarían las acciones determinadas en el plan?

## Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación utilizado en el proyecto es descriptivo de corte longitudinal, ya que se describen las características de los grupos protagonistas presentes en esta actividad: como se compone la demanda, cuál es su origen, etc.; como se compone la oferta turística de la comuna, cuantos oferentes hay, cuál es su capacidad, qué tipos de servicios hay, etc.; y cuáles son las necesidades y exigencias de la comunidad. Por otra parte, será de carácter longitudinal para medir variables a lo largo del tiempo -de forma periódica- como por ejemplo la cantidad de turistas que frecuentan la comuna en temporada alta en los últimos 3 años (Retrospectivo). Además, cabe destacar que el estudio es de índole exploratorio ya que se utiliza un modelo nunca antes usado en la comuna de Cunco.

Por otra parte, la investigación es cualitativa, por cuanto está basada en el análisis subjetivo e interpretativo de los actores.

El diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal ya que el estudio abarca a los actores involucrados con la actividad turística, para ello se revisarán aspectos geográficos, sociodemográficos, psicológicos. El estudio transaccional descriptivo permite conocer el estado de una o más variables en grupos de personas, objetos e indicadores en determinado momento.

## Objetivos

### Objetivo General

Diseñar un instrumento orientado al fomento y desarrollo sostenible de la actividad turística en la comuna de Cunco en base a objetivos y estrategias.

### Objetivo Específico

- I.** Elaborar un marco teórico que permita sustentar la investigación.
- II.** Analizar aspectos comunales de Cunco que influyen en la actividad turística.
- III.** Conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en la comuna.
- IV.** Definir las declaraciones estratégicas para la comuna que fomenten el turismo.
- V.** Elaborar una matriz de marco lógico
- VI.** Elaborar una lista de proyectos que apoyen los lineamientos determinados en el plan.

## Metodología

El estudio se basa en las consideraciones de carácter metodológico que entrega el Departamento de Planificación de SERNATUR en el documento Orientaciones para el diseño de un PLADETUR, el que puede ser consultado en la página oficial de la institución [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl) (Orientaciones para el Diseño de un PLADETUR, 2011).

En la primera etapa, se formula un diagnóstico con el fin de conocer, caracterizar, explicar y precisar la situación actual de la actividad turística desarrollada en Cunco. Para ello se recurre a las siguientes técnicas de recolección de información:

**a) Fuentes primarias:**

- ✓ Entrevistas (Representantes comunales, empresarios locales, funcionarios, similares).
- ✓ Grupo focal (Grupos comunales, empresarios, funcionarios, similares).

**b) Fuentes secundarias:**

- ✓ Datos históricos registrados por los empresarios locales y por la Municipalidad de Cunco.
- ✓ Información elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

La segunda etapa de la investigación corresponde al proceso de diseño y planificación del proyecto, el que se respalda con la confección del Análisis FODA, validación de Imagen-Objetivo y la elaboración de la Matriz de Marco Lógico que señala cuáles son los respectivos programas, actividades, iniciativas y acciones que apoyarán la propuesta de zonificación turística en la comuna de Cunco.

Los problemas que afectan la actividad y que son detectados en la fase de diagnóstico, se priorizaron en un árbol de problemas y proyectos. En primer lugar se presentan los aspectos negativos de la situación actual, mientras que el segundo plantea la solución de dichas condiciones. Con esto, la relación causa-efecto del primer árbol se transforma en medios y fines, para asegurar resultados futuros.

Por último, se elabora una Matriz de Marco Lógico, instrumento que permite diseñar, planificar, supervisar y evaluar los diversos proyectos o programas diseñados. Se ha escogido este método por la sencillez y coherencia, además de ser ampliamente utilizado en instituciones públicas.

## Viabilidad

Para la investigación se cuenta con acceso a información de dominio público, encontrándose en fuentes como el INE, SII, SERNATUR, a través de los distintos servicios electrónicos y otras fuentes proveedoras de información tales como el parador turístico y el Departamento de Renta y Patentes de la Municipalidad de Cunco. Se contactó a: Carolina Barra, jefa del departamento de UDEL (Unidad de Desarrollo Local); Camila Montecinos, colaboradora de Fundación Servicio País, con el fin de gestionar reuniones y entrevistas con los principales actores del turismo local.

Los plazos estipulados para el proyecto corresponden a un año académico, mientras que la difusión de los resultados se hará efectiva con la entrega del proyecto a la Municipalidad de Cunco y a la Biblioteca de la Universidad del Bío Bío, quedando así a libre disposición de quienes lo requieran.

## Alcances y limitaciones del estudio

El proyecto en desarrollo tiene como alcance el diseño y elaboración de herramientas de gestión estratégicas que permitan potenciar el sector turístico en la comuna de Cunco. Se materializa con un marco teórico, un diagnóstico situacional, la elaboración de una Matriz de Marco Lógico de planificación y un listado de posibles proyectos a ejecutar.

Las limitaciones que enfrenta la investigación son las siguientes:

- ✓ **Ejecución y control:** El estudio no contempla las etapas de ejecución y control del plan.
- ✓ **Escasez de información:** El acceso a la información es limitado. Mientras que por un lado los datos entregados por organismos locales carecen de sistematicidad, por otro, los elaborados por entidades gubernamentales u ONGs nacionales tienden a abordar el tema de forma amplia.
- ✓ **PLADECO no actualizado:** El Plan de Desarrollo Comunal de Cunco no estaba actualizado al momento de la elaboración del estudio, por lo que no se consideró.
- ✓ **Extensión territorial:** La extensión del territorio comunal imposibilita la inclusión de todos los actores.
- ✓ **Recursos:** La aplicabilidad del plan estará condicionada por la disponibilidad de recursos financieros.
- ✓ **Inexistencia de fuentes primarias para la demanda:** El estudio no cuenta con fuentes primarias de la demanda debido a la estacionalidad existente en el periodo.

## CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

### 1.1 Conceptos generales

#### 1.1.1 Administración

Administración (Etimologías de Chile, 2006) es un concepto de origen latino, que se descompone en dos palabras: *Ad* traducido como dirección, y *Minister*, que significa sirviente, subordinación u obediencia. Esto se define en su conjunto como aquella función que se desarrolla bajo la dirección de otros.

En la actualidad, la definición genera discrepancia entre distintos autores debido a la gran complejidad que han tomado las sociedades contemporáneas, las que han obligado a modificar la definición etimológica. Entre las más destacadas, se encuentra la elaborada por Idalberto Chiavenato (2007) quien señala: *“La Administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr objetivos organizacionales”*.

Otra definición a subrayar es la elaborada por Rue y Byars (2006) que declara a la administración como el proceso o forma de trabajar que se responsabiliza de la guía o dirección de un grupo de personas hacia metas u objetivos de una organización. A diferencia de Chiavenato, Rue y Byars integran a la definición el concepto de personas que trabajan para el cumplimiento de metas u objetivos de una organización.

### 1.1.2 Estrategia

El concepto de estrategia ha evolucionado con el paso del tiempo, a consecuencia de la utilización en distintas organizaciones contemporáneas que constituyen nuestra sociedad. Estas, exigen nuevos elementos que respondan de mejor manera a los propósitos de cada sector.

La palabra estrategia (Etimologías de Chile, 2009) deriva del griego *Estrategeia*, del cual se descompone las palabras: *Stratos* traducido como ejército y *Agein*, que se traduce como conductor y guía, dando el significado primario que vendría siendo el arte de dirigir las operaciones militares.

Restringiéndonos al área de la gestión de empresas, se puede encontrar la definición de los autores Gerry Johnson, Kevan Scholes y Richard Whittington (2006) quienes señalan que la dirección de una organización debe ser pensada siempre a largo plazo. Además de ello, consideran otros aspectos no-básicos como: los valores y expectativas de aquellos que tienen el poder dentro y fuera de la organización, las ventajas competitivas que diferencien a la empresa de la industria y la creación de oportunidades. Así, la definición final –según los autores- es: *“la dirección y el alcance de una organización a largo plazo que permite lograr una ventaja en un entorno cambiante mediante la configuración de sus recursos y competencias, con el fin de satisfacer las expectativas de las partes interesadas”*.

Santiago Garrido (2004) señala que si bien existe una gran variedad de definiciones de estrategia, es posible dar como ciertas algunas apreciaciones: referirse siempre al enfoque de la organización, relacionar la estrategia siempre con el entorno en el cual opera, relacionarla también con los recursos y capacidades que dispone, y considerar siempre que las decisiones estratégicas suelen tener un gran impacto en las organizaciones.

### 1.1.3 Administración Estratégica

En un mundo de constantes cambios, donde las pugnas relacionadas con la competencia en el ámbito empresarial se tornan cada vez más desafiantes, la planificación estratégica aparece como una herramienta útil para la dirección de organizaciones.

Es en este contexto donde académicos desarrollan una serie de definiciones y conceptos, con el fin de perfeccionar las decisiones que afectarán a la empresa.

Dess, Lumpkin y Eisner (2011) explican que la administración estratégica: “*consiste en el análisis, las decisiones y acciones que emprende una organización para crear y sostener sus ventajas competitivas*”. Para ello hay que tener en cuenta el por qué algunas empresas tienen mejor desempeño que otras.

Otros autores como Wheelen y Huger (2007) definen la administración estratégica como una vinculación coordinada de decisiones y acciones de carácter administrativo que determinan el rendimiento en el largo plazo de una organización. En esto se incluye la elaboración de una estrategia y su posterior implementación, evaluación y control.

Por añadidura es importante destacar que el concepto en administración estratégica tiene implicancia en 8 aspectos (Hernandez, 2012), los que se mencionan a continuación:

- ✓ **Planeación:** Este concepto – que se ampliará más adelante – corresponde a la primera fase de la administración estratégica, en el que se plantean las misiones y objetivos de la organización para determinar las políticas, proyectos programas, entre otros.
- ✓ **Organización:** Determina qué tareas se deben hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.
- ✓ **Dirección:** Es la acción de influir en otro individuos, para que contribuyan voluntariamente al cumplimiento de las metas de la organización.
- ✓ **Control:** Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional, para garantizar que las acciones se apeguen a los planes.
- ✓ **Uso de recursos:** Es la utilización de los distintos tipos de recursos que dispone la organización, ya sean financieros, humanos, de información o materiales.
- ✓ **Actividades de trabajo:** Son el conjunto de operaciones que se deben realizar en la organización y que, al igual que los recursos, son indispensables para la consecución de los objetivos.
- ✓ **Logro de objetivos o metas de la organización:** Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar la utilización de recursos y la realización de actividades, teniendo en cuenta el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización.
- ✓ **Eficiencia y eficacia:** La eficacia se definirá como el cumplimiento de los objetivos; mientras que, la eficiencia se referirá a la capacidad de optimizar los recursos.

#### 1.1.4 Planificación

El concepto planificación varía de acuerdo al área de trabajo; la Real Academia Española (2012) señala lo siguiente:

*“Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.”.*

Los académicos Rue y Byars (2006) señalan que la planeación –planificación– es una función importante de carácter administrativo que está ligada a cada cosa que hace el administrador. Así mismo, recalcan que la planeación entrega las herramientas necesarias para que el administrador forje el futuro de la organización en vez de aceptarlo. Cuando se fijan los objetivos y se trazan los cursos de la acción, la organización se compromete, así misma, a que las cosas se realicen.

Por otra parte, José Ramón Gallardo (2012) emplea el término de planeación como: *“el conjunto de técnicas que llevan una secuencia con la finalidad de lograr objetivos, evitar riesgos, medir avances y evitar dentro de lo posible las desviaciones”*. Además, se definen los principios de la planeación, entre los que se encuentran: universalidad, racionalidad, precisión, flexibilidad, continuidad, unidad previsión, consistencia, factibilidad, rentabilidad, compromiso factor limitante inherencia y participación.

La planificación es un concepto transversal y aplicable a cualquier actividad que se proponga. En ella se deben enmarcar los esfuerzos a realizar para hacer cumplir los objetivos de diversos propósitos. Es necesario saber que este proceso requiere de una serie de pasos que se fijan en un primer momento, por lo que aquellos que elaboran una planificación, emplean diferentes herramientas y expresiones para trabajar bajo una misma línea desde el comienzo del proyecto.

## 1.2 Turismo

### 1.2.1 Definición de Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2008), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Generalmente, se denominan visitantes, turistas, excursionistas, o no residentes, los que, en su mayoría, realizan actividades en el lugar de destino por medio del desembolso de dinero.

### 1.2.2 Turismo sostenible y desarrollo del turismo comunitario

Existe un interés creciente por desarrollar el turismo sostenible y comunitario; como señala Salinas y Osorio (2006), el sector turístico es particularmente sensible en sus relaciones, ya que consume recursos naturales y además, necesita un entorno natural atractivo para su desarrollo.

La Organización Mundial de Turismo (2004) define el turismo sostenible como:

*“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.*

Las prácticas para un turismo sostenible son aplicables a todo tipo de turismo, destinos y segmentos turísticos.

Los principios de sostenibilidad hacen referencias a los siguientes aspectos:

- ✓ **Medioambientales:** Eficiencia en el uso de los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales para ayudar a conservar el patrimonio natural y la diversidad biológica.
- ✓ **Socioculturales:** Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- ✓ **Económicos:** Asegurar actividades económicas viables a largo plazo que reporten a todos los agentes beneficios socio-económicos equitativos, por medio de la creación de empleo, aumento de ingresos y servicios sociales para las comunidades.

Respecto al desarrollo de turismo comunitario, la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2006) define el turismo comunitario como:

*“La relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados”.*

Los principales ejes a desarrollar en el turismo comunitario son:

- ✓ Fortalecimiento organizativo.
- ✓ Revitalización cultural.
- ✓ Gestión del territorio.
- ✓ Economía solidaria.

### 1.2.3 Marketing turístico

El marketing ha sido aplicado a diversos productos y servicios relacionados con el turismo; sector que ha crecido fuertemente en todo el mundo debido a las necesidades de ocio y entretenimiento, la internalización de los negocios, los avances en el campo de los medios de transporte y la globalización de los mercados.

Según Krippendorf (1971), marketing turístico es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de quienes emprenden negocios turísticos, públicos o privados, a escalas locales, regionales, nacionales e internacionales, para satisfacer forma óptima algún segmento de clientes.

Muñoz (1994), señala que el sector turístico en las actividades del Marketing, aparte de configurarse de muchos elementos complejos, es radicalmente distinto a otros sectores de consumo debido a los siguientes elementos:

- ✓ Fuerte dependencia del posicionamiento estratégico de las empresas turísticas con las empresas multinacionales y sus respectivos avances tecnológicos.
- ✓ Utilización acentuada, desde una óptica de oferta- producción.
- ✓ Hace uso de los recursos del marketing principalmente en el control de los canales de distribución.
- ✓ Existen carencias en el campo de investigaciones de Marketing.

Kotler, Bowen y Makens (1997), se refieren a la mercadotecnia de la hospitalidad y de los viajes como un proceso social y administrativo, en el que los individuos obtienen lo que necesitan a través de la creación e intercambio de productos y servicios. Además pocas industrias dependen tanto entre sí como la de los viajes y de la hospitalidad.

Una definición más reciente de Buhalis (2000), señala que el marketing turístico, a nivel de destino, facilita el cumplimiento de la política turística; situación que debería estar estratégicamente coordinada con el plan estratégico de desarrollo nacional, regional o local para que guíen los impactos generados por la actividad.

#### 1.2.4 Organización Mundial de Turismo (OMT)

La Organización Mundial del Turismo (2014) es un supra organismo internacional perteneciente a las Naciones Unidas garante de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

Está conformado por 156 países miembros, 6 asociados y más de 400 afiliados que representan al sector privado, instituciones de enseñanza, asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales.

Como principal organización en el ámbito turístico, defiende un turismo que aporte a un desarrollo incluyente, amigable con el medio ambiente y al crecimiento económico. Para ello ofrece liderazgo y apoyo al sector, con el fin de expandir conocimientos y políticas turísticas. La organización genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible; fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo; trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

### 1.2.5 Turismo 2030

El informe Panorama OMT del Turismo Internacional (2013), señala que la llegada de turistas internacionales crecerá en un promedio de 3,3% al año durante el periodo 2010-2030. El crecimiento previsto en las llegadas de turistas superará la cifra de 1.400 millones en el 2020 y 1.800 millones en el 2030. El continente americano crecerá de 150 millones a 248 millones de turistas.

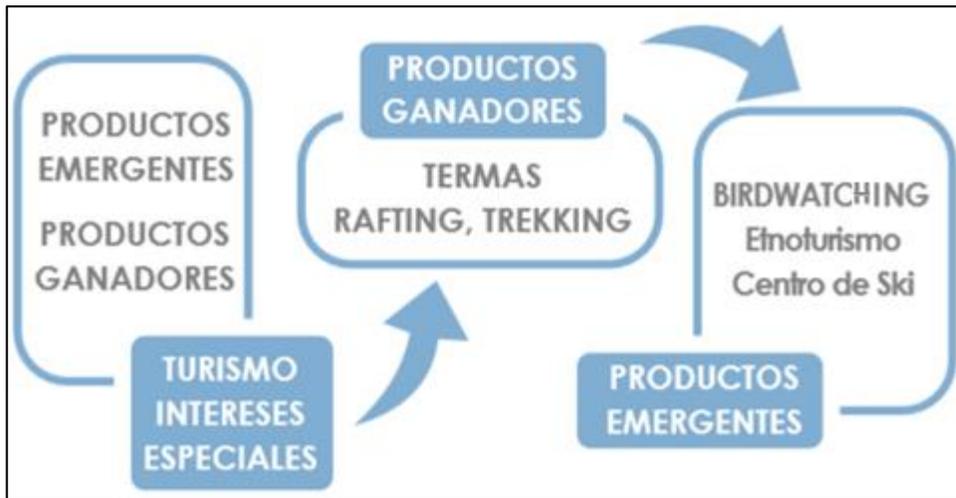
### 1.2.6 Turismo en Chile y la Región de la Araucanía

La actividad turística en el ámbito económico mantiene un potencial de crecimiento en Chile, que puede llegar a convertirse en un elemento de gran ayuda para la descentralización y desarrollo territorial, por medio de la generación de nuevos mercados locales. Además, la consolidación de Chile como destino turístico reforzará la imagen de éste, para así generar sinergias en otras actividades económicas nacionales.

El turismo se ha transformado en el 4° sector exportador (después del sector minero, frutícola y de celulosa y papel) representando el 5% del ingreso nacional. La llegada de turistas extranjeros ha estado en constante crecimiento llegando el 2011 a los 3 millones de turistas (SERNATUR, 2011).

El estudio realizado por PROCHILE (2003) enuncia una propuesta de priorización de los sectores y/o productos del turismo, el que toma en cuenta las actuales potencialidades, especialmente las condiciones naturales, que posee la región de la Araucanía, por medio de dos criterios: una clasificación de productos ganadores y productos emergentes.

**Figura 1** Clasificación de Productos Ganadores y Productos Emergentes



**Fuente:** Plan de desarrollo Turístico Curacautín 2010-2015.

La figura plantea que los productos de la región de la Araucanía se enmarcan dentro del concepto de Turismo de Intereses Especiales, destacándose como ganadores temas relacionados con termas, rafting y trekking; mientras que en los productos emergentes están las actividades relacionadas con birdwatching, etnoturismo y centros de ski.

Otro estudio realizado por PROCHILE Araucanía (Conicyt, 2006) señala:

*“La Región de La Araucanía cuenta con parajes que constituyen una combinación única en Sudamérica, con lagos, volcanes, nieve, termas, ríos y la presencia del bosque valdiviano; una combinación de elemento que está demostrando ser ideal para una creciente forma de turismo relacionada con la vivencia de experiencias ligadas a la naturaleza, turismo aventura, es éste el elemento que le entrega distinción clara frente a otras zonas del planeta, vivir experiencia de aventura en una combinación de entornos naturales y diversidad de especies vegetales y animales nativas y endémicas. A esto se suma el potencial cultural proveniente de conocimientos relacionados a la etnia mapuche y su historia”*

Además agrega que la industria turística es generadora de empleos directos e indirectos por servicios asociados. Existen en la región dos claros polos de desarrollo turístico potencial, la Araucanía Lacustre y Araucanía Andina, siendo esta última favorecida –pujante– por la existencia de termas, nieve y paisajes cordilleros.

La industria turística regional tiene una marcada estacionalidad, la que no cuenta con el compromiso necesario de los entes gubernamentales para eliminar la problemática. Así también, existe una alta fragmentación de la actividad, una oferta poco innovadora, de baja especialización e insuficiente capacidad para capturar los procesos de demanda internacional, que si bien crece permanentemente, aún no se genera una masa crítica que conforme clúster o vinculaciones estratégicas en el corto y mediano plazo. Pese a lo anterior, la Región de La Araucanía tiene los recursos naturales para competir a nivel mundial por un turista que busque experiencias relacionadas a la naturaleza, el bienestar emocional y físico.

Por otra parte, cabe mencionar las tendencias globales en la oferta y demanda turística que, pueden o son, de alto impacto para el sector en Chile:

- ✓ Baby Boomers (término utilizado para describir a las personas nacidas en países anglosajones entre los años 1942 y 1960) poseen un alto nivel de ingresos.
- ✓ Nichos de intereses especiales y esparcimiento crecen rápidamente (ecoturismo, aventura, spas, cruceros, etc.).
- ✓ MICE (Sigla anglosajona que hace referencia a los términos: Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones) cobra mayor relevancia como segmento clave.
- ✓ Incremento de las compras online, e internet como herramienta en la toma de decisiones.
- ✓ El calentamiento global se convertirá en un desafío para la industria en el futuro.

### 1.3 Desarrollo y Turismo

#### 1.3.1 Desarrollo Económico Local

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2001) define el Desarrollo Económico Local de la siguiente manera:

*“El desarrollo económico local es un proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía de una ciudad, comarca o región, en el que se pueden identificar al menos, tres dimensiones: una económica, caracterizada por un sistema de producción que permite a los empresarios locales usar, eficientemente, los factores productivos, generar economías de escala y aumentar la productividad a niveles que permiten mejorar la competitividad en los mercados; otra sociocultural, en que el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo; y otra, política y administrativa, en que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción e impulsan el desarrollo sostenible”.*

El modelo de desarrollo local endógeno comparte el paradigma de los años cincuenta y sesenta, el que plantea el aumento de la productividad (y, por tanto, el crecimiento económico) gracias a la generación de economías externas por medio de tres factores: economías de escala en la producción, innovación por parte de las empresas líderes y el flujo de la mano de obra excedentaria desde las actividades tradicionales a las más contemporáneas (como la industria).

No obstante se diferencia, al menos en cuatro aspectos: desarrollo difuso; sistemas locales de empresas que puedan liderar procesos de crecimiento y cambio estructural al generar economías de escala y reducción de costos de transacción; organizaciones sociales y sistemas de valorización flexible de los mercados de trabajo que permitan a las empresas locales trabajar con bajos costos de producción; y por último, la sociedad civil ejerce un control creciente de los procesos de desarrollo de las localidades y regiones.

Por otra parte, Carrasco (2009) indica que:

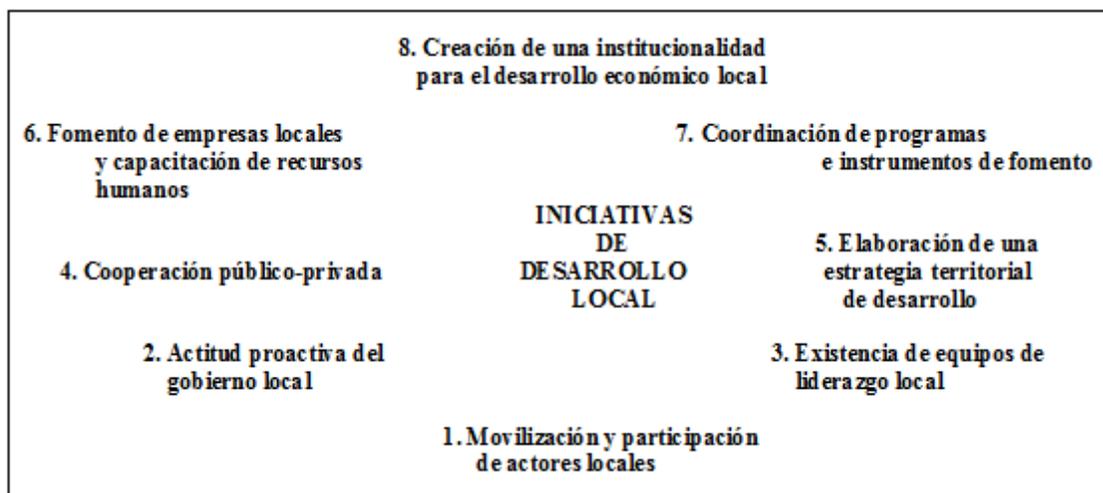
*“El desarrollo económico local es un proceso de concertación público-privado entre los gobiernos locales, la sociedad civil organizada y el sector privado, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población, mediante la creación de más y mejores empleos y la dinamización de la economía de un territorio definido, en el marco de políticas nacionales y locales.*

*(...)El Desarrollo Económico Local se focaliza en los aspectos económicos; en el ámbito regional se complementan con las estrategias de Desarrollo Local y encuentra sinergias para su realización y sostenibilidad.*

*El Desarrollo Económico Local es un concepto territorial. Se conceptualiza Desarrollo Económico Local como un ‘proceso en marcha por medio del cual los actores clave y las instituciones de la sociedad civil, del sector público y privado trabajan conjuntamente para crear ventajas únicas y diferenciadas para su región y sus empresas, afrontan las fallas del mercado, remueven obstáculos burocráticos para los negocios locales y fortalecen la competitividad de las empresas locales para la generación de más y mejores empleos.’*

*El desarrollo económico, que es otro concepto más amplio de desarrollo a nivel de país, que abarca el ámbito general de política económica nacional y marco legal de empleo.”*

**Figura 2** Bases de sustentación de las iniciativas de desarrollo local



Fuente: Alburquerque 2007.

Resalta, en primer lugar, la importancia de la movilización y participación de los actores locales, la construcción de capital social en el territorio correspondiente y la promoción de la cultura emprendedora.

Al mismo tiempo, se establece una iniciativa de desarrollo local que requiere una actitud proactiva por parte de los gobiernos locales, en relación al fomento productivo y la creación de empleo, para así asumir nuevas funciones en la gestión pública local, más allá de los roles tradicionales como suministradores de servicios sociales, urbanísticos o medioambientales.

### 1.3.2 Turismo como motor de desarrollo local

El turismo tiene un rol importante en el crecimiento económico, como generador de empleos, directos e indirectos, y como fuentes de divisas. Así lo señala Arriagada (1996):

- ✓ **Empleos directos:** El turista genera gastos con el fin de consumir bienes y servicios en el lugar que visita. Esto produce un aumento de la demanda y por consiguiente, un incremento en la producción.
- ✓ **Empleos indirectos:** Los sectores económicos que demanda el turista, incrementan los insumos de bienes y servicios procedentes a su vez de otras actividades. Este efecto se multiplica a través de las interrelaciones de los sectores.
- ✓ **Fuentes de divisas:** Se produce un desplazamiento de valores económicos de un país a otro, lo que equivale a un comercio exterior de mercancías, en que el país receptor sería el vendedor y el de origen, el país comprador.

Además Haider, Kotler, Rein (1992) agregan dos elementos:

- ✓ Ingresos por impuestos que proporcionan los turistas, es decir la carga tributaria se desplaza hacia los visitantes.
- ✓ Estimula la exportación de productos fabricados en el lugar, principalmente artesanías.

La Organización Mundial de Turismo señala (2010):

*“El turismo, en muchos países en desarrollo y menos adelantados, es la opción de desarrollo económico más viable y sostenible. Si el turismo se gestiona centrándose prioritariamente en la atenuación de la pobreza, puede beneficiar directamente a los grupos más pobres mediante el empleo de la población local en empresas turísticas, el suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza”.*

Por otra parte, el turismo tiene desventajas relacionadas con la estacionalidad, imprevisibilidad y fluctuaciones de la demanda, debido a la sensibilidad que presenta frente a factores económicos, sociales y ambientales.

## 1.4 Planificación turística

### 1.4.1 Definición de destino turístico

En la práctica, se denomina destino turístico a la interacción del visitante con el lugar de destino.

Desde el punto de vista empresarial, debe ser concebido y gestionado como cualquier producto de consumo. Para ello, SERNATUR (2008), citando a la OMT señala que un destino turístico debe cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche.
- ✓ Incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un mismo radio.
- ✓ Tiene un límite físico y administrativo, cuya imagen y percepción determina la competitividad en el mercado.
- ✓ Incluyen distintos grupos de interés.

#### 1.4.2 Gestión de un destino turístico

Los destinos turísticos están compuesto por una diversidad de actores, lo que lleva a diseñar una serie de modelos de gestión que se adecuan al tipo turismo que se desarrollará, como también al marco legal que regula dicha actividad.

El por qué se deben gestionar los destinos turísticos, lo responde el siguiente artículo elaborado por SERNATUR (2008):

*“Detrás de cada eslabón de la cadena de servicios presentes a lo largo del recorrido en un destino (alojamiento, transporte, recreación, etc.) está en juego la competitividad y permanencia en el tiempo del destino, es decir su sustentabilidad, lo que hace indispensable que los actores públicos y privados apliquen protocolos básicos (estratégicos) consensuados entre ellos, al estilo de “buenas prácticas”, para asegurarle al visitante una experiencia turística de la mejor calidad posible según el estado de desarrollo del destino.”*

El documento aboga por una gestión que coordine a los distintos actores participantes, para generar ventajas competitivas que posicionen al destino en el mercado de forma sostenible en el tiempo.

Kotler, Haider y Rein (1994) plantean: *"La necesidad de pensar globalmente, pero actuar localmente"*, esto quiere decir que los destinos deben ser pensados en forma sistemática, teniendo en cuenta el contexto en el que está inmerso.

### 1.4.3 Sector público en el turismo

La participación del Estado en actividades privadas ha sido tema de discrepancias políticas. Teóricos y académicos han planteado las formas que debería adoptar del sector público en la sociedad. De ahí surgen diversas concepciones, siendo las más conocidas aquellas que conceden un papel preponderante al Estado y aquellas que reducen o anulan, dicho papel en las actividades económicas del país (Neoliberalismo).

Ciertamente, no es posible obviar la necesaria participación del Estado dadas sus facultades como de moderador y orientador de procesos que contribuyen a facilitar el adecuado desenvolvimiento de una sociedad. Las teorías modernas de planificación y gestión de turismo conciben al Estado como el punto de partida de cualquier estrategia que se quiera implementar en un territorio local, regional y nacional.

El Estado actúa bajo directrices de políticas públicas; esta última se define como: *“Un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, adelantado por autoridades públicas con la participación eventual de los particulares, y encaminado a solucionar o prevenir una situación definida como problemática. La política pública hace parte de un ambiente determinado del cual se nutre y al cual pretende modificar o mantener.”* (Fundación Interamericana, 2009).

#### 1.4.4 Participación del sector público en el turismo chileno

En Chile, las entidades encargadas del turismo tienen facultades, atribuciones e instrumentos que permiten la coordinación de los diferentes actores, con el fin de alcanzar estándares que impulsen un mejor desarrollo del turismo.

El organismo por excelencia en esta materia es el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) que se define como: *“un organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo”* (SERNATUR, 2010). Éste organismo se rige por el Decreto Ley N°1.224 del 22 de Octubre de 1975. Su misión es:

*“Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto”* (SERNATUR, 2010).

El estudio de la historia legislativa que rigió a éste Servicio, dejaba en evidencia que el Estado chileno solo tenía un rol coordinador, y con escasas herramienta de intervención. Así, con el fin de obtener ventajas competitivas a nivel internacional, se promulgó la Ley 20.423 que complementó el marco normativo. Esta iniciativa mejoró la organización del poder ejecutivo en materia de turismo con la creación de la subsecretaria y otros elementos que son desarrollados más adelante (SERNATUR, 2010).

#### 1.4.5 Plan de Desarrollo Comunal

La Ley N° 18.695, Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades es su Art. 7 (BCN, 2006) señala:

*“El plan comunal de desarrollo, instrumento rector del desarrollo en la comuna, contemplará las acciones orientadas a satisfacer las necesidades de la comunidad local y a promover su avance social, económico y cultural. Su vigencia mínima será de cuatro años, sin que necesariamente deba coincidir con el período de desempeño de las autoridades municipales electas por la ciudadanía. Su ejecución deberá someterse a evaluación periódica, dando lugar a los ajustes y modificaciones que correspondan”.*

La elaboración y ejecución del Plan de Desarrollo Comunal, tanto el Alcalde como el Concejo Municipal, deberán tener en cuenta la participación ciudadana y la necesaria coordinación con los demás servicios públicos que operen en el ámbito comunal o ejerzan competencias en dicho ámbito.

#### 1.4.6 Plan de Desarrollo Turístico

El Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) se define como un documento técnico que sirve para conducir, de manera efectiva y ordenada, una comuna hacia los objetivos turísticos propuestos por diferentes actores sociales (Ilustre Municipalidad de Valdivia, 2011)

La idea de realizar un plan de mejoramiento, se enmarca en el Programa de Turismo Municipal, impulsado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que pretende:

*“Lograr que los municipios incorporen la actividad turística dentro de su gestión anual como un tema relevante, comprendiendo que el fortalecimiento y desarrollo de esta actividad se logra cuando se hace en forma sistemática y asociativa, ya que toda acción que se emprenda a nivel local puede tener implicancia a nivel regional y nacional.”* (Servicio Nacional de Turismo, 2011).

SERNATUR a través de las facultades otorgadas por la legislación vigente, pretende integrar a las autoridades comunales en el proceso de desarrollo turístico, por medio de una planificación estratégica que fomente y sostenga la actividad en el tiempo. Para ello, la institución ha elaborado un documento que entrega orientaciones estandarizadas para la creación de un Plan de Desarrollo Turístico, cuya función es: *“Entregar algunas consideraciones de carácter metodológico que pueden ser aplicadas en la preparación de instrumentos de planificación turística a nivel local, desde una perspectiva que reconoce en el municipio un actor determinante en el crecimiento y desarrollo de un destino turístico”* (2011).

**Figura 3** Propuesta de Modelo de Planificación Turística



**Fuente:** Orientaciones para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico.

El documento realiza una propuesta de planificación turística (ver Figura 3), que se elabora en base al cumplimiento de las siguientes etapas:

ETAPA 1. *Asociación de los grupos locales:* Corresponde a la creación de una estructura organizativa que coordine y supervise la interacción de los actores involucrados.

ETAPA 2. *Análisis de temas claves con la comunidad:* Aquí se identifican, de forma participativa, los temas relevantes a tratar en el PLADETUR.

EAPA3. *Planificación Estratégica:* Ésta se define como el esfuerzo ordenado para gestionar acciones y decisiones que configuren y dirijan los objetivos de la organización.

ETAPA 4: *Implementación y Seguimiento del Plan:* Es la implementación del plan realizado y su correspondiente seguimiento desde la perspectiva de su funcionamiento.

ETAPA 5: *Evaluación y retroalimentación:* Esta pretende realizar modificaciones para alcanzar la viabilidad del plan. (Orientaciones para el Diseño de un PLADETUR, 2011).

#### 1.4.7 Asociación de grupos locales

Sernatur (Orientaciones para el diseño de un plan de desarrollo turístico en destinos turísticos., 2008) señala que la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico debe contar con la participación de todos los actores relacionados con la actividad para poder establecer las bases de una asociatividad de grupos locales con efectividad y sostenibilidad en el largo plazo. Así mismo, se tendrá que fijar una visión representativa, realizando convocatorias, reuniones y entrevistas.

Si bien es posible clasificar las organizaciones como públicas y privadas, SERNATUR hace un detalle de los actores más relevantes que deberán participar en la elaboración del plan. (Ver Figura 4).

**Figura 4** Plan de Desarrollo Turístico Comunal y Asociación de Grupos Locales



**Fuente:** Orientaciones para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico.

## 1.5 Relación con marco legal, políticas, programas y planes de desarrollo regional

A continuación, se mencionan algunos instrumentos de planificación nacional y regional que señalan énfasis y definiciones asociadas al turismo.

### 1.5.1 Ley 20.423. Ley de Turismo

La Ley 20.423 de Turismo (Biblioteca del Congreso Nacional, 2010) otorga a la institucionalidad pública, herramientas para generar estrategias y acciones que permitan consolidar el turismo como un pilar de desarrollo económico de Chile en el mediano y largo plazo. Para ello, la ley aborda el propósito de la Política Nacional de Turismo y el plan estratégico en base a los siguientes puntos:

- ✓ Promoción de una política nacional, planificación y coordinación del sector.
- ✓ Creación del Comité de Ministros del Turismo.
- ✓ Creación de la Subsecretaría de Turismo.
- ✓ Declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT).
- ✓ Regulación de desarrollo turístico en áreas silvestres protegidas por el Estado.
- ✓ Regulación de los sistemas de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos.

### 1.5.2 Estrategia Nacional de Turismo 2012 -2020

Al año 2011, el turismo había registrado un crecimiento inusitado a nivel mundial, realizando importantes contribuciones al PIB de diferentes países del mundo. Chile no fue la excepción a esta tendencia. De acuerdo a lo que señala el documento de Estrategia nacional de Turismo 2012- 2020 (2011) el país al año 2010 realizó un aporte de un 3,23% al PIB nacional.

Considerando lo anterior, se ha propuesto desarrollar un programa que sea capaz de generar iniciativas que logren potenciar el turismo a nivel país.

El documento (SERNATUR, 2011) establece las siguientes declaraciones estratégicas:

- ✓ **Visión:** *“Al 2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada y sustentable de alta calidad”.*
  
- ✓ **Misión:** *“El gobierno a través de la Subsecretaría de Turismo, busca liderar y promover los cambios para aumentar la competitividad del sector turístico”.*

La visión de la estrategia y el marco de trabajo está compuesta por la interacción 5 pilares interdependientes tanto en la construcción y ejecución del plan maestro como en la consecución de sus objetivos. Estos son: promoción, sustentabilidad, inteligencia de mercado, inversión y competitividad, y calidad.

Además, se han propuesto las siguientes metas a cumplir:

- ✓ Duplicar los ingresos generados por el turismo como porcentaje del PIB 3,2% al 6% al año 2020.
  
- ✓ Generar empleos: 40 mil directos, 160 mil indirectos.

### 1.5.3 Estrategia Regional de Desarrollo de la Araucanía 2010-2022

La Estrategia Regional de Desarrollo (Araucanía- Estrategia Regional de Desarrollo 2010-2022, 2012) es un instrumento de largo plazo elaborado por la Subsecretaría de Desarrollo y Administración (SUBDERE), que define el cómo se logrará el desarrollo de la región, dónde estarán puestos los acentos que darán paso a dicho progreso, y qué análisis, planteamientos, herramientas y controles se utilizarán.

La ERD (Estrategia Regional de Desarrollo), pese a que contempla períodos amplios de tiempo, es un elemento flexible y dinámico que debe adaptarse a los cambios que se generen en el entorno social de manera que se superen los impedimentos y se alcancen los objetivos propuestos.

El modelo utilizado en la Región de la Araucanía es el de Gestión Territorial, que busca solucionar los problemas estructurales de la región. Esto implica la diferenciación de políticas e instrumentos, tanto a nivel regional como nacional. Lo anterior implica considerar el desarrollo en plano agregado y no como una suma de sectores o territorios, dada la necesidad de generar una imagen de la región para el conjunto de las personas que lo habitan. Además, el modelo se basa en la subdivisión geográfica del territorio regional compuesto por 2 provincias y 32 comunas en 8 territorios de planificación.

A continuación se detallan 5 lineamientos estratégicos propuestos por la ERD para lograr la visión de la región al año 2022 (Araucanía- Estrategia Regional de Desarrollo 2010-2022, 2012):

**Cuadro 1** Resumen Lineamientos Estratégicos de la ERD

Lineamiento	Descripción
Cohesión social	Asegurar y fortalecer los derechos sociales de los hombres y mujeres de la Región de La Araucanía y el de cada uno de sus territorios, para que tengan igualdad de oportunidades en el acceso a las políticas e instrumentos conducentes al bienestar personal, la vida familiar, la integración comunitaria y la reducción de las desigualdades en un marco multicultural que valora la identidad regional.
Crecimiento económico	Transformar el modelo de crecimiento que ha prevalecido en los últimos 50 años a uno basado en una estructura productiva competitiva, innovadora y sustentable, cuyas características básicas se asocien a una mejor distribución del ingreso, y un fortalecimiento de los derechos sociales y la cohesión social, sustentado en una cultura emprendedora que permita oportunidades de empleo y desarrollo.
Desarrollo sustentable de ciudades y territorios	Conformar un sistema regional sustentable (ambiental, social y económico) que permita el manejo adecuado de los recursos naturales y el desarrollo armónico de los asentamientos humanos para el buen vivir elevando la calidad de vida de sus habitantes.
Identidad regional	La Región de La Araucanía es un territorio heterogéneo y con una incalculable riqueza natural, histórica y cultural que transitará desde el multiculturalismo asimétrico actual a la diversidad cultural, creando un sentido de pertenencia a una comunidad regional en la cual se convive con diversos rasgos culturales, costumbres, valores y creencias, bajo un pacto social que permita el reconocimiento y manejo de diferencias.
Institucionalidad pública	Establecer una normativa legal de excepción para la región, permita superar el rezago económico, social y ambiental.

**Fuente:** Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo.

#### 1.5.4 Agenda Regional de Desarrollo Productivo y Turismo Andino Lacustre

La Agencia Regional de Desarrollo Productivo (Corporación de Fomento de la Producción, 2006) se define como: *“un espacio de trabajo público-privado responsable de contribuir al desarrollo sustentable y el mejoramiento de la competitividad regional:*

La iniciativa, impulsada por el Gobierno de Chile, tiene como voluntad *“descentralizar el país, trasladando a las regiones, las decisiones de fomento productivo e innovación, desde la convicción de que existe la necesidad, capacidad y liderazgo regional para hacerlo.”* Por otra parte, un segundo gran objetivo de las Agencias es *“contribuir con un desarrollo territorial equilibrado, asumiendo el desafío de reducir las desigualdades inter e intra regiones. Por ello el foco del fomento productivo está puesto, no en iniciativas aisladas, sino en acciones coordinadas que permitan desarrollar la vocación productiva y la competitividad del territorio”*.

La Agencia Regional de Desarrollo Productivo, contempla al Turismo de Intereses Especiales, como uno de los 3 ejes estratégicos del programa, planteándolo como un generador de oportunidades de negocios para la competitividad. El documento (Corporación de Fomento de la Producción, 2006) señala que: *“El turismo es uno de los sectores priorizados por el Consejo Nacional de Invocación para la Competitividad, y ha sido definido como eje estratégico por las 15 Agencias Regionales de Desarrollo”*. Así mismo se menciona que *“la región como destino turístico, tiene un potencial importante para desarrollar el turismo de intereses especiales asociado naturaleza y cultura, poniendo en valor la multiculturalidad y la riqueza de la identidad mapuche, así como aprovechando la variedad de recursos naturales: volcanes, nieve, termas, bosques, lagos, ríos y humedales”*.

La Agenda propone las siguientes líneas de negocios y/o productos en la Araucanía Lacustre:

**Cuadro 2** Línea de negocios y/o productos de Araucanía Lacustre

Líneas de negocios / productos	Actividades
Sol y playas	Náuticas, paseos y baños.
Montañas y volcanes	Montañismo, trail running, trekking, rappelling, escalade, mountain bike, canopy.
Nieve y termas	Esquí tradicional, snowboard, fuera de pista, baños, spa, snowshoeing, randonee.
Congresos y reuniones	Tours organizados, gastronomía, entretenimientos.
Bosques y lagos	Excursiones, trekking, trail running, cabalgatas, canopy.
Lagos y lagunas.	Náuticas, navegación, kayak, pesca deportiva.
Cultura	Muestra culturales rurales y mapuches, gastronomía Mapuche, museo.
Campo y cultura	Cabalgatas, paseos, degustación de comidas típicas, visitas guiadas por mapuches.

**Fuente:** Agenda Regional de Desarrollo Productivo.

Por otra parte, la agenda describe las brechas presentes en la región, las que se resumen en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3** Brechas turísticas en La Araucanía

Brechas	Descripción
Asociatividad y Encadenamientos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- No existe instancia de carácter público–privado que articule los esfuerzos a nivel regional.</li> <li>2.- Escasas redes de empresarios que ofrezcan productos turísticos integrados (clubes de producto, circuitos, rutas temáticas).</li> <li>3.- Debilidad en cámaras y asociaciones locales. No se pone en valor el patrimonio cultural del pueblo Mapuche.</li> <li>4.- Falta de cohesión organizacional que afecta directamente en el mercado turístico regional.</li> </ol>
Capital Humano	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Déficit en la capacitación y especialización de la mano de obra, sobre todo vinculada a las competencias laborales para el turismo de naturaleza (formación de guías de naturaleza, inglés, entre otros).</li> <li>2.- Deficiencias en el grado de profesionalización de la gestión turística pública y privada.</li> <li>3.- Poca pertinencia de la formación técnica profesional.</li> </ol>
Formalización y Certificación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Gran número de servicios turísticos informales.</li> <li>2.- Bajo nivel de estándares para obtención de certificación (gestión e infraestructura).</li> <li>3.- Dificultad y falta de flexibilidad en la certificación y formalización.</li> </ol>

Brechas	Descripción
Promoción y Acceso a Mercados	<p>1.- Insuficiente promoción del destino región (campañas publicitarias, participación en ferias internacionales, etc.).</p> <p>2.- Insuficiente infraestructura y material de marketing turístico.</p> <p>3.- Carencia de estrategias unificadas y coordinadas de comercialización y promoción entre sector público y privado.</p>
Infraestructura y Conectividad	<p>1.- Déficit en la infraestructura vial especialmente para realizar turismo no estival.</p> <p>2.- Infraestructura deficitaria en áreas silvestres, reservas y centros de esquí para potenciar en turismo.</p> <p>3.- Falta de conectividad digital en comunas cordilleranas y costeras.</p> <p>4.- Déficit en la pertinencia de la infraestructura y el equipamiento de las iniciativas turísticas.</p>

**Fuente:** Agenda Regional de Desarrollo Productivo y Turismo Andino Lacustre.

### 1.5.5 Reserva de Biósfera las Araucarias

La Reserva de Biósfera Araucarias forma parte de la red mundial de reservas de biósfera de la UNESCO que busca conciliar la conservación de la diversidad biológica y los valores culturales con el desarrollo económico y social. Para ello, se nominaron zonas de protección como la Reserva Nacional Alto Bío Bío y el Parque Nacional Conguillio cercanas a las 93.000 hectáreas. Sin embargo, la zonificación no se ajustaba a las actuales normativas, por lo que un grupo de organizaciones públicas-privadas emprendieron la iniciativa de actualizar la RBA (Reserva de Biósfera las Araucarias), que aumenta las áreas de reserva de acuerdo a las normas del Programa sobre el Hombre y la Biósfera, agregando 1.142.850 hectáreas en una extensión 11 veces mayor a su tamaño original; fue aprobada el año 2010, pasando a representar un 35% de la superficie total de la Región de la Araucanía.

La ampliación de la Reserva de Biósfera considera la totalidad de las Áreas Silvestres Protegidas, las que se encuentran en la pre-cordillera y cordillera de la Región de La Araucanía; alberga entre sus elementos más relevantes bosques templados-lluviosos, milenarias araucarias, valles, glaciales, volcanes activos, flora y fauna endémicas y una historia ligada al pueblo pehuenche.

La RBA (2010) señala que la actual reserva incluye territorios totales o parciales de las comunas de: Collipulli, Curacautín, Lonquimay, Cunco, Vilcún, Melipeuco, Villarrica, Pucón y Curarrehue, los que están representado gráficamente en el mapa propuesto por la Red ciudadana de la Reserva Biósfera Araucarias (Ver Anexo 1).

### 1.5.6 Fundación Sendero de Chile

La Fundación Sendero de Chile es una entidad dedicada a promover el senderismo nacional, como una actividad para acceder, conocer, interpretar, valorar y proteger el patrimonio natural y cultural presente en los diversos territorios de nuestro país. Es decir, se preocupa de *“poner en valor el patrimonio natural y cultural de Chile a través del contacto directo e informado de las personas con ese patrimonio, por medio de una red nacional de rutas y senderos no motorizados, para el acceso, conocimiento, valoración y conservación de nuestro patrimonio”* (Fundacion Sendero de Chile, 2014).

De acuerdo a lo expresado en su sitio oficial, las principales actividades desarrolladas por la fundación son:

- ✓ Gestionar la constitución de una red nacional de rutas y senderos patrimoniales, de carácter público-privado.
- ✓ Desarrollar planes, programas y proyectos de Interpretación del patrimonio natural y cultural de los senderos de la red.
- ✓ Diseñar y ejecutar programas de educación ambiental al aire libre para diversos públicos objetivos.
- ✓ Diseñar y articular una oferta de programas y productos de Turismo de Intereses Especiales, en conjunto con prestadores y operadores locales.
- ✓ Desarrollar acciones de voluntariado ambiental, orientadas a la protección del patrimonio.
- ✓ Promover, apoyar y desarrollar proyectos y acciones para la puesta en valor y conservación del patrimonio natural y cultural de los territorios involucrados en su red.

## CAPÍTULO 2 ASPECTOS COMUNALES

### 2.1 Reseña histórica

Según algunos investigadores, el origen etimológico de la palabra Cunco proviene del mapudungún *Cum* que significa rojizo, oscuro, castaño y *Co*: agua o estero, “Agua o estero rojizo”. Toro (2001) señala que antiguamente había muchos pantanos y extensos campos cubiertos de canelos, donde el agua se estancaba al atravesar los matorrales tornándose de color rojizo, como si algún agente natural del suelo produjera una forma de oxidación.

Su territorio se emplaza entre los esteros Cunco, Nahuelcura y el afluente del río Allipén, donde los mapuches se asentaron y dieron nombre a los lugares como: Leufuche, gente que vive junto al río; Llaima, zanjón o desaguadero; Quecherehue, cinco altares o cinco lugares de reunión.

Entrada la segunda mitad del siglo XIX, los habitantes nativos, a diferencia de muchos territorios de la región, todavía ofrecían resistían a la colonización española. Ello está registrado en la rebelión mapuche del año 1880 que culminó con la construcción del Fuerte Cunco fundado por el Coronel Gregorio Urrutia el día 14 de marzo 1883 con la misión de encontrar una solución pacífica, encomendada por el Presidente de la República don Domingo Santa María. Solo a partir del 20 de Agosto de 1918 Cunco es declarada legalmente como comuna.

La construcción del ferrocarril Freire-Cunco inaugurado el 20 de abril de 1924, es sin duda la mayor obra pública en la historia de la comuna, actuó como detonante de su desarrollo urbano. Dicho medio de transporte subsanó los inconvenientes de los pobladores en la explotación de los bosques y terrenos agrícolas ante la carencia y mal estado de los caminos.

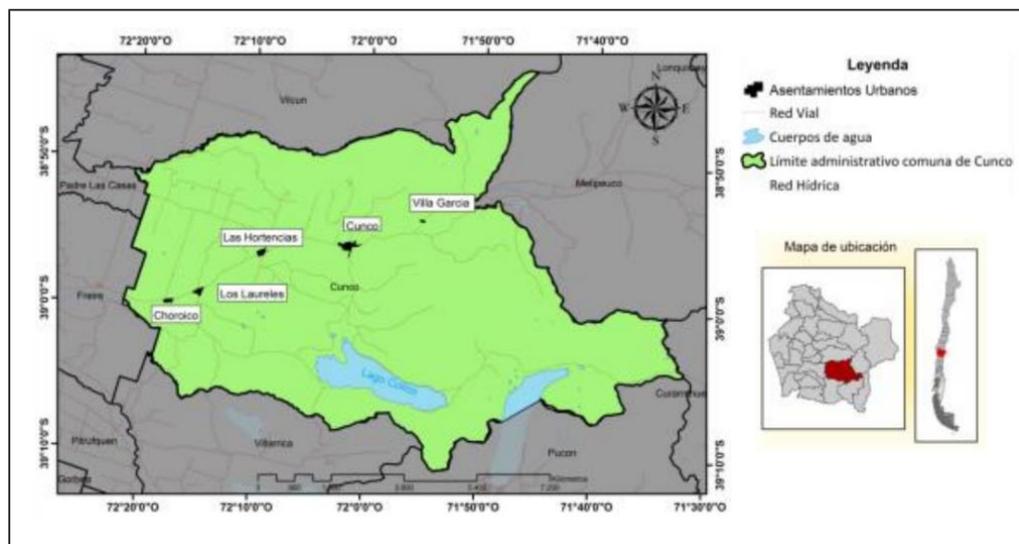
## 2.2 Caracterización territorial

### 2.2.1 Antecedentes geográficos de la comuna

Cunco pertenece a una de las veintiuna comunas de la provincia de Cautín. Su superficie es la mayor a nivel provincial alcanzando los 1.906,5 km<sup>2</sup>, mientras que su capital es el asentamiento urbano de mayor jerarquía de la zona, que se emplaza a 60 km al sur-este de Temuco y a 745 km de Santiago. Al Este limita con las comunas de Melipeuco y Curarrehue, al Sur con las comunas de Pucón y Villarrica, al Oeste con la comuna de Freire y Padre Las Casas y al Norte con la comuna de Vilcún.

La comuna cuenta con 5 centros poblados principales de diversa categoría: Cunco con la categoría de ciudad, Los Laureles con categoría de pueblo, Las Hortensias, Villa García y Choroico con la categoría de caserío. (Para más detalle ver Anexo 2).

**Figura 5** Localización geográfica de la comuna de Cunco



**Fuente:** Sistema de Información Territorial, Región de La Araucanía.

### 2.2.2 Accesibilidad y estructura vial de la comuna

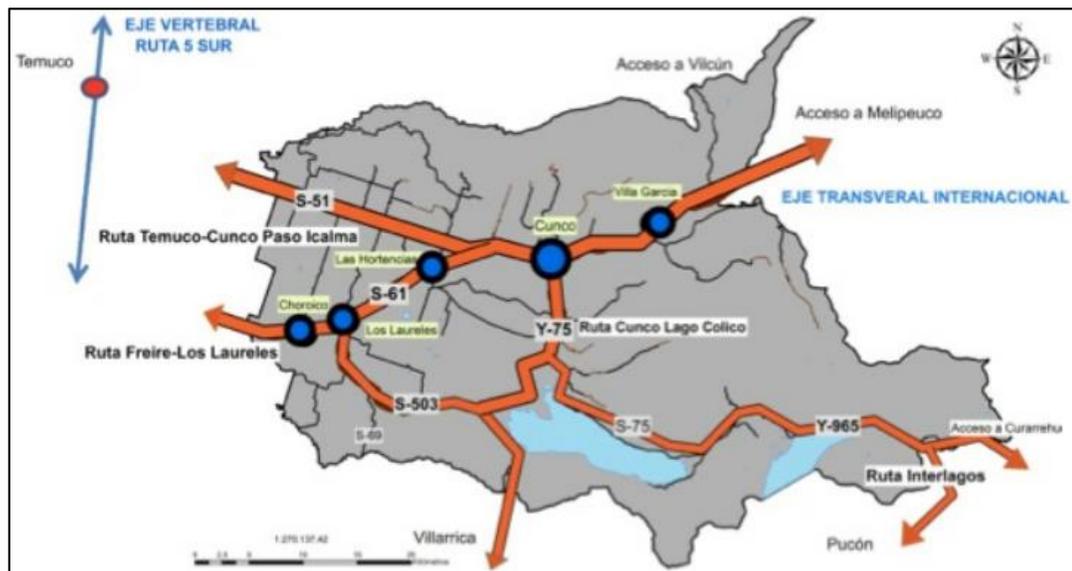
La comuna se emplaza en un sistema de comunas precordilleranas de la Región de La Araucanía, que son la puerta entrada a las principales áreas de conservación de la Cordillera de los Andes. Su población es homogénea, centrada en las planicies del territorio. Allí se encuentran las localidades de Cunco capital, Choroico, Las Hortensias, Los Laureles y Villa García, las que están conectadas entre sí por una serie de rutas asfaltadas.

Cunco tiene una posición estratégica que provee servicios e infraestructura a los flujos internacionales mediante el eje S-51 que conecta la ciudad de Temuco con el paso internacional Icalma hasta la ciudad de Villa Pehuenia en Argentina. Además la estructura su estructura vial es un punto de acceso a los principales sitios de conservación de La Araucanía y una alternativa de comunicación al sistema lacustre andino mediante la Ruta Inter-lagos.

Referido a la accesibilidad interna de la comuna existen cuatro ejes de mayor jerarquía: la ruta S-51 que conecta a Cunco con la ciudad de Temuco por Huichahue en un tramo de 56 Kms.; la ruta de acceso a la comuna de Melipeuco y a la localidad de Villa García en un tramo de 32 km; la ruta S-61 hacia Freire que comunica localidades de Choroico, Los Laureles y Las Hortensias; y el eje Y-75 junto a la ruta S-965 (denominada ruta Inter-lagos) por donde se accede a las comunas de Pucón y Curarrehue. Cabe mencionar la existencia de una quinta ruta (S-69) que conecta a Cunco con la comuna de Villarrica; sin embargo no es ampliamente utilizada debido a las malas condiciones viales.

La extensa red vial de la Comuna de Cunco, totaliza más de 550 kilómetros, incluyendo carpetas de rodado de distintas características, entre las que predominan los caminos de ripio y de tierra que conforman casi un 96% red comunal, proporción levemente superior a la regional la que se establece en un 92,45%.

**Figura 6** Sistema de accesibilidad y conectividad de Cunco



Fuente: PLADECO en elaboración.

### 2.2.3 Clima

La Comuna se encuentra situada a 361 metros sobre el nivel del mar y su clima se caracteriza por ser templado lluvioso con temperaturas relativamente bajas y en ciertos casos con precipitaciones de nieve o agua nieve. En verano, la sensación térmica es más bien de alta, con temperaturas cercanas a los 30° C en época estival. El mes más cálido es Enero, con una media cercana a los 15,1 °C, mientras que los meses más fríos son Junio y Julio con temperaturas medias de 6 °C aproximadamente.

### 2.2.4 Población total y superficie territorial

La población total de la comuna de Cunco, según las proyecciones INE para el 2013, es de 18.916 habitantes. Con respecto a la extensión territorial, esta cuenta con una superficie de 1.906,5 Km<sup>2</sup> (la densidad poblacional está definida como el total de habitantes por kilómetro cuadrado de superficie). En el Cuadro 4 se ilustran estos valores, comparándolos a su vez con la región y el total nacional.

**Cuadro 4** Densidad territorial de la comuna de Cunco

Territorio	Densidad en 2002 (Habitantes / Km <sup>2</sup> )	Densidad en 2012 (Habitantes / Km <sup>2</sup> )
País	7,5	8,3
Araucanía	27,3	31,0
Cunco	9,8	9,9

**Fuente:** Elaboración propia en base a CENSO 2002 y proyecciones INE 2012.

La comuna de Cunco tiene una densidad poblacional un poco más alta que el promedio nacional, pero por debajo de la cifra regional. Cabe destacar el hecho de que en 10 años la densidad territorial de la comuna prácticamente no ha aumentado, contrario a la tendencia de incremento que ha ido experimentando el país.

### 2.2.5 Distritos censales

A continuación se presenta una tabla con la cantidad de población existente en los distritos censales que conforman la comuna de Cunco. Los datos corresponden al Censo 2002 y no al del 2012, debido a los errores metodológicos que presentó éste último.

**Cuadro 5** Distritos Censales

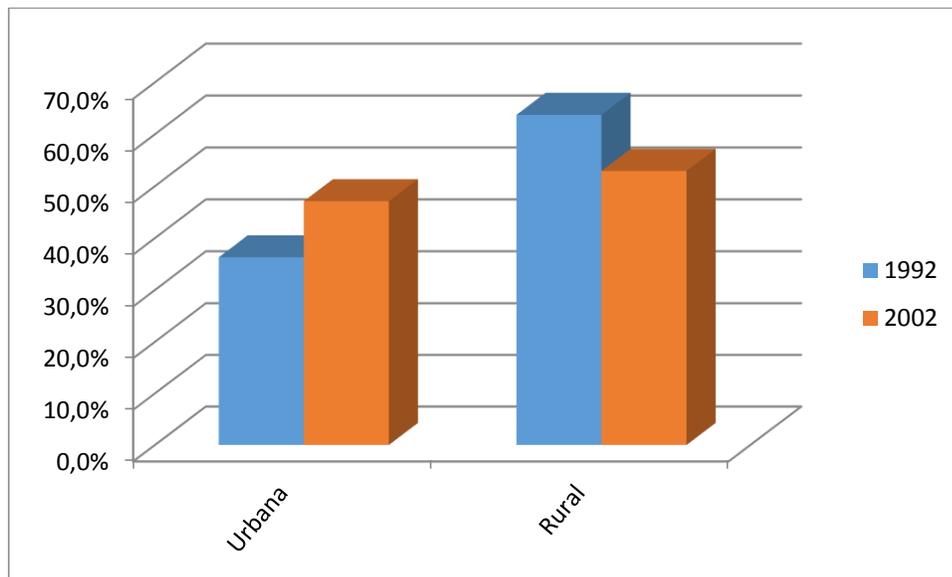
Distrito	Hombre	Mujer	Total
Caivico	306	243	549
Carilafquén	660	605	1.265
Colico Oriente	203	130	333
Colico Poniente	793	709	1.502
Curalcalco	269	220	489
Huichahue	488	472	960
Lago Espejo	48	31	79
Las Hortensias	816	787	1.603
Los Laureles	1.218	1.245	2.463
Municipalidad	1.225	1.245	2.470
Nahuelcura	2.370	3.068	5.438
Rayén Lafquén	335	289	624
Villa García	472	456	928
Total	9.203	9.500	18.703

**Fuente:** Elaboración propia en base a CENSO 2002.

### 2.2.6 Población urbano-rural

El siguiente gráfico, elaborado en base a los datos entregados en los censos del año 1992 y 2002, muestra la proporción de la población urbano-rural de la comuna de Cunco:

**Gráfico 1** Población Urbana-Rural Cunco



**Fuente:** Elaboración propia en base a CENSO 1992, 2002.

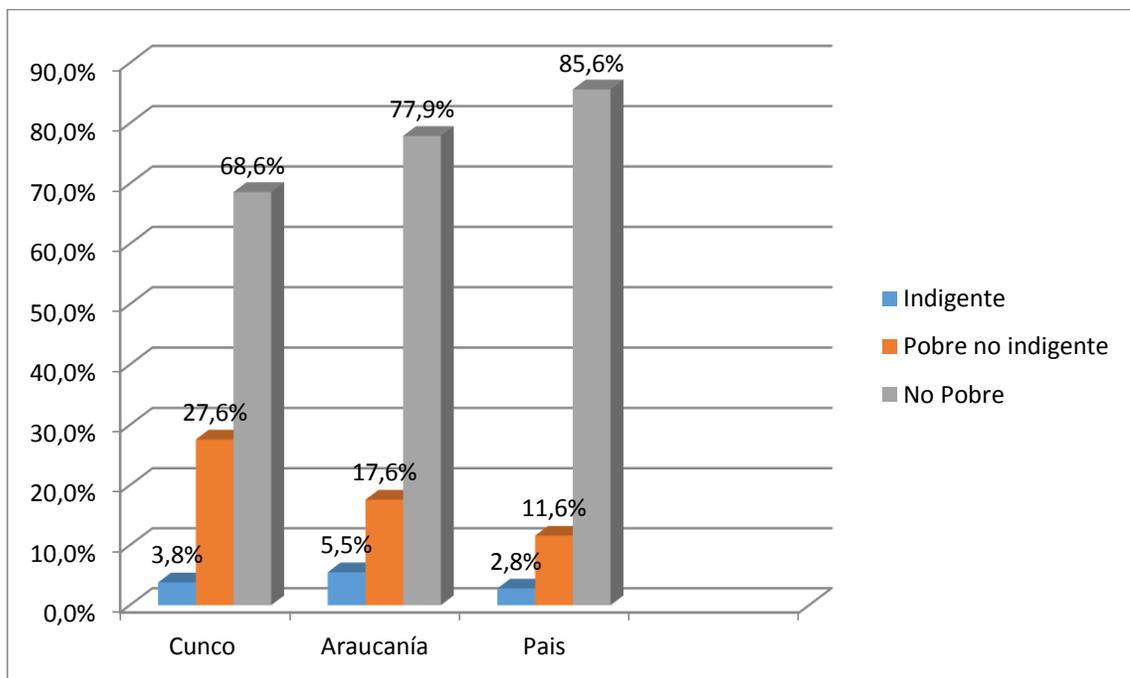
Los datos dan cuenta de una población mayoritariamente rural en ambos años. Sin embargo el Censo 2002 deja en evidencia que la brecha entre la población urbana y rural de la comuna disminuyó con respecto al Censo 1992. Esta situación sigue la tendencia del país, la que ha dado cuenta de una migración rural hacia los principales centros urbanos.

### 2.2.7 Pobreza y desigualdad

La situación de pobreza indica un nivel de bienestar de las personas que resulta insuficiente para satisfacer necesidades básicas: alimentación, vestido, vivienda, etc.

En la encuesta CASEN se establece dos líneas en la Tasa de Pobreza, las que consideran cierta cantidad de dinero per cápita. La primera es la Línea de la Pobreza que está entorno a los \$72.098, mientras que la segunda es la Línea de Indigencia posicionada más abajo con un \$36.049.

**Gráfico 2** Tasa de Pobreza 2011



**Fuente:** Elaboración propia a partir de CASEN 2011.

Al observar los datos, se puede apreciar que los niveles de pobreza de la comuna de Cunco están por sobre la media nacional. Si bien es cierto, la cantidad de indigentes está por debajo del promedio de la región, la cifra de Pobres no Indigentes alcanza un 27,6%, 10 puntos más que la Región de la Araucanía y 16 puntos más alto que el país.

Cunco tiene un total de 31,4% de personas que están bajo de la línea de la pobreza, transformándose en la octava comuna más pobre de La Araucanía. Cabe recordar que, según la encuesta casen CASEN 2011, la Región de la Araucanía es la más pobre del país.

### 2.2.8 Comunidades indígenas de la comuna de Cunco

La Ley Indígena 19.253 en su Párrafo 1° del Artículo 1° (1993) indica:

*“El Estado reconoce que los indígenas de Chile son los descendientes de las agrupaciones humanas que existen en el territorio nacional desde tiempos precolombinos, que conservan manifestaciones étnicas y culturales propias siendo para ellos la tierra el fundamento principal de su existencia y cultura.*

*El Estado reconoce como principales etnias indígenas de Chile a: la Mapuche, Aimara, Rapa Nui o Pascuenses, la de las comunidades Atacameñas, Quechuas, Collas y Diaguita del norte del país, las comunidades Kawashkar o Alacalufe y Yámana o Yagán de los canales australes. El Estado valora su existencia por ser parte esencial de las raíces de la Nación chilena, así como su integridad y desarrollo, de acuerdo a sus costumbres y valores (...).”*

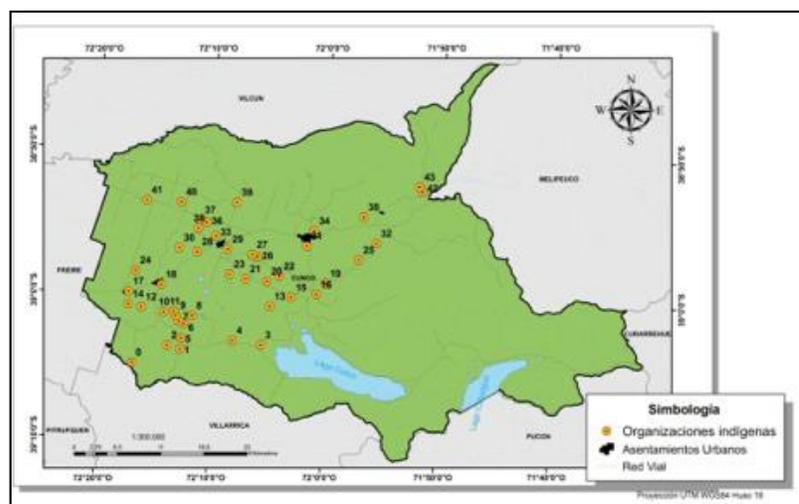
Además Párrafo 4°, Artículo 9° (Ley N° 19.253, 1993) señala que se entienden como comunidades indígenas aquellas organizaciones que se encuentran reconocidas y reguladas por la ley. Estas se definen como: *“La agrupación de personas pertenecientes a la misma etnia indígena que se encuentren en las siguientes situaciones:*

- ✓ *Provegan de un mismo tronco familiar*
- ✓ *Reconozcan una jefatura tradicional*
- ✓ *Posean o hayan poseído tierras en común,*
- ✓ *Provegan de un mismo poblado antiguo”.*

Si bien no tienen carácter obligatorio, su reconocimiento requiere de una serie de regulaciones para ser validadas por el Registro de Comunidades Indígenas. Generalmente se constituyen para llevar a cabo algún objetivo en común en pro de actividades como educación, cultura o de índole económico.

De acuerdo a la información obtenida por la oficina territorial encargada de estudiar e inscribir las comunidades y asociaciones indígenas, la comuna de Cunco posee un total de 43 comunidades indígenas y 11 asociaciones que se localizan, en su mayoría, en sectores rurales (Para más detalle ver inventario del Anexo 3).

**Figura 7** Comunidades indígenas de la comuna de Cunco



**Fuente:** Pladeco Cunco en elaboración, catastro de comunidades indígenas año 2012, CONADI Araucanía.

Resulta importante la integración de las comunidades mapuches en cada una de las actividades económicas. Para ello, el turismo comunitario y rural es una herramienta útil con el que se pueden realizar acciones integradas y coordinadas con los demás actores, desde la valorización y conservación de la cultura.

El estudio de tipificación de la demanda realizado por SERNATUR (2011) señala que se debe comunicar y potenciar la diversidad de los paisajes en Chile a través de una oferta que integre conceptos de identidad local. En este sentido, el patrimonio natural y cultural son las principales potencialidades del país que deben ser capitalizadas por las comunidades, el mundo empresarial y las entidades públicas para generar servicios diferenciados y de calidad. El informe del primer encuentro de turismo comunitario (Travolution, 2012) recomienda generar una serie de herramientas e instancias que permitan a los actores mejorar sus capacidades, por medio del desarrollo de instancias que promuevan la asociatividad, y faciliten el establecimiento de estrategias y planes de acción público-privadas. Así subsanará las dificultades relacionadas con la desconexión geográfica, la inexperiencia en la industria, la ausencia de capacidades técnicas y la falta de estrategias.

### 2.3 Caracterización territorial con respecto al turismo

La comuna de Cunco posee elementos que ofrecen una situación favorable para el desarrollo turístico, por cuanto es una zona de articulación turística regional desde Villarrica, Pucón, Caburgua hacia las comunas de Melipeuco, Curacautín, Lonquimay y los valiosos recursos naturales de la zona precordillerana como el Parque Nacional Conguillio, Parque nacional Huerquehue, y la Reserva Nacional Hualalafquén

Además la localidad se encuentra en la zona de gestión territorial Araucanía Andina, integrada por otros destinos como Victoria, Vilcún, Lonquimay, Melipeuco y Curacautín, que poseen recursos para el desarrollo de un turismo ligado a la naturaleza.

De acuerdo con la clasificación elaborada por SERNATUR (Turismo y Gestión Municipal Serie N° 9, 1997), podemos decir que la comuna de Cunco presenta los siguientes tipos de turismo según las motivaciones que justifican el viaje:

### 2.3.1 Motivación turística: Ocio, recreo y vacaciones

Los principales centros turísticos de la Región de la Araucanía han impulsado un turismo que responde a las necesidades de esparcimiento de los visitantes. Es por ello que, las comunidades locales y sus respectivas autoridades intentan seguir esta línea.

Frente a este escenario, y considerando las potencialidades, la comuna de Cunco ha desarrollado los siguientes tipos de turismo:

#### 2.3.1.1 Turismo de Naturaleza

Es entendido como aquel segmento que promueve las actividades vinculadas con la naturaleza pura en paisajes protegidos o escasamente intervenidos (SERNATUR, 1997). Aquí se realiza una subcategoría, detallada a continuación:

##### 2.3.1.1.1 Turismo de Aventura

Es una forma específica del Turismo de Naturaleza que se desarrolla en áreas remotas y que hace referencia a las actividades turísticas que introducen elementos de dificultad, con cierto grado de riesgo e incertidumbre. Entre ello se encuentra:

- ✓ Descenso de cursos de agua.
- ✓ Montañismo
- ✓ Pesca deportiva
- ✓ Caminatas en recorridos naturales
- ✓ Ciclismo

#### 2.3.1.1.2 Ecoturismo

Ecoturismo es otra forma específica de turismo de naturaleza, el que está centrado en actividades a pequeña escala con excursiones naturales en donde es posible visitar lugares de interés cultural con grado menor de impacto. Generalmente, las personas que demandan este tipo de segmento poseen un alto nivel cultural, siendo la actividad física, el riesgo y la incertidumbre, elementos de poco interés para ellos.

#### 2.3.1.1.3 Turismo de acampada (camping) y caravanas (casas rodantes)

El Turismo de Acampada y Caravana son formas ampliamente desarrolladas en la Región de la Araucanía y hace referencia a la existencia de zonas dedicadas al camping y el aparcamiento de casas rodantes para la pernoctación de los turistas. Generalmente, los establecimientos deben cumplir con una serie de requisitos de índole sanitarios como desratización, delimitación, recolección de basura, entre otros.

#### 2.3.1.2 Agroturismo y Turismo de pueblos

Agroturismo y Turismo de pueblo, son dos formas de turismo muy similares en cuanto al ambiente en el que se desarrollan y los impactos socio-económicos que estos generan. Pese a ello, mantienen ciertas diferencias que serán, mencionadas a continuación:

##### 2.3.1.2.1 Agroturismo

Esta forma de turismo se realiza en zonas de explotación agraria (granjas o plantaciones), en donde el propietario busca complementar sus ingresos de oficio, facilitando alojamiento, comidas y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

#### 2.3.1.2.2 Turismo de Pueblo

Turismo de Pueblo es una forma de turismo en donde la demanda está compuesta por los mismos residentes de un pueblo o cerca de ellos y se familiarizan con la vida agro-tradicional de la población. Éste se diferencia del Agroturismo en dos aspectos:

- ✓ No participan de las actividades propias de una explotación agropecuaria.
- ✓ Los visitantes no se alojan en la vivienda del campesinado.

#### 2.3.2 Motivación turística: Visita a parientes y amigos

##### 2.3.2.1 Turismo étnico o nostálgico

Es el turismo que se desarrolla en localidades de procedencia propia o ancestral de los turistas. Es decir, son los flujos de personas que están motivadas por el deseo de reencontrarse con sus raíces, lugares o personas con las que hayan compartido.

#### 2.3.3 Motivación turística: Salud

##### 2.3.3.1 Turismo medicinal

Turismo medicinal o más bien conocido como Turismo de Salud se basa en la climaterapia, el que, como dice su nombre, utiliza el clima y diferentes tipos de recursos naturales (como aguas termales) para fines terapéuticos. Los visitantes, recurren a estos centros para curar o aliviar algún tipo de enfermedad que los aqueja. Generalmente, el periodo de pernoctación comprender varios días o meses.

## CAPÍTULO 3 DIAGNÓSTICO

### 3.1 Inventario de oferta y demanda turística: información y estadística como base para la planificación

La planificación turística se basa en dos herramientas. La primera de ellas es la información que proviene de las entrevistas y Grupos Focales aplicados a los actores comunales, y la segunda es la utilización de datos estadísticos como instrumentos de estudios. De ahí, la importancia de realizar un rigurosos inventario de las variables que influyen en el mercado.

A continuación se realizaran dos análisis correspondientes a la oferta y demanda turística de la comuna de Cunco.

#### 3.1.1 Oferta turística

La oferta turística se desarrolla con la interacción de cuatro componentes, sobre los cuales se realizan los procesos de gestión. Estos son:

- ✓ Atractivos turísticos.
- ✓ Planta turística.
- ✓ Infraestructura.
- ✓ Elementos institucionales.

### 3.1.1.1 Atractivos turísticos

En relación a los atractivos turísticos SERNATUR (ANEXOS: Turismo y Gestión Municipal, 1997) señala que estos se deben categorizar y tipificar de la siguiente forma:

**Cuadro 6** Clasificación de Atractivos turísticos

<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	
<b>Categorías</b>	<b>Tipo</b>
<i>Sitios Naturales</i>	Montañas Sectores planos y valles. Costas. Mares. Lagos y lagunas. Ríos y otros cursos de agua. Termas. Grutas y cavernas. Lugares de observación de flora y fauna. Áreas silvestres protegidas. Caminos pintorescos.
<i>Museos, manifestaciones culturales e históricas</i>	Museos y bibliotecas. Obras de arte y técnica. Lugares históricos. Ruinas y lugares arqueológicos.
<i>Folclore</i>	Manifestaciones religiosas y creencias populares. Ferias y mercados. Artes. Comidas y bebidas típicas. Grupos étnicos. Arquitectura popular espontánea.

Atractivos turísticos	
<i>Realizaciones técnicas, científicas o artística contemporánea</i>	Explotaciones silvoagropecuaria y pesqueras. Explotación industriales explotaciones mineras. Obras de arte y técnicas. Centros científicos y técnicos.
<i>Acontecimientos programados</i>	Artísticos. Deportivos. Otros.

**Fuente:** Sernatur, Turismo y Gestión Municipal.

Además de lo anterior, es necesario clasificar los atractivos turísticos de la comuna de Cunco de acuerdo los siguientes criterios:

**Cuadro 7** Clasificación de los atractivos turísticos

Nivel	Descripción
III	Internacionales. Motivan corrientes turísticas por sí solos.
II	Internacionales / Nacionales: Motivan corrientes por sí solos o en conjunto con otros atractivos.
I	Con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a turistas que viajen a la zona o de motivar corrientes locales.
0	Sin méritos para ser incluido en ninguna categoría.

**Fuente:** Plan de desarrollo Turístico Curacautín 2010-2015.

El siguiente cuadro contiene el inventario detallado de los atractivos turísticos que posee la comuna de Cunco de acuerdo a la clasificación y los criterios expuestos:

**Cuadro 8** Clasificación de los Atractivos Turísticos

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación	Actividades
Lago Colico.	Sitio Natural.	Laguna, Lago o Humedal.	Laguna Lago o Humedal.	<b>II</b>	A 15 kms al Sur de la capital comunal y a 79,3 kms de la ciudad de Temuco.	Ecoturismo. Trekking. Fotografía. Observación. Flora-fauna. Pesca deportiva. Baño.
Lago Caburgua.	Sitio Natural.	Laguna, Lago o Humedal.	Laguna Lago o Humedal.	<b>II</b>	A 52 kms al Sur de la capital comunal y a 95,1 kms de la ciudad de Temuco.	Ecoturismo. Trekking. Fotografía. Observación. Flora-fauna. Pesca deportiva. Baño.
Río Allipén.	Sitio Natural.	Río o Estero.	Río o Estero.	<b>I</b>	A 6 kms al Norte de la capital comunal y a 65, 8 kms de la ciudad de Temuco.	Actividades deportivas recreativas. Turismo Aventura.

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación	Actividades
Termas de San Sebastián.	Sitio Natural.	Terma.	Centro Termal.	<b>II</b>	A 64 km E de la capital comunal y a 123,8 km de la ciudad de Temuco.	Baño termal, Hidromasaje, Hospedaje cabaña y camping,trekking,
Museo Antropológico.	Museo, Manifestaciones culturales e históricas.	Museo.	Museo.	<b>I</b>	Entrada principal de la capital comunal y a 59,8 km de la ciudad de Temuco.	Actividades culturales y de conservación.
Capilla Alberto Hurtado.	Realización técnica, Artística contemporánea.	Obra de arte o técnica.	Arquitectura.	<b>I</b>	A 12 km N/E de la capital comunal y a 71,2 km de Temuco.	Actividades religiosas, Fotografía.
Parque Nacional Huerquehue.	Sitio natural.	Área silvestre protegida/flora y fauna.	Área silvestre protegida/flora y fauna	<b>III</b>	A 50 Km S/E de la capital comunal y a 110 km de Temuco.	Trekking, Birdwhatching fotografía, camping.
Parque Nacional Conguillio.	Sitio natural.	Área silvestre protegida/flora y fauna.	Área silvestre protegida/flora y fauna.	<b>III</b>	A 45 Km N/E de la capital Comunal y a 105 km de Temuco.	Trekking, Birdwhatching fotografía, camping.
Reserva Nacional Hualalafquén.	Sitio natural.	Área silvestre protegida/flora y fauna.	Área silvestre protegida/flora y fauna.	<b>III</b>	A 60 Km E de la capital comunal y 120 km de Temuco.	Trekking, Birdwhatching fotografía, camping.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.1.2 Planta turística

Se entiende como Planta Turística (Turismo y Gestión Municipal Serie N° 9, 1997) al conjunto de equipamientos e instalaciones que hacen posible la permanencia del turista en una localidad determinada. A continuación se presenta un inventario con los antecedentes que entregó la Oficina de Renta y Patentes de la Municipalidad de Cunco, en conjunto con la Unidad de Desarrollo Local (UDEL) (Para más detalle, ver inventario de Anexo 4).

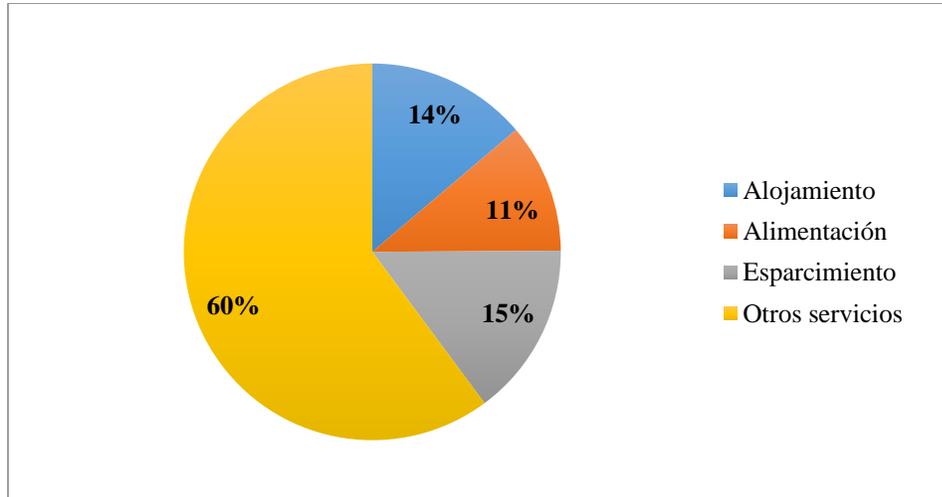
**Cuadro 9:** Planta turística de la comuna de Cunco

Rubro	Tipo de establecimiento	Número de establecimientos
<i>Alojamiento</i>	Camping.	13
	Cabaña.	13
	Hospedaje.	8
	Residencial.	1
	Hotel.	1
<i>Alimentación</i>	Restaurant.	11
	Agro-elaborados.	9
	Hostería.	5
	Locales de comida rápida.	4
<i>Esparcimiento</i>	Centros Turísticos.	5
	Centros Termales.	2
	Cabaret.	1
	Juegos de Habilidad y Destreza.	5
	Salón de Billar.	1
	Discotecas, centro eventos.	2
	Artesanía.	23

Rubro	Tipo de establecimiento	Número de establecimientos
<i>Otros Servicios</i>	Supermercados.	7
	Mini-mercados.	18
	Almacenes.	18
	Provisiones.	41
	Carnicería.	7
	Florerías – Fruterías.	6
	Depósito de Harina.	4
	Panaderías.	2
	Distribuidoras de Gas.	4
	Bazar.	3
	Tiendas.	13
	Farmacias.	3
	Librerías.	7
	Central telefónica – Internet.	5
	Transporte.	5
Venta de Alcohol.	14	
<b>TOTAL</b>		<b>261</b>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

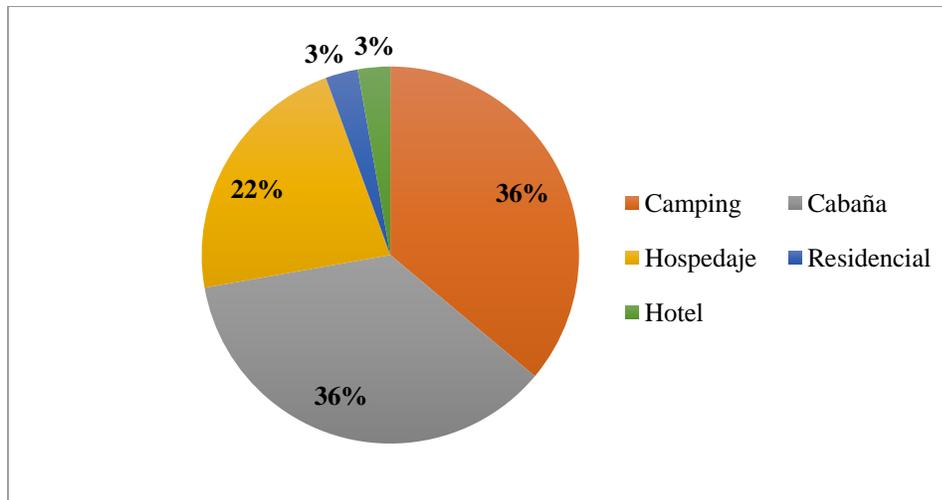
**Gráfico 3** Resumen por Rubro



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

De acuerdo con el inventario realizado, se puede afirmar que el principal rubro económico desarrollado en la comuna es el de Otros Servicios (ligados directa e indirectamente con la actividad turística) con un 60% de participación. Seguido a ello, está la categoría de Esparcimiento con un 15%. Por debajo a lo anterior, está el rubro de Alojamiento con un 14%, seguido al de Alimentación con tan solo un 11%.

**Gráfico 4** Resumen por Alojamiento

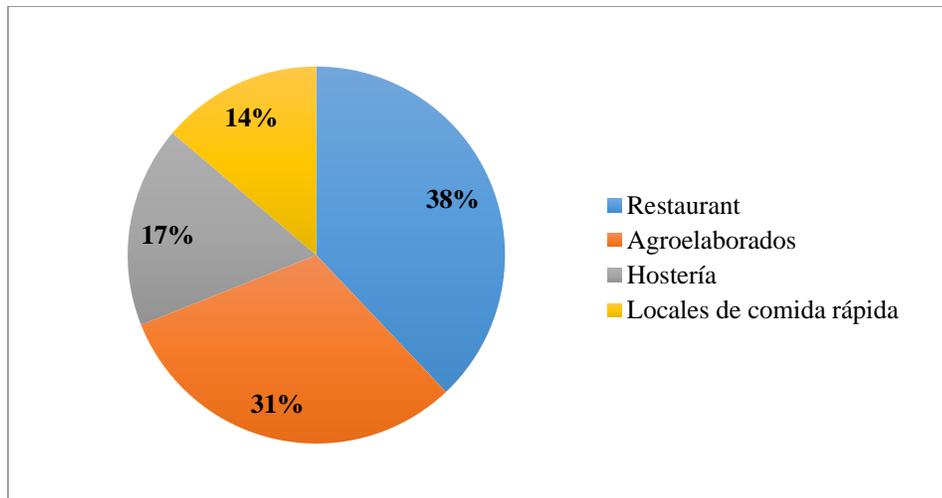


**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

La mayor oferta alojamiento está en Cabañas y Camping ambas con un 36% de, seguido de Hospedajes con un 22%, y la categoría Hotel y Residencial cada una con un 3%.

Esta distribución plantea un desafío, referido a la diversificación de la oferta y mejoramiento de la calidad de los servicios de planta, puesto que, los ejes turísticos que rodean a la comuna de Cunco cuentan con altos estándares de calidad en Hoteles, Cabañas y Hosterías.

**Gráfico 5** Resumen por Alimentación

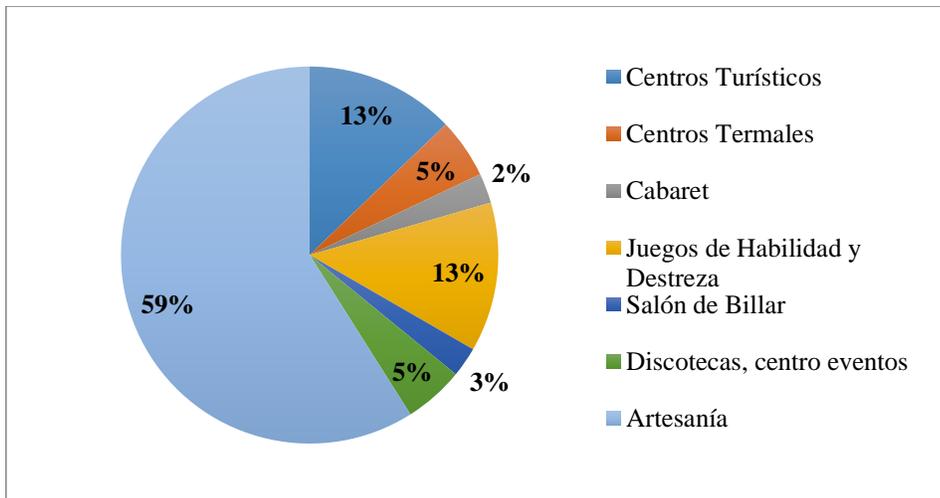


**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Del rubro Alimentación, se aprecia que los Restaurantes representan un 38% de la oferta. Por debajo, están los Agro-elaborados con un 31%, seguido de Hostería y Locales de Comida Rápida con un 17% y 14% respectivamente.

La mayoría de los locales de alimentación existente en la comuna desarrollan servicios que son excluyentes a los productos endémicos de zona lo que no permite la generación de la identidad cultural en la cultura gastronómica.

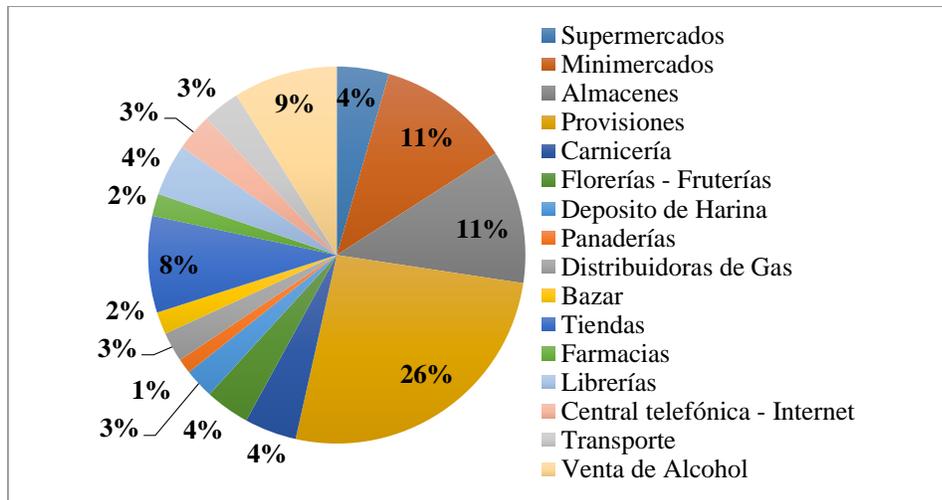
**Gráfico 6** Resumen por Esparcimiento



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Los Centros de Artesanías de la comuna son los que mayor presencia tienen en el rubro de Esparcimiento. Esto se debe tomar como una fortaleza, ya que en torno a ella se pueden desarrollar diferentes actividades ligadas al turismo. Seguido, se encuentran los Centros Turísticos y los Juegos de Habilidad y Destreza con un 13%. Estos juegos no están ligados directamente con la actividad turística, sino más bien están desarrollados sólo para los residentes de la comuna. Muy por debajo están las categorías de Centros Termales; Discotecas, centro de eventos; Salón de Billar; y Cabaret con una participación inferior al 5 %.

**Gráfico 7** Resumen Otros Servicios



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

La categoría Otros Servicios son liderados por Provisiones con un 26%, le sigue Almacenes y Mini Mercados con un 11% cada uno, Venta de Alcohol representa un 9% y Tiendas un 8%. El resto de los establecimientos representan solo una participación inferior al 4%.

Las empresas relacionadas al servicio y actividades comerciales ubicadas en la comuna de Cunco son heterogéneas, y sus perfiles pertenecen al rango de micro y pequeña empresa, las que se constituyen con capital familiar, las que son atendidas y administradas por los propios integrantes del núcleo. Lo anterior se da especialmente en las categorías de Almacén, Mini mercados y provisiones.

### 3.1.1.3 Segmento empresarial informal

No hay que desconocer la existencia de una gran cantidad de Unidades Productivas Familiares dedicadas a la agricultura, ganadería, artesanía, turismo y apicultura, ubicadas principalmente en los sectores rurales de la comuna. Se denomina así porque se compone por un núcleo familiar: padre, madres, hijos e hijas, y porque la actividad se realiza en la vivienda familiar. Su patrimonio es el conocimiento generacional de las actividades que realizan, como por ejemplo la harina tostada, merquen, mote, pan amasado, tortillas de rescoldo, harina de avellana, mermeladas, etc.

También se deben considerar los recolectores de productos endémicos como por ejemplo piñones, changles, dihueños, pinatras, nalcas, berro, y otros hongos comestibles que más tarde venden dichos productos.

Si bien estas actividades son informales, las potencialidades que poseen para el turismo son de importancia, por cuanto ayuda a formar una imagen turística en base a la identidad cultural de Cunco.

### 3.1.1.4 Instituciones que apoyan la oferta turística

Contar con una base institucional es fundamental al momento de fomentar el turismo, puesto que ésta sienta los lineamientos para la gestión estratégica de la actividad turística. Cabe destacar que si bien dichos organismos trabajan en diferentes dimensiones (comunal, regional y nacional) su localización física representa un impedimento a la hora de aplicar herramientas en territorios alejados de las urbes.

A continuación se presentan las principales instituciones que gestionan el turismo en la comuna de Cunco.

**Cuadro 10** Instituciones gestoras del turismo en Cunco

Categoría	Elementos	Ubicación
Estructura Organizacional.	Dirección regional de SERNATUR. Consejo Regional de Turismo (CORETUR). Gobierno Regional de la Araucanía Municipalidad de Cunco	Temuco. Cunco
Sistema de formación y capacitación (a nivel regional).	-UFRO: Técnico Universitario en Turismo. -Instituto Santo Tomas: Técnico en Turismo. -INACAP: Área Hotelería, Turismo y Gastronomía.	Temuco.
Disponibilidad de Capital.	-CORFO. -FOSIS. -INDAP. -Banco Estado. -Banco del Desarrollo -SERCOTEC	Cunco. Temuco.
Estrategias de marketing y de zonas de alta demanda turística.	-Parador turístico de Cunco	Cunco
Facilidades fronterizas y aduaneras para el ingreso de turistas.	-Pino Hachado. -Mallín de Icalma. -Icalma. -Añihuarraqui.	Curacautín Curarreuhe Icalma

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.1.2 Demanda turística

Analizar y conocer la demanda turística nos permite realizar una planificación más exacta y efectiva, especialmente cuando hay que elaborar medidas correctivas que enfrenten los problemas derivados de la estacionalidad.

#### 3.1.2.1 Flujo de turistas en la Comuna de Cunco

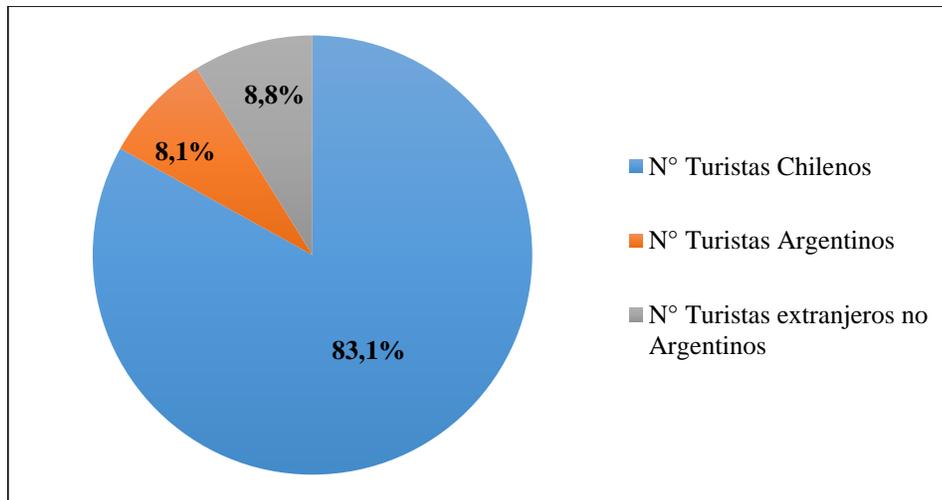
**Cuadro 11** Turistas atendidos en la oficina de información turística de Cunco, año 2012

Mes	N° Turistas	N° Turistas Chilenos	N° Turistas Argentinos	N° Turistas extranjeros no Argentinos	N° Turistas Novena Región	N° Turistas Santiago	N° Turistas Otras Regiones
Enero	1247	1018	146	83	358	324	336
Febrero	2326	2130	107	89	464	801	865
Marzo	281	203	25	53	74	39	90
Abril	348	246	68	34	84	43	119
Mayo	189	166	2	21	84	46	36
Junio	186	137	13	36	47	22	68
Julio	158	106	13	39	32	27	47
Agosto	162	136	14	12	30	39	67
Septiembre	242	206	21	15	78	52	76
Octubre	147	100	21	26	20	37	43
Noviembre	218	149	10	59	98	34	17
Diciembre	139	90	17	32	18	19	53
Total	5643	4687	457	499	1387	1483	1817

**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

El cuadro anterior elaborado con datos del parado turístico de Cunco, muestra los turistas registrados el año 2012. Al analizar la demanda de atención se establece que el número máximo de los visitantes se encuentra en los meses de Enero y Febrero, marcando una fuerte estacionalidad en los meses estivales.

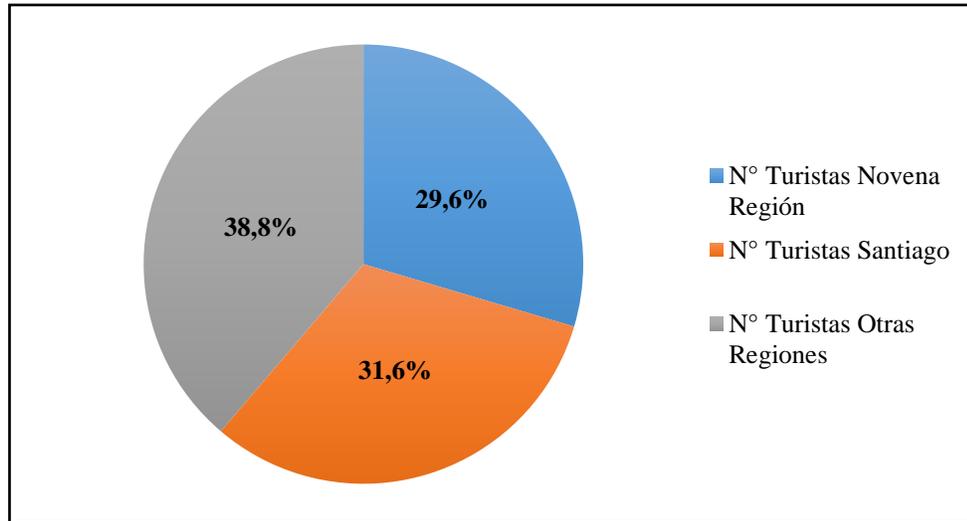
**Gráfico 8** Procedencia de turistas, año 2012



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Con respecto a la procedencia de los turistas que fueron atendidos en el parador turístico de la comuna, el año 2012: un 83,1% proceden de Chile, un 8,8% de Argentina y un 8,1% son turistas extranjeros no argentinos.

**Gráfico 9** Procedencia de turistas chilenos, año 2012



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

De los turistas chilenos que visitaron el parador turístico de la comuna, el año 2012: un 29,6% provienen de la región de La Araucanía, un 31,6 de la Región Metropolitana y un 38% proviene de otras regiones del país.

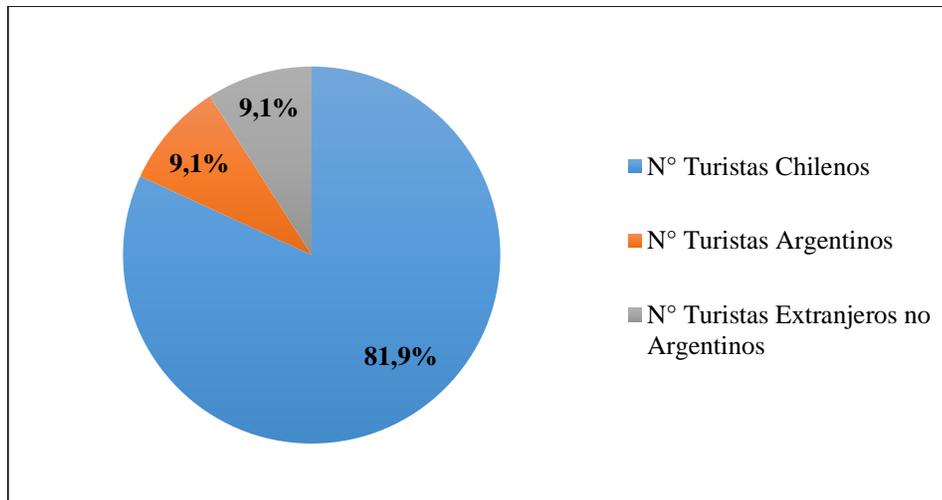
A continuación se presenta la tabla del Número de turistas atendidos en la oficina de información turística, año 2013:

**Cuadro 12** N° de turistas atendidos en la oficina de información turística, año 2013

Mes	N° Turistas	N° Turistas Chilenos	N° Turistas Argentinos	N° Turistas Extranjeros no Argentinos	N° Turistas Novena Región	N° Turistas Santiago	N° Turistas Otras Regiones
Enero	777	703	60	14	260	254	189
Febrero	818	702	60	56	185	305	212
Marzo	129	103	18	8	25	42	36
Abril	93	43	19	31	30	2	11
Mayo	85	41	17	27	13	10	18
Junio	43	41	0	2	15	26	0
Julio	102	87	8	7	50	8	29
Agosto	48	44	2	2	14	24	6
Septiembre	36	36	0	0	3	14	19
Octubre	48	5	9	34	0	1	4
Noviembre	29	23	2	4	13	7	3
Diciembre	63	31	11	21	18	8	5
Total	2271	1859	206	206	626	701	532

**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

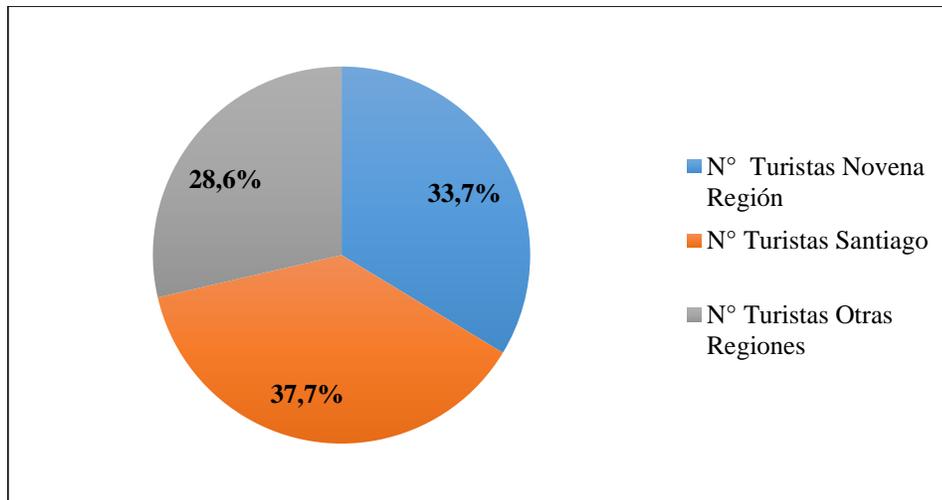
**Gráfico 10** Procedencia de turistas, año 2013



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Con respecto a la procedencia de los turistas que fueron atendidos en el parador turístico de la comuna el año 2013: un 81,9% proceden de Chile, un 9,1 % de Argentina y un 9,1% son turistas extranjeros no argentinos.

**Gráfico 11** Procedencia de los turistas chilenos, año 2013



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Con relación al año 2013, los turistas chilenos que visitaron el parador turístico fueron, en primer lugar, procedentes la región metropolitana, seguidos de la Región de la Araucanía y el resto proveniente de otras regiones del país.

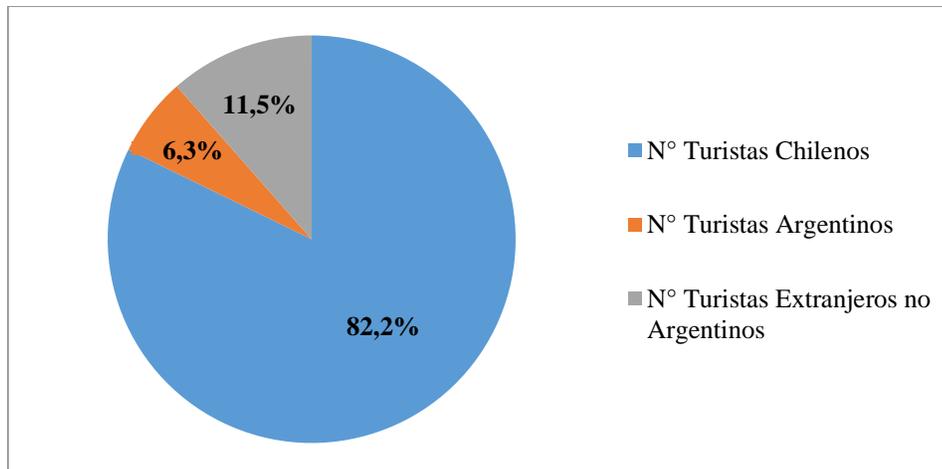
A continuación se muestra la tabla del Número de turistas atendidos en la oficina de información turística en el año 2014:

**Cuadro 13** Número de turistas atendidos el año 2014

Mes	N° turistas	N° turistas chilenos	N° turistas argentinos	N° turistas extranjeros no Argentinos	N° turistas Novena región	N° turistas Santiago.	N° turistas otras regiones
Enero	509	408	51	50	81	182	145
Febrero	1275	1101	36	138	417	438	246
Marzo	82	52	8	22	6	20	26
Abril	68	56	8	4	37	4	15
Mayo	52	46	6	0	20	23	3
Junio	86	73	13	0	35	29	9
Julio	115	95	8	12	32	13	50
Agosto	55	50	5	0	20	19	11
Septiembre	51	38	8	5	17	13	8
Octubre	116	91	4	21	20	24	47
Noviembre	84	69	3	12	2	17	50
Diciembre	47	10	9	28	2	2	6
Total	2540	2089	159	292	689	784	616

**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

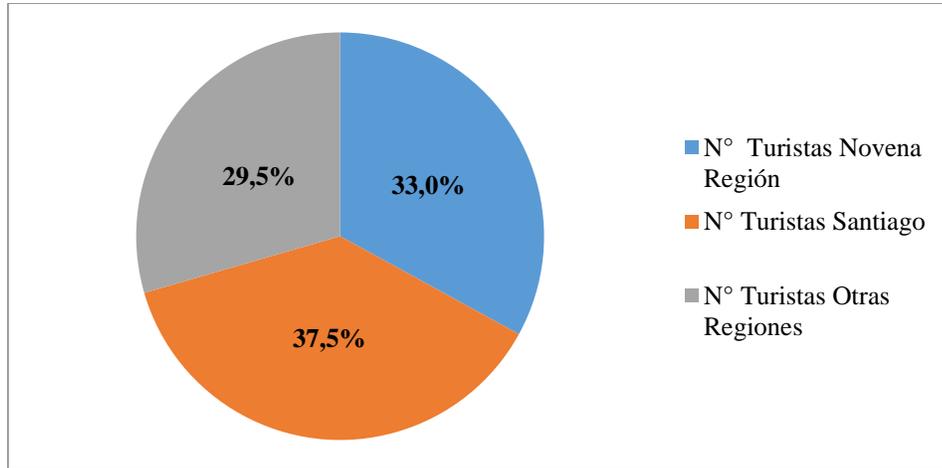
**Gráfico 12** Procedencia de los turistas, año 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Al igual que los años anteriores, al 2014, el origen de los turistas que visitaron el parador turístico de la comuna en un 82,2% son Chilenos, un 11,5% son turistas extranjeros no argentinos y por último en 6,3% argentinos. Esto significa una disminución de los turistas argentinos respecto los años 2012 y 2013.

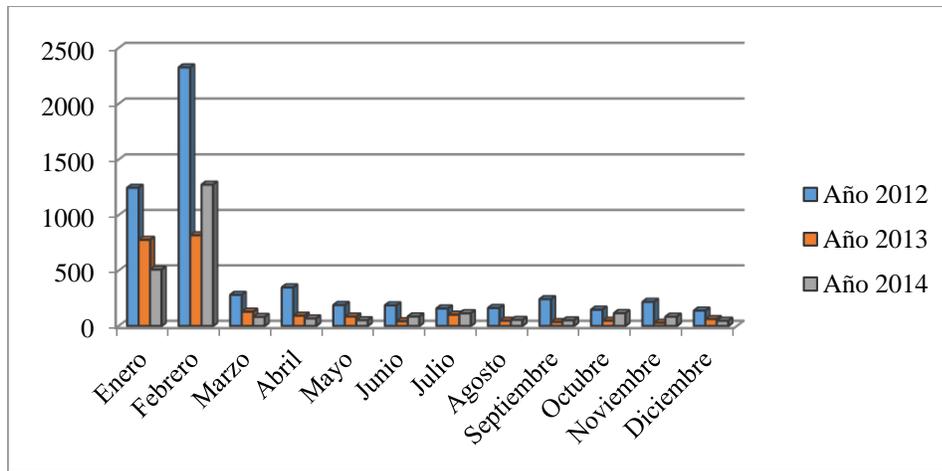
**Gráfico 13** Procedencia de los turistas Chilenos, año 2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

Los turistas chilenos que visitaron el parador turístico el año 2014, fueron un 37,5% son provenientes de la región metropolitana, un 33,0% de la región de la Araucanía y por último un 29,5% provienen de las restantes regiones del país.

**Gráfico 14** Turistas atendidos, años 2012-2013-2014

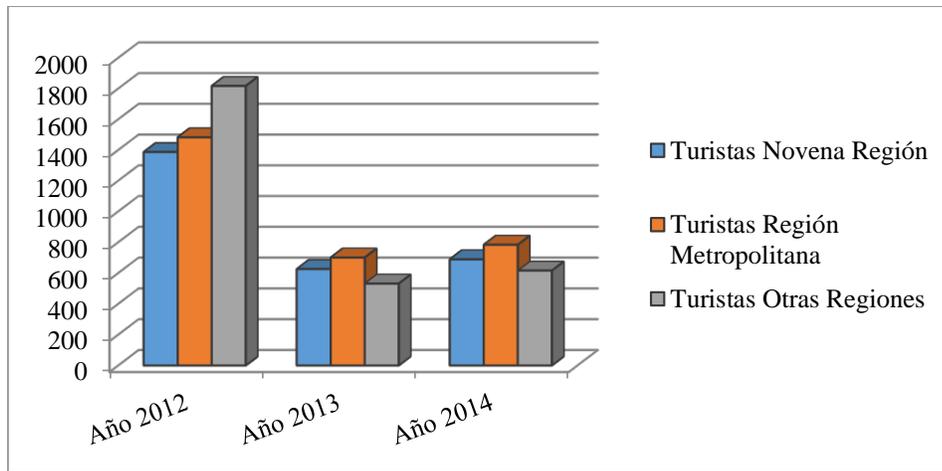


**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

De los turistas atendidos en la oficina de información turística durante los años 2012, 2013 y 2014 se pueden apreciar una clara tendencia a la baja. Manteniéndose el máximo de visitas durante los meses de Enero y Febrero.

Debemos tener en consideración los horarios de atención: para el año 2012 no existe información, para el año 2013 el horario de atención fue 8:30 a 22:00 horas de lunes a domingo y el año 2014 lunes a viernes el horario fue 8:30 a 20:00 horas. Esta situación dificulta el estudio, debido a que no se cuenta con datos uniformes que permitan elaborar un análisis más sistemático.

**Gráfico 15** Turistas nacionales atendidos, años 2012-2013-2014



**Fuente:** Elaboración propia a partir de información entregada por la Municipalidad de Cunco.

De los turistas nacionales atendidos en el parador turístico durante los años analizados, se puede observar una disminución durante los años 2013 y 2014 respecto al año 2012.

Debemos señalar que los turistas provenientes de la Región de la Araucanía (Novena Región) representan un tercio del total de los turistas nacionales, siendo una región con menos habitantes que la Región Metropolitana y bastante menor que el conjunto de otras regiones. Esto se debe principalmente por la proximidad del destino turístico y los bajos costo de transporte.

### 3.1.2.2 Ingreso de visitantes chilenos y extranjeros al Parque Nacional Conguillio

Cunco se encuentra en la principal ruta de acceso al Parque Nacional Conguillio, uno de los sitios más visitados del país. Resulta relevante analizar los datos del número de visitantes parque ya que conforman una demanda potencial.

Entre los años 2006 y 2013 el número de visitantes ha crecido en más de 15 veces de 4.934 a 81.739 personas, según los Informes de Estadísticas de Visitas de CONAF.

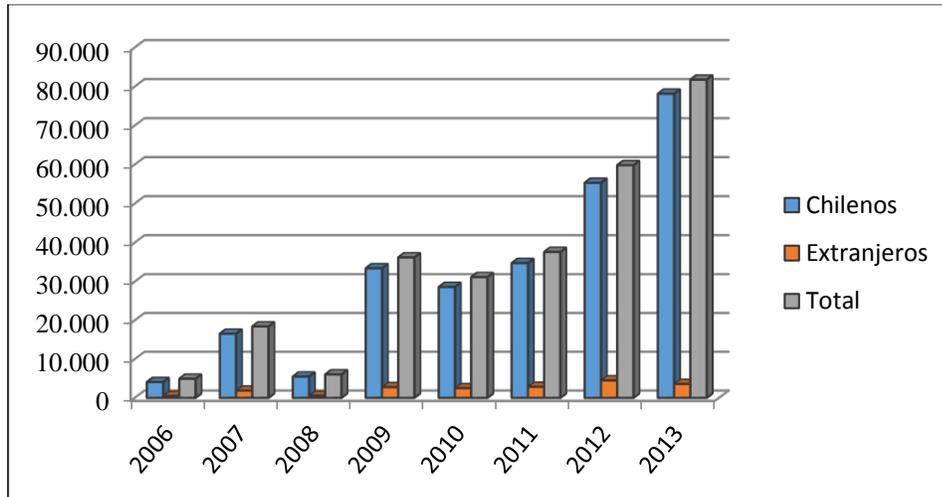
**Cuadro 14** Turistas que ingresan al Parque Conguillio

Turista	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Chilenos	4.090	16.545	5.494	33.412	28.612	34.742	55.318	78.150
Extranjeros	488	1.878	554	2.782	2.517	2.851	4.505	3589
Total	4.934	18.423	6.048	36.194	31.129	37.593	59.823	81.739

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Estadísticas de Visitación CONAF.

A continuación se presenta un gráfico con el número de visitantes al Parque Nacional Conguillio:

**Gráfico 16** Turistas que visitan el Parque Conguillio 2006 al 2013



**Fuente:** Elaboración propia a partir de Estadísticas de Visitación CONAF.

Los visitantes ingresan por el acceso sur al Parque Nacional Conguillio debido a la no existencia de peajes en la ruta Temuco–Conguillio.

Durante el año 2008 se ve una disminución en el ingreso al parque, provocada por a la erupción del Volcán Llaima; se restringió el paso a los visitantes durante algunos meses del año.

### 3.2 Diagnóstico Participativo

El diagnóstico de un destino turístico es fundamental al momento de realizar una planificación, por cuanto pretende dar a conocer el estado actual de la actividad para que desde allí se generen lineamientos y acciones que potencien e turismo.

En esta la información recopilada se basa en la opinión por los diferentes actores involucrados con el turismo quienes mencionan posibles elementos favorables, potencialidades y proyectos

Las organizaciones que participaron bajo la modalidad Grupo Focal son las siguientes:

**Cuadro 15** Organizaciones participantes de Grupo Focal

Tipo de Organización	Nombre de la Organización
Agrupación de Juntas de Vecinos	Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Cunco.
Taller Laboral	El Rosal.
Taller Laboral	Millaray – Leufuche.
Asociación Comunal Mapuche	Zaki Mapu (Tierra Querida).
Bomberos	Segunda Compañía del Cuerpo de Bomberos de Cunco.
Club Deportivos	Clubes Deportivos Comunales.

**Fuente:** Elaboración propia.

Los representantes que participaron bajo la modalidad Entrevista son los siguientes:

**Cuadro 16** Representantes participantes de la modalidad entrevista

Cargo / Pertenece a	Nombre
Alcalde de la Municipalidad de Cunco.	Alfonso Coke Candia.
Concejal. Matrona Hospital Eduardo González Galeno.	Marcia Espinoza Muñoz.
Presidenta Comunidad Indígena Trafleufu. Emprendedora de turismo Artesanal Textil.	Rossana Cayuman Rain.
Suboficial Mayor de Carabineros .	Jorge Ramírez Bruce.
Ex presidente de la Cámara de Comercio y Turismo.	Nelson Vásquez Aedo.
Dirección de Obras Municipales.	Clara Alarcón Alarcón.
Empresariado turístico local.	Pablo Valdebenito.
Artesano local en madera.	Alfonso Moya.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.2.1 Análisis FODA

La elaboración de una planificación turística plantea, como requisito la aplicación de una metodología que sea capaz de realizar un diagnóstico claro y fidedigno con el fin de establecer prioridades de intervención en el destino.

Para el presente estudio, se utiliza el análisis DAFO (FODA: Fortalezas, oportunidades, Debilidades y Amenazas) el que entregará los aspectos positivos y negativos del destino por medio de un diagnóstico de las características internas y externas de la comuna.

- ✓ **Debilidades:** Son los aspectos internos controlables que influyen o influirán negativamente en el desarrollo del turismo en la comuna.
- ✓ **Fortalezas:** Son los aspectos internos controlables que influyen o influirán positivamente en el desarrollo del turismo en la comuna.
- ✓ **Amenazas:** Son los aspectos externos incontrolables que influyen o influirán negativamente en el desarrollo del turismo en la comuna.
- ✓ **Oportunidades:** Son los aspectos externos incontrolables que influyen o influirán positivamente en el desarrollo del turismo en la comuna.

A continuación se presentará el análisis FODA realizado en base a la participación de los diferentes actores locales que componen la actividad turística.

3.2.1.1 Características Internas

**Cuadro 17** Debilidades

Ámbito de análisis	Debilidad
<i>Atractivos-productos turísticos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Imagen turística inexistente en la comuna.</li> <li>✓ Marcada estacionalidad turística.</li> <li>✓ Falta de valoración de los atractivos turísticos.</li> </ul>
<i>Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de un Plan de Marketing que permita promocionar el destino turístico en el mercado nacional.</li> </ul>
<i>Calidad de Servicios</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Escasa profesionalización de los servicios turísticos ofrecidos.</li> <li>✓ Gran variación de los precios entre los servicios ofrecidos en el territorio.</li> <li>✓ Falta de una red de alcantarillado y agua potable en zonas rurales potencialmente turísticas.</li> </ul>
<i>Ordenamiento territorial y medio ambiente</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Explotación desordenada, poco sustentable y ocupación de espacios potencialmente turísticos por parte de las diferentes actividades económicas que se desarrollan en la comuna (Piscicultura, actividad forestal, hidroeléctrica).</li> <li>✓ Deficiente fiscalización para el cumplimiento del artículo 13 del decreto de Ley N° 1.939, que regula el Acceso a playas ríos y Lagos.</li> <li>✓ Normativas y Ordenanzas vigentes no regulan de forma eficaz la actividad comercial y turística.</li> <li>✓ Deficiencias de ordenamiento y zonificación urbana.</li> <li>✓ Inexistencia de un relato estratégico entre los elementos urbanos y arquitectónicos.</li> </ul>

Ámbito de análisis	Debilidad
<i>Información</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Deficiente información de los servicios turísticos de la comuna.</li> <li>✓ Desconocimiento de los atractivos turísticos por parte de la comunidad.</li> <li>✓ Parador turístico ineficiente (Mala atención, Horario discontinuado y escasa información sobre los atractivos).</li> </ul>
<i>Infraestructura turística</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Difícil acceso y conectividad a algunos puntos turísticos de la comuna.</li> <li>✓ Exigua señalización turística y vial que den a conocer los atractivos, accesos y servicios turísticos de la comuna.</li> <li>✓ Falta de espacios adecuados para la exposición y venta de productos en la comuna (artesanía, frutas y hortalizas).</li> </ul>
<i>Fortalecimiento institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico comunal.</li> <li>✓ Inexistencia de una dirección, departamento o unidad de turismo en la municipalidad.</li> <li>✓ Nula asociatividad entre los diferentes actores (empresarios , organismos públicos, ONGs , comunidad)</li> <li>✓ Falta de una estrategia de desarrollo del destino.</li> </ul>
<i>Salud y seguridad</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de señaléticas que adviertan los peligros en zonas naturales.</li> <li>✓ Ausencia de implementos que permitan un rescate subacuático.</li> <li>✓ Carencia de personal capacitado en idiomas.</li> <li>✓ Escases de personal de seguridad para cubrir el territorio comunal.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

**Cuadro 18** Fortalezas

Ámbito de análisis	Fortalezas
Atractivos-productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia de un diverso patrimonio natural que incluye cuerpos de agua, bosques nativos, flora y fauna endémicas, y geografía precordillerana.</li> <li>✓ Amplio territorio comunal que pertenece a la Reserva de la Biósfera Las Araucarias.</li> <li>✓ Incipiente desarrollo de la pesca deportiva en el Río Allipén.</li> <li>✓ Atractivo histórico Cultural pronto a ser declarado monumento histórico (Localidad de Villa García).</li> <li>✓ Presencia importante de comunidades indígenas en la zona de alto valor cultural.</li> <li>✓ Comestibles endémicos propios de la zona con gran potencial gastronómico (Digüeños, Nalcas, Changles).</li> <li>✓ Existencia de aguas termales.</li> <li>✓ La comuna integra la ruta Internacional Temuco-Icalma y la ruta Inter-lagos.</li> </ul>
Calidad de Servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia empresas con interés en obtener certificados de calidad.</li> </ul>
Fomento productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diversos talleres laborales dedicados a la producción de artesanías.</li> </ul>
Ordenamiento territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Consenso de los diferentes actores en la necesidad de realizar un reordenamiento territorial.</li> </ul>
Información	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia de un parador turístico.</li> </ul>
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hospitalidad de los residentes de la comuna respecto a la llegada de turistas.</li> <li>✓ Existencia de microempresarios con experiencia en el sector turístico.</li> </ul>
Infraestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se cuenta con un museo antropológico.</li> <li>✓ Se cuenta con centros termales acondicionados para el público.</li> <li>✓ Habilitación de la ruta Cunco – Lago Colico.</li> </ul>
Fortalecimiento Institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia de experiencia de coordinación entre privados.</li> </ul>

Fuente. Elaboración propia.

### 3.2.1.2 Características Externas

#### **Cuadro 19** Amenazas

- ✓ Fuerte competencia turística con destinos cercanos como: Pucón, Melipeuco, Villarrica, Caburgua, Lonquimay, Icalma, Curacautín, Lican-Ray, entre otros.
- ✓ Masificación de las actividades productivas incompatibles con el turismo (Forestales, piscicultura, centrales de paso e hidroeléctricas).
- ✓ Contaminación de los recursos hídricos debido al ejercicio de la piscicultura.
- ✓ Destrucción del bosque nativo a consecuencia de la expansión de la actividad forestal.
- ✓ Pérdida exponencial de la identidad indígena (Costumbres, lengua, conocimiento gastronómico, relatos, entre otros) en la Región de la Araucanía.

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **Cuadro 20** Oportunidades

- ✓ Estabilidad política del país con respecto a otros destinos sudamericanos.
- ✓ Demanda creciente del turismo de intereses especiales.
- ✓ Mejoras en la conectividad terrestre y aérea de la región.
- ✓ Fortalecimiento de programas de financiamiento público que buscan fomentar el emprendimiento.
- ✓ Constante flujo de turistas en la zona.
- ✓ Comunas binacionales colindantes de interés turístico.
- ✓ Existencia de programas de gobiernos que fomentan la actividad turística.
- ✓ Organismos públicos, de índole regional y nacionales, reconocen que la actividad turística es un eje importante en la Región de la Araucanía.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.2.2 Elementos para una declaración estratégica

En el marco de Diagnóstico Participativo, se recopila una serie de elementos e ideas que permiten elaborar una declaración estratégica. A continuación se presenta una síntesis:

- ✓ Cusco reconocido como una comuna turística.
- ✓ Destino reconocido por la amabilidad con el foráneo.
- ✓ Destino reconocido por su dinamismo.
- ✓ Destino capaz de satisfacer bien la demanda turística.
- ✓ Destino reconocido por el desarrollo de su potencial turístico.
- ✓ Destino reconocido por el desarrollo de un turismo étnico.
- ✓ Destino reconocido por su turismo sustentable.
- ✓ Destino reconocido por potenciar sus atractivos turísticos.
- ✓ Destino reconocido por el desarrollo sustentable de un turismo de intereses especiales.
- ✓ Alta calidad en los servicios turísticos.

## CAPÍTULO 4 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La elaboración y desarrollo de estrategias es fundamental para el éxito de cualquier actividad económica, por cuanto es un proceso sistemático que entrega líneas de acción que deben aplicar los actores participantes, para lograr los objetivos de desarrollo.

Cunco cuenta con una serie de potencialidades que llevan a impulsar la actividad turística, de las que destacan los atractivos naturales y culturales. Sin embargo al momento de comparar su desempeño con otros destinos cercanos, se aprecia que éste se encuentra en la etapa Introducción del Ciclo Evolutivo, limitándose solo a ser un corredor o una comuna de “Paso” (Denominada así por los residentes). Es bajo este contexto donde nace el interés por desarrollar y aplicar técnicas de gestión que permitan ejercer la actividad con éxito.

El modelo de gestión aplicado, indica que se debe impulsar una serie de acciones estratégicas con focalización territorial, ya que existe una permanente limitación de recursos humanos y presupuestarios en el sector turístico en general. Así se abordan de mejor manera las problemáticas que impiden el desarrollo del turismo en la comuna.

La elaboración de esta estrategia de focalización implicará el desarrollo de las siguientes acciones:

- ✓ Aplicación de un modelo de gestión integral que esté adaptado a las condiciones locales.
- ✓ Identificación de los temas prioritarios de la localidad.
- ✓ Creación de un ente local de gestión turística.
- ✓ Diseño de un plan estratégico de trabajo con tiempos determinados.
- ✓ Construcción de proyectos y programas que concreten el plan.

En esta etapa, el concepto estrategia se entiende como una serie de esfuerzos sistemáticos que producen decisiones y acciones que forman y dirigen los objetivos para que la comuna se transforme en un destino turístico.

Los resultados arrojados en la etapa de diagnóstico, se emplean para definir una las áreas estratégicas sobre temas prioritarios, las que podrán ser alcanzadas gracias a la elaboración de objetivos y líneas de acción específicos que garanticen su éxito.

Entre las líneas de trabajo que el sector público en conjunto con el sector privado deberá tratar, son las siguientes:

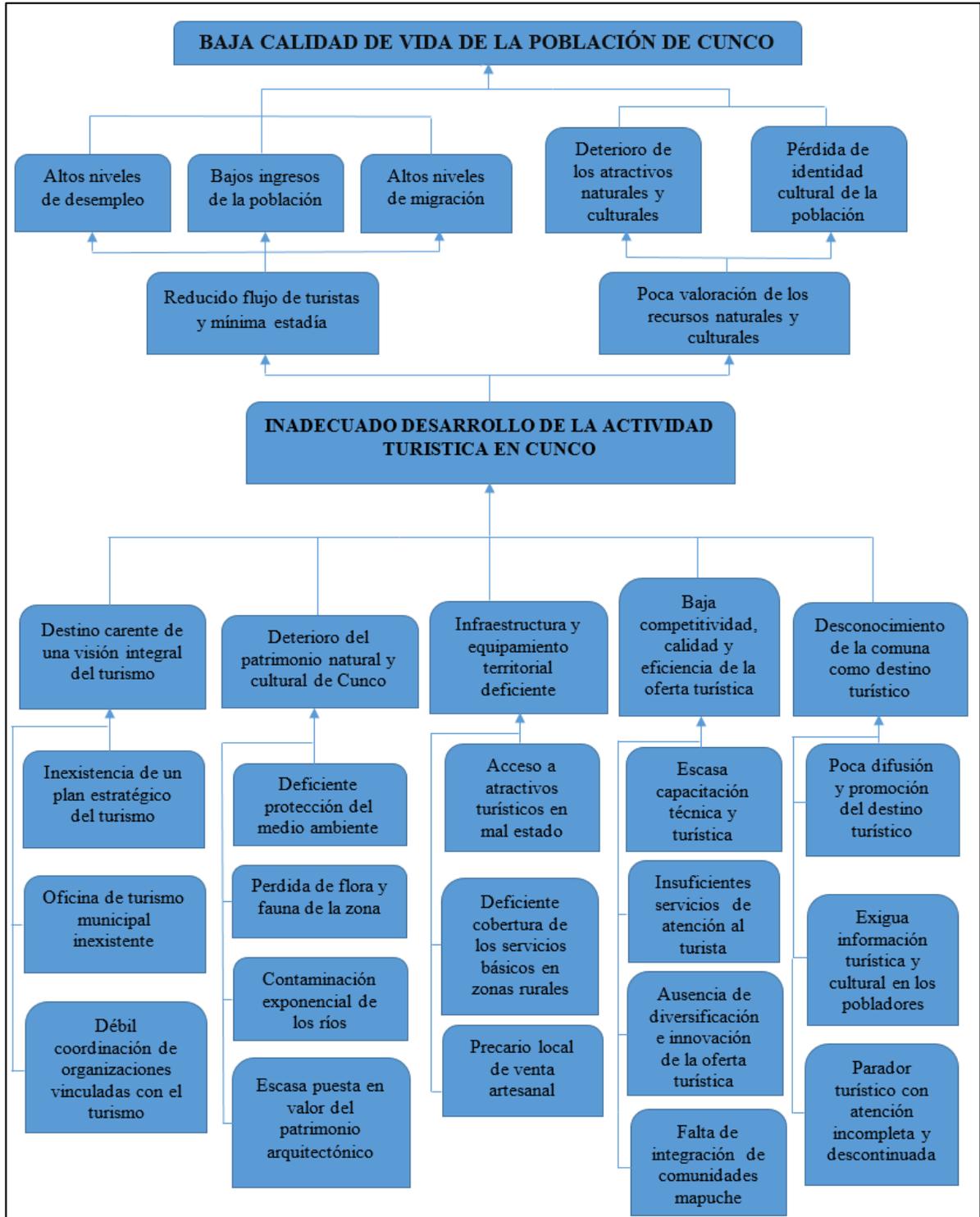
- ✓ Planificación.
- ✓ Medio ambiente.
- ✓ Ordenamiento territorial.
- ✓ Desarrollo de infraestructura pública.
- ✓ Educación turística.
- ✓ Desarrollo de la institucionalidad turística local.
- ✓ Competitividad.
- ✓ Marketing.

### 3.3 Identificación de problemas

El proceso racional de planificación de la actividad turística comienza con análisis de los problemas identificados en el diagnóstico, con la finalidad de establecer de mejor manera los objetivos estratégicos y así definir alternativas de solución. Para ello se llevará a cabo la elaboración de un Árbol de Problemas el que se conforma en base a los siguientes pasos:

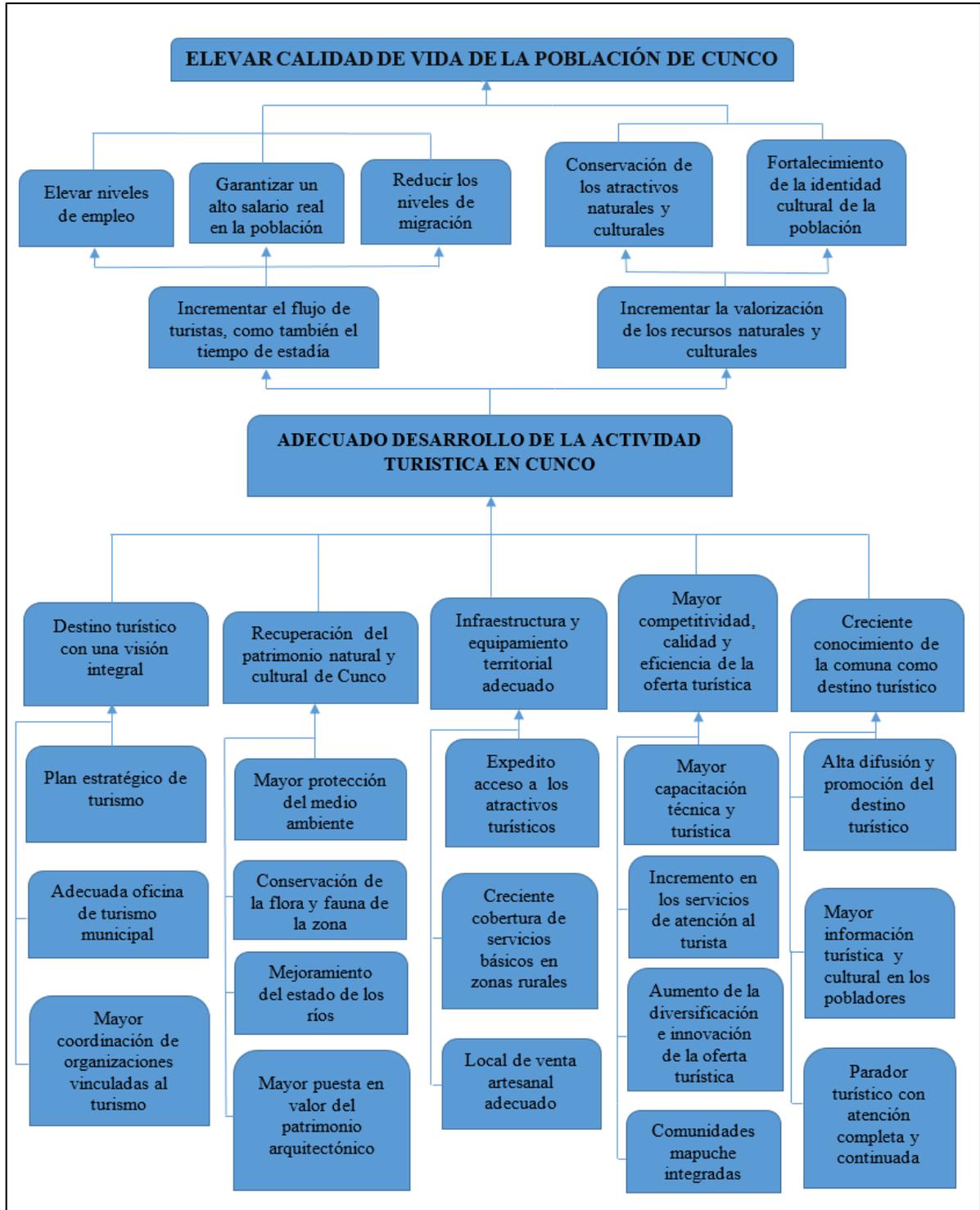
- ✓ Identificar y analizar los principales problemas que afectan el turismo en la comuna.
- ✓ Establecer el problema central que afecta a la comuna analizada.
- ✓ Realizar un orden de los problemas de acuerdo a la gravedad que tiene sus consecuencias.
- ✓ Identificar las causas del problema central.
- ✓ Elaborar un árbol de causas y efectos asociados al problema.

**Figura 8** Árbol de problema (Causa-Efecto)



Fuente: Elaboración propia.

**Figura 9** Árbol de proyectos (Medios y Fines)



Fuente: Elaboración propia.

### 3.4 Visión, Misión e Imagen Objetivo

Este es el segundo proceso de planificación turística, el que considera la definición de la Visión, Misión e Imagen-Objetivo de la comuna en base a las conclusiones sacadas en la etapa de diagnóstico. Esta última colabora con una declaración más realista y participativa, en relación a los recursos con los que se cuenta, las potencialidades que se poseen y el tipo de vocación turística que desean los actores.

A continuación se plantea la misión y visión de la comuna, las que intentan responder las preguntas: dónde quiero estar, cuáles son las necesidades que se cubrirán, cómo se hará (la estrategia) y quiénes compondrán mi mercado meta.

✓ **Imagen objetivo**

La comuna de Cunco busca posicionarse como un destino turístico en donde la naturaleza, las tradiciones rurales e indígenas se conjugan de manera óptima para el desarrollo de un turismo de intereses especiales, el que estará respaldado por la grata hospitalidad de los residentes, una oferta turística de calidad y la promoción del uso sustentable de los recursos y atractivos turísticos.

✓ **Visión**

Ser un destino turístico que promueva el desarrollo sustentable en la comuna y potencie la identidad cultural.

✓ **Misión**

Cunco es una comuna que satisface a turistas de origen nacional e internacional, que buscan nuevas experiencias, por medio de servicios diferenciados que alberguen el patrimonio natural con la multiculturalidad de la Región de la Araucanía.

### 3.5 Lineamientos estratégicos

A continuación se mencionan y describen cada uno de los lineamientos estratégicos elaborados para el PLADETUR, realizados en base a los problemas y potencialidades descubiertos en el diagnóstico y que deberán ser desarrollados por el municipio local.

- ✓ **L1 Asociatividad:** Este lineamiento pretende generar estructuras organizacionales que sean capaz de reunir a los diferentes actores participantes en la actividad, con el fin de dinamizar el desarrollo del turismo en la comuna.
- ✓ **L2 Patrimonio:** Este lineamiento tiene como fin gestionar la protección del patrimonio natural y cultural por medio de la promoción de la sustentabilidad en las actividades productivas desarrolladas en la comuna.
- ✓ **L3 Infraestructura:** Este lineamiento tiene como fin gestionar la creación de infraestructura y equipamiento territorial que sea capaz potenciar las actividades productivas relacionadas directa e indirectamente con el desarrollo del turismo.
- ✓ **L4 Oferta:** El foco de este lineamiento es desarrollar una red de oferta turística de alta calidad, diversificada e innovadora que permita a la comuna en el largo plazo ser competitiva y eficiente en el uso de sus recursos.
- ✓ **L5 Promoción:** Este lineamiento está orientado a la promoción del destino turístico por medio de herramientas que entrega el marketing para aumentar el flujo de turistas, prolongar su estadía y aumentar su gasto promedio diario.

### 3.6 Matriz de Marco Lógico

Proyecto : **Plan de Desarrollo Turístico para la comuna de Cunco, Provincia de Cautín, Región de la Araucanía.**

Tiempo de ejecución : **2015 – 2018**

**Matriz 1** Marco Lógico Plan de Desarrollo Turístico para la comuna de Cunco

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>Fin:</b> Contribuir al desarrollo económico y social mediante actividad turística en la comuna de Cunco, potenciando sus atractivos naturales y culturales.</p>	<p>-Variación en el Índice de Desarrollo Humano (IDH).</p>	<p>-Informe de desarrollo humano año 2018. Elaborado por el Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo.</p>	<p>-Estabilidad económica, social y política en el país. -Mayor participación del turismo en el sector económico.</p>
<p><b>Propósito:</b> La comuna de Cunco se ha establecido como destino turístico.</p>	<p>-Incremento en el N° de visitantes al año 2018. -Incremento en la inversión pública y privada en el turismo. -Incremento en las ventas de las empresas.</p>	<p>-Estudios de líneas de Base a partir de Datos recolectados en el parador turístico. -Reportes estadísticos comunales, BCN. -Impuesto a la renta registrado en las empresas locales.</p>	<p>-Políticas públicas favorables para la competitividad del sector turístico.</p>

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>Componente 1:</b></p> <p><b>Asociatividad</b></p> <p>Los diversos actores de la comuna cuentan con instancias de asociación.</p>	<p>-Existencias de instancias formales de asociatividad.</p> <p>-% de población local interesada en la actividad turística.</p>	<p>-Estudios de línea de base elaborados por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Interés de la comunidad por participar en la actividad turística.</p>
<b>Actividades del componente 1</b>			
<p><b>1.1</b> Creación de una unidad de turismo en la municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Grado de ejecución del departamento de turismo.</p>	<p>-Informes entregados por Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Existencia de interés por parte de las autoridades por tener un Departamento Municipal de Turismo.</p>
<p><b>1.2</b> Reagrupación de la Cámara de Comercio y Turismo de Cunco.</p>	<p>-Existencia de una Cámara de Comercio y Turismo.</p>	<p>-Acta de constitución de Cámara de Comercio y Turismo de la comuna de Cunco.</p>	<p>- Existencia de interés por asociarse.</p>
<p><b>1.3</b> Integración de los diferentes actores (comunidad, empresarios, ONGs, etc.) en la actividad turística.</p>	<p>-N° de mesas de coordinación ejecutadas por año.</p>	<p>Estudios de línea de base. Elaborados por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Existencia de interés por mantener grados de coordinación.</p>

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>Componente 2:</b></p> <p><b>Patrimonio</b></p> <p>Conservación del patrimonio natural y cultural.</p>	<p>-% de áreas y sitios recuperados.</p> <p>-% de población local interesada en preservar el patrimonio.</p>	<p>-Catastro y Evaluación de los Recursos Vegetaciones Nativos de Chile, (CONAF).</p> <p>-Encuestas de línea de Base. Elaborados por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Las autoridades y comunidad muestran interés por participar de las actividades.</p>
<b>Actividades del componente 2</b>			
<p><b>2.1</b> Desarrollo de plan de acción para la recuperación del patrimonio natural y cultural.</p>	<p>-Existencia de un plan de acción para la recuperación del patrimonio natural y cultural.</p>	<p>Informe de actividades y reportes de la Municipalidad de Cunco.</p>	
<p><b>2.2</b> Creación de una dirección de medio ambiente municipal.</p>	<p>-Grado de ejecución de la Dirección de Medio Ambiente Municipal.</p> <p>-Número de iniciativas proyectadas y ejecutadas.</p>	<p>Informes entregados por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Existe interés de las autoridades por tener una Dirección de Medio Ambiente Municipal.</p>

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<b>2.3</b> Generación de resoluciones municipales en favor del Patrimonio Natural.	-Catastro de resoluciones municipales de Patrimonio Natural.	-Publicación de resolución Municipalidad de Cunco.	-Se cuenta con un apoyo suficiente para generar resoluciones municipales.
<b>2.4</b> Mejoramiento y aumento de la Fiscalización municipal.	-% de personal municipal destinado a la fiscalización. -Frecuencia de la fiscalización municipal. -Total de infracciones.	-Informes entregados por la Municipalidad de Cunco.	-Existencia de recursos para los programas.
<b>2.5</b> Apoyo, fomento y promoción a la Reserva de la Biósfera de las Araucarias.	-Existencia de un plan de apoyo, fomento y promoción a la Reserva de la Biósfera de las Araucarias.	-Informe de actividades y reportes de la Municipalidad de Cunco.	-Existencia de recursos para los programas.
<b>2.6</b> Educación y difusión de cultura medioambiental en la comunidad.	-Existencia de programas de educación y difusión medioambiental.	-Informes de programas, testimonios.	-La comunidad expresa interés por la educación y el cuidado del medio ambiente.

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>2.7</b> Concientización histórica, cultural y ecológica en los habitantes de la comuna.</p>	<p>-Existencia de programas de concientización histórica, cultural y ecológica.</p>	<p>-Informes de programas, testimonios.</p>	<p>-Existencia de recursos para los programas.</p>
<p><b>2.8</b> Desarrollo de programas de reciclaje y tratamiento de residuos.</p>	<p>-Existencia de programas de reciclajes y tratamientos de residuos. -% de inversión municipal en tratamientos de residuos y reciclaje.</p>	<p>-Informe elaborados por la Municipalidad de Cunco. -Asignaciones presupuestarias de la Municipalidad de Cunco.</p>	
<p><b>2.9</b> Recuperación y puesta en valor del patrimonio arquitectónico comunal (Villa García, South Dakota, Parroquia Los Laureles).</p>	<p>-% de recuperación del patrimonio arquitectónico.</p>	<p>-Barrido de elementos urbanos de relevancia histórica elaborados por el Municipio.</p>	
<p><b>Componente 3:</b> <b>Infraestructura</b> La comuna cuenta con infraestructura que da soporte a la actividad turística.</p>	<p>-N° de obras de infraestructura realizadas. -% de inversión en proyectos turísticos.</p>	<p>-Informes elaborados por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-El Estado aumenta significativamente cada año el presupuesto en infraestructura.</p>

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<b>Actividades del Componente 3</b>			
<p><b>3.1</b> Gestión y apoyo al mejoramiento, mantención y pavimentación de la Ruta Inter-Lagos, Ruta S-69, Ruta S-335 y Rutas secundarias de la comuna.</p>	<p>-Kms. pavimentados cada año.</p>	<p>-Catastro elaborado por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Las inversiones de las distintas actividades están contempladas en los presupuestos.</p>
<p><b>3.2</b> Generación y habilitación de senderos con potencial turístico, red integrada de ciclo vías y acceso público a playas.</p>	<p>-Kms. de ciclo vías construidos cada año. -Kms. de senderos habilitados cada año.</p>	<p>-Catastro elaborado por la Municipalidad de Cunco.</p>	<p>-Municipio genera proyectos de inversión.</p>
<p><b>3.3</b> Implementación y mejoramiento del Parador turístico, Mercado artesanal, miradores y equipamiento de balnearios.</p>	<p>-Existencia de Parador turístico, mercado artesanal, miradores y equipamiento de balnearios. -Catastro de Paradores turísticos, mercados artesanales, miradores y equipamiento de balnearios. -% de inversión en proyectos turísticos.</p>	<p>-Catastro elaborado por la Municipalidad de Cunco.</p>	

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>3.4</b> Diseño e implementación de mobiliario urbano y publicidad con criterios de identidad local.</p>	<p>-Existencia y grado de ejecución de proyecto de mobiliario urbano y publicidad con criterios de identidad local.</p>	<p>-Informes de progreso semestral y final del ejecutor.</p>	<p>-Existencia de financiamiento público.</p>
<p><b>3.5</b> Saneamiento de servicios básicos en zonas rurales (alcantarillado, agua potable y energía).</p>	<p>-% de población con acceso alcantarillado, agua potable. -% de población con acceso a energía.</p>	<p>-Informe elaborado por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo.</p>	<p>-Existencia de proyectos sectoriales.</p>
<p><b>3.6</b> Mejoramiento del transporte público (Horarios y Frecuencias).</p>	<p>-Número de recorridos incorporados cada año. -Número de servicios de transportes que conecten los atractivos turísticos de la zona.</p>	<p>-Encuesta de satisfacción elaborada por la Municipalidad de Cunco, testimonios.</p>	<p>-Existencia de interés de empresas de transporte.</p>

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>Componente 4 :</b></p> <p><b>Oferta</b></p> <p>Competitividad, calidad y eficiencia de la oferta turística.</p>	<p>-Grado de satisfacción del turista ante el producto ofrecido.</p> <p>-% de lugares de interés integrados a la oferta local.</p>	<p>-Encuestas de satisfacción elaborada por el municipio.</p> <p>-Inversiones registradas en los Reportes estadísticos comunales del BCN.</p> <p>-Censo de actividades empresariales.</p>	<p>-Los diversos actores de la comuna adquieren conciencia para desarrollar una actividad turística competitiva, sustentable e innovadora.</p>
<b>Actividades del Componente 4</b>			
<p><b>4.1</b> Desarrollo de una agenda que promueva la innovación y diversificación de la oferta turística:</p> <p><b>(a)</b> Apoyo al programa ‘Territorio integrado de turismo de intereses especiales en el territorio andino lacustre’ <b>(b)</b> Desarrollo de turismo comunitario rural y mapuche <b>(c)</b> Fomento a proyectos eco turísticos <b>(d)</b> Proyectos que impulsen la accesibilidad a personas con discapacidad y movilidad reducida.</p>	<p>-Catastro de proyectos o programas turísticos ofertados.</p> <p>-Grado de implementación de los proyectos o programas turísticos ofertados.</p>	<p>-Informes de progresos semestrales y finales del ejecutor.</p>	<p>-Existe una oferta turística suficiente.</p>

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
4.2 Desarrollo de productos turísticos sustentables.	-Catastro de productos turísticos sostenibles.	-Informe elaborados por la Municipalidad de Cunco.	
4.3 Capacitación a los diferentes actores del sector turístico (gastronomía, idiomas, guías turísticos, etc.).	-Nivel de instrucción del personal empleado en servicios turísticos. -% de personas capacitadas en servicios turísticos.	-Informes de actividades, reportes, testimonio. -Material didáctico, fotos.	-Se supone que gran parte de los actores están interesados de participar en las capacitaciones.
4.4 Desarrollo de un modelo de comercialización para los encadenamientos con las Pymes.	-Tasa de crecimiento anual de las ventas de productos artesanales y turísticos.	-Existencia del modelo de comercialización para la Pymes comunales.	
4.5 Apoyo y fomento a sellos de calidad turística.	-Existencia de un sello de calidad turística.	-Registro de oferta turística con sello de Calidad Turística gestionadas por SERNATUR.	-Los oferentes turísticos demuestran su interés y entusiasmo por tener el sello de calidad turística.

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
4.6 Programa Vacaciones de Tercera Edad, Giras de Estudio.	-Convenios firmados y ejecutados por SERNATUR.	-Convenios firmados entre Municipalidad y el Programa Vacaciones de Tercera Edad, Giras de Estudio de SERNATUR.	
<b>Componente 5: Promoción.</b> Se ha promovido la comuna de Cunco como un destino turístico regional, nacional e internacional.	-% de turistas que arriban a la zona se incrementa. -Incremento del gasto medio del turista al término del plan.	-Promoción del destino turístico en actividades asociados a SERNATUR.	-Los actores responsables utilizan distintas herramientas de marketing para posicionar el producto turístico.
<b>Actividades del componente 5</b>			
5.1 Diseño y ejecución de un Plan Anual de Medios regional, nacional e internacional.	-Existencia de un plan anual de medio.	-Número de Actividades proyectadas en el plan anual de medios.	
5.2 Producción de material promocional e informativo, gráfico y audiovisual por tipo de turismo.	-Existencia de material de difusión. -N° de material de difusión producido y entregado.	-Material didáctico, fotos, videos.	

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<b>5.3</b> Participación en acciones promocionales de turismo de tipo presencial.	-Número de ferias de turismo, rurales y/o indígenas asistidas.	-Asistencia a ferias registradas por la municipalidad.	
<b>5.4</b> Desarrollo de una estrategia de marketing directo que siga y fidelice la demanda turística.	-Existencia de la estrategia.	-Información de la demanda elaborada en base a la estrategia.	
<b>5.5</b> Desarrollo de una estrategia de marketing directo con sus productos.	-Existencia de un plan de marketing directo con los productos definidos.	-Informe de gestión de las acciones contempladas en el plan.	
<b>5.6</b> Ejecución de visita de medios especializados, operadores y agencias de turismo.	-Número de medios especializados, operadores y agencias que visitaron la comuna (Ej. Agencias de turismo)	-Informe de las acciones realizadas con los visitantes.	

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.7 Matriz de identificación Proyectos-Iniciativas

#### 3.7.1 Asociatividad

**Matriz 2** Lineamiento Estratégico: Asociatividad

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Crear asociatividad entre los diferentes actores tanto públicos, privados, comunidad y ONG'S.	Establecer instancias de coordinación entre los actores público-privado vinculados directa e indirectamente con el desarrollo del turismo.	-Proyecto Departamento de Turismo Municipal.	-Dirección de Desarrollo Comunitario Municipal.	Departamento municipal encargado de la gestión, facilitación y promoción de la actividad turística en la comuna.	- Grado de ejecución del departamento de turismo. -Porcentaje de proyectos programados y ejecutados al término del plan, por el departamento municipal. -Mesas de diálogo ejecutadas cada año.
	Generar instancias de articulación eficaz entre los diferentes actores socio-productivos vinculados con el desarrollo turístico.	Reagrupación de la Cámara de Comercio y Turismo.	-Empresario de la Comuna y Municipalidad	Se cuenta con una organización capaz de gestionar temáticas relacionada con el turismo, desde el sector empresarial.	-Identificación de organizaciones socio-productivas existentes - Existencia de una cámara de comercio y turismo. -Porcentaje de proyectos programados y ejecutados. -Número de Reuniones cada año.

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
<p>Crear asociatividad entre los diferentes actores tanto públicos, privados, comunidad y ONGs.</p>	<p>Integración de los diferentes actores (comunidad, empresarios, ONGs, etc.) en la actividad turística.</p>	<p>-Programa de integración en la actividad turística.</p>	<p>-Municipalidad. -Comunidad. -Empresarios. -ONGs.</p>	<p>Los actores comunales cuentan instancias de asociatividad que permiten coherencia y entendimiento en los diversos proyectos y programas.</p>	<p>-Número de mesas de diálogos ejecutadas por año.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.7.2 Patrimonio

**Matriz 3** Lineamiento Estratégico: Patrimonio

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Generar herramientas que contribuyan a la protección de los recursos naturales y culturales.	Gestionar desde la municipalidad, herramientas que promuevan la preservación, conservación y recuperación del medio ambiente y patrimonio natural existente en la comuna.	Desarrollo de plan de acción para la recuperación del patrimonio natural y cultural.	-Municipalidad.	-La comuna cuenta con un plan de acción para la recuperación del patrimonio.	- Existencia de un plan de acción para la recuperación del patrimonio natural y cultural.
		Proyecto Creación Dirección de Medio Ambiente Municipal.	-Alcaldía -Secretaría de Planificación Municipal.	-Mayor especialización en la protección y cuidado del medio ambiente. -Promoción de la sustentabilidad en las actividades productivas.	-Grado de ejecución de la Dirección de Medio Ambiente Municipal. -Número de iniciativas proyectadas y ejecutadas.
		Programa Mejoramiento de la Gestión Fiscalizadora de la Ordenanza Municipal de Desarrollo turístico sustentable y derechos municipales.	-Municipalidad -CONAF (Zonas protegidas).	-Mayor cumplimiento de la ordenanza y los decretos municipales. -Mayor protección de los atractivos turísticos.	-Grado de implementación de la Ordenanza Municipal - % de personal municipal destinado a la fiscalización. -Frecuencia de la fiscalización municipal. -Total de infracciones.

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores- Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Generar herramientas que contribuyan a la protección de los recursos naturales y culturales.	Articulación institucional que gestione y difunda la Reserva de la Biósfera Las Araucarias.	Proyecto apoyo, Fomento y promoción de la Reserva de la Biósfera Las Araucarias.	-Municipalidad -Comunidad -Consejo de Gestión de Reserva de la Biósfera Las Araucarias.	En la comuna existe una protección institucional a la red de Reserva de la Biósfera Las Araucarias. La red cuenta con una amplia difusión entre la comunidad y los turistas.	- Existencia de un plan de apoyo, fomento y promoción a la Reserva de la Biósfera de las Araucarias.
	Educación, cultura medioambiental y cuidado del Patrimonio en la comunidad.	Educación y difusión de cultura medioambiental en la comunidad.	-Municipalidad. -Centros Educativos. -Comunidades.	Comunidad conoce la importancia de la protección del medio ambiente.	-Existencia de programas de educación y difusión medioambiental.
		Concientización histórica, cultural y ecológica en los habitantes de la comuna.	-Municipalidad. -Comunidades.	La comunidad conocedora de sus raíces históricas.	-Existencia de programas de concientización histórica, cultural y ecológica.
		-Campaña de Reciclaje Comunitaria. -Reforestación de Bosques Nativos participativa.	-Municipalidad. -Centros Educativos. -Comunidades -Visitantes.	Comunidad conoce la importancia de la protección del medio ambiente.	Existencia de programas de educación y difusión medioambiental.

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
<p>Generar herramientas que contribuyan a la protección de los recursos naturales y culturales.</p>	<p>Rescate y puesta en valor del Patrimonio comunal.</p>	<p>-Proyecto Catastro y Puesta en Valor del patrimonio cultural de Cunco. -Proyecto Puesta en valor Patrimonio Arquitectónico y Cultural de Villa García, South Dakota y Parroquia Los Laureles. -Proyecto Puesta en Valor y Rescate de Patrimonio Natural de la comuna. -Proyecto Rescate de la Historia Ferroviaria de Cunco.</p>	<p>-SERVIU, -Ministerio de Bienes Nacionales. - Municipalidad.</p>	<p>La comuna cuenta con una red Patrimonio cultural arquitectónico y natural de buena calidad.</p>	<p>-Número de proyectos ejecutados por año. -Inversión en rescate patrimonial por año. -Grado de implementación de proyectos. -% de recuperación del patrimonio arquitectónico.</p>

Fuente: Elaboración propia.

3.7.3 Infraestructura

**Matriz 4** Lineamiento Estratégico: Infraestructura

Objetivo	Descripción	Proyecto -Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Generar políticas de mejoramiento y habilitación de infraestructura pública-privada e implementos de soporte para la actividad turística.	Gestionar y apoyar proyecto de conectividad comunal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pavimentación de la Ruta Interlagos.</li> <li>-Pavimentación Ruta S-69 que conecta (Conexión Sur).</li> <li>-Pavimentación ruta S-335 (Conexión Norte).</li> <li>- Mejoramiento de la red secundaria de caminos.</li> <li>-Mejoramiento de accesos a riveras del rio Allipén.</li> <li>-Generación de acceso público a playas del Lago Colico.</li> <li>-Diseño y habilitación de senderos de potenciales atractivos turísticos.</li> <li>- Generación de red integrada de ciclovías.</li> <li>-Mantenimiento anual de rutas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-MOP.</li> <li>-MINVU.</li> <li>-SERNATUR.</li> <li>-CONAF.</li> <li>-GORE.</li> <li>-Secretaría de Planificación Municipal.</li> <li>-Dirección de Obra Municipal</li> <li>-Senderos de Chile.</li> </ul>	<p>La comuna cuenta con rutas de acceso expedito a los atractivos turísticos, articulados a su vez con los diferentes corredores intercomunales durante todo el año.</p> <p>Además, se fortalece la realización de actividades relacionadas con Trekking, cicloturismo, senderismo, observación de flora y fauna, fotografía, pesca deportiva, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Grado de Proyectos ejecutados por año.</li> <li>-Km pavimentados al año.</li> <li>-Inversión en infraestructura y equipamiento territorial por año (I\$/año).</li> <li>-Km de Ciclovías construidos por año.</li> <li>-Número de Senderos construidos por año.</li> </ul>

Objetivo	Descripción	Proyecto -Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
<p>Generar políticas de mejoramiento y habilitación de infraestructura pública-privada e implementos de soporte para la actividad turística.</p>	<p>Implementar o mejorar equipamiento turístico de la comuna.</p>	<p>-Proyecto Mejoramiento Parador Turístico. -Proyecto Mercado Artesanos -Proyecto Miradores Cunco. -Proyecto Habilitación, Mejoramiento y Equipamiento Playas Lago Colico-Caburgua.</p>	<p>-MOP. -Secretaria de Planificación Municipales. -Dirección de Obras Municipal.</p>	<p>La comuna cuenta con obras que dan acogida a la actividad turística en centros urbanos y en los atractivos mismos.</p>	<p>-Existencia de Parador, mercado, miradores y equipamiento de balnearios.  -Catastro de Paradores turísticos, mercados artesanales, miradores y equipamiento de balnearios.  -Número de m<sup>2</sup> construidos en las riberas lacustres para uso turístico.</p>

Objetivo	Descripción	Proyecto -Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
<p>Generar políticas de mejoramiento y habilitación de infraestructura pública-privada e implementos de soporte para la actividad turística.</p>	<p>Diseñar e implementar inmobiliario urbano con criterios de identidad local.</p>	<p>-Proyecto ‘Diseño Prototipo’ de señalética e equipamiento urbano con identidad local.                      -Proyecto Señalética Urbana y Vial con ‘Diseño Prototipo’                      -Proyecto Señalética Turística con ‘Diseño Prototipo’                      -Proyecto Señalética y Publicidad con Elementos del ‘Diseño Prototipo’                      -Proyecto Identidad Local en Espacios Públicos con ‘Diseño Prototipo’.</p>	<p>-MINVU.                      -MOP.                      -CONASET.                      -GORE.                      -SUBDERE.                      -Aseo y Ornato.                      -Dirección de tránsito.                      -Alcaldía y Concejo municipal.</p>	<p>La comuna cuenta con señaléticas público-privadas uniformes bajo el ‘Diseño Prototipo’.</p> <p>Los atractivos y circuitos turísticos de la comuna cuentan con equipamientos bajo el ‘Diseño Prototipo’.</p>	<p>-Existencia y grado de ejecución de proyecto de mobiliario urbano y publicidad con criterios de identidad local.</p> <p>-Grado de proyectos ejecutados cada año.</p> <p>-Número de señaléticas construidas por año.</p> <p>-% de señaléticas privadas con ‘Diseño Prototipo’.</p>

Objetivo	Descripción	Proyecto -Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Generar políticas de mejoramiento y habilitación de infraestructura pública-privada e implementos de soporte para la actividad turística.	Implementar Red de servicios básicos en zonas rurales.	-Proyecto Red de Agua Potable en zonas rurales. -Proyecto Cobertura de Red de alcantarillado en zonas rurales. -Proyecto Cobertura de servicio de energía.	-Dirección de Obras Hidráulicas. -Ministerio de Energía. -Municipalidad.	Zonas rurales de la comuna mantienen una red de servicios básicos que les permite el desarrollo de servicios turístico.	-% de zonas rurales con red de agua potable.  -% de zonas rurales con red de alcantarillado.  -% de zonas rurales con red de alcantarillado.
	Mejorar el servicio de transporte público.	-Proyecto Mejoras en Transporte Público (Horarios y frecuencias)	-Subsecretaria de Transporte y Telecomunicaciones. -Empresas privadas de Transporte.	Se cuenta con transporte público, cuyos horarios y frecuencias permiten al turista el acceso flexible a la comuna como también a los diferentes puntos turísticos de la zona.	-Número de recorridos incorporados cada año. -Horario del último bus Temuco-Cunco.  -Número de servicios de transportes que conecten los atractivos turísticos de la zona.

Fuente: Elaboración propia.

3.7.4 Oferta

**Matriz 5** Lineamiento Estratégico: Oferta

Objetivo	Descripción	Proyecto- Iniciativa	Colaboradores- Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Generar una oferta turística de alta calidad, diversificada e innovadora, lo que permitirá a la comuna en el largo plazo ser competitiva y eficiente en sus recursos.	Agenda de innovación y diversificación de la oferta de servicios turísticos.	-Proyecto Apoyo al ‘Programa Territorial Integrado de Turismo de Intereses Especiales en el Territorio Andino Lacustre’. -Proyecto Desarrollo y Articulación del Turismo Mapuche. -Proyecto Gestión de Apoyo al Turismo Rural: Programa de Desarrollo Local (PRODESAL). -Proyecto Accesibilidad a Personas con Discapacidad y Movilidad Reducida. -Proyecto Fomento de Ecoturismo. -Programa de Desarrollo de Inversiones y Servicios de Asesoría Técnica. -Desarrollo de productos turísticos sostenibles.	-INDAP. -CORFO. -SERCOTEC. -ProChile. -SERNATUR. -Subsecretaria de Turismo. -SENADIS. -Municipalidad.	La comuna ha ampliado su oferta turística bajo criterios de innovación y diversificación, relacionados directamente con la identidad local y sus atractivos turísticos	-Grado de implementación de los proyectos.  - Catastro de proyectos o programas turísticos ofertados.

Objetivo	Descripción	Proyecto- Iniciativa	Colaboradores- Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Generar una oferta turística de alta calidad, diversificada e innovadora, lo que permitirá a la comuna en el largo plazo ser competitiva y eficiente en sus recursos.	Capacitar a los diferentes actores involucrados con la actividad turística.	-Proyecto Capacitación a los prestadores de servicios turísticos.	-Municipalidad. -CHILEVALORA. -SERNATUR. -SERCOTEC.	La comuna cuenta con capital humano capacitado y con mayores competencias (Gastronomía, idiomas, guías turísticos, etc.).	- Nivel de instrucción del personal empleado en servicios turísticos.  -Número de Personas Bilingüe.
	Desarrollo de un modelo de comercio para Pymes.	-Proyecto de un modelo de comercialización de las Pymes.	-UDEL. -Artesanos. -Empresarios.	Cunco potencia productos artesanales y Pymes.	-Tasa de crecimiento anual de las ventas de productos artesanales y turísticos.
	Desarrollo e impulso de Sellos de Calidad Turística	-Proyecto apoyo y Fomento al Sello de Calidad Turística.	-CORFO. -SERNATUR. -SERNAM. -Municipalidad.	Los productos ofrecidos por la comuna han mejorado en calidad, por medio del fomento de estándares.	- Existencia de un sello de calidad turística.
	Desarrollo de nuevos segmentos de mercado.	-Programa Giras de estudios y Tercera edad.	-SERNATUR.	La comuna de Cunco desarrolla productos turísticos que logran captar nuevos segmentos de mercados.	-Convenios firmados y ejecutados por SERNATUR.

Fuente: Elaboración propia.

3.7.5 Marketing

**Matriz 6** Lineamiento Estratégico: Promoción

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Gestionar la actividad turística con herramientas de Marketing.	Desarrollo de una estrategia de marketing directo que siga y fidelice la demanda turística.	-Proyecto Elaboración de un Plan de Marketing Turístico.	-SERNATUR. -Municipalidad.	Se cuenta con objetivos comerciales turísticos definidos, junto a sus respectivas estrategias y acciones que complementan el PLADETUR.	- Existencia de un plan de Marketing comunal.
	Producir material promocional e informativo, gráfico y audiovisual por tipo de turismo.	-Proyecto Producción de material de difusión (Videos, imágenes, trípticos, etc.) que aborde la comuna como destino turístico sostenible.	-SERNATUR -Municipalidad -Empresarios Locales.	Se cuenta con un amplio espectro de material turístico que le ha permitido a la comuna ser conocida como un destino turístico.	- Existencia de material de difusión.  -Número de videos, imágenes, trípticos producidos y repartidos.

Objetivo	Descripción	Proyecto - Iniciativa	Colaboradores - Financistas	Resultados Esperados	Indicador
Gestionar la actividad turística con herramientas de Marketing.	Participación en acciones promocionales de turismo de tipo presencial.	-Proyecto Cunco en Ferias y exposiciones turística nacional e internacional.	-Administración Municipal -Subsecretaría de Turismo -Empresarios y Artesanos locales.	El flujo de visitantes ha aumentado debido a la promoción y difusión que se ha realizado en Ferias de turismo nacionales e internacionales.	-Catastro de ferias y exposiciones turísticas donde participe el destino.
	Extensión (Días y horas) en la atención del parador turístico y con personal capacitado.	- Extensión en la atención del parador turístico (Días y horas).	-Municipalidad.	El parador turístico que posee la comuna de Cunco, tiene una atención al turista acorde a las necesidades del visitante.	- N° de horas durante la semana con atención al turista.

Fuente: Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

A continuación se detallarán las conclusiones extraídas de los análisis realizados en el presente proyecto de investigación, las que se clasifican en dos partes. La primera contiene el análisis final para cada objetivo específico, mientras que la segunda corresponde a la conclusión general de la investigación.

El primer objetivo propuso la elaboración de un marco teórico que pudiese sustentar el Plan de desarrollo turístico, para lo cual se citó y enfrentó literatura académica que definiese conceptos fundamentales de la administración, como la planificación y la estrategia. Más adelante se introdujo el concepto de turismo para señalar la importancia de la actividad económica a nivel internacional nacional y regional, como forma de obtener beneficios sociales a través de la creación de empleos, difusión de cultura y protección del medio ambiente,

El segundo objetivo se orienta a analizar los aspectos comunales de Cunco, destacándose los siguientes datos pertenecientes a la caracterización territorial:

- ✓ Cunco posee una posición geográfica privilegiada por cuanto se ubica en plena zona precordillerana de la región de la Araucanía, rica en paisajes, flora y fauna.
- ✓ La composición demográfica de la comuna revela una población predominantemente rural, en parte indígena o de descendientes.
- ✓ La situación de pobreza en Cunco se mantiene en los 27 puntos porcentuales, cifra que representa más del doble de lo registrado a nivel nacional.
- ✓ La actividad turística desarrollada en la comuna tiene su base en dos tipos de motivaciones: Ocio, Recreo, Vacaciones, y la de Visita a Parientes, Amigos.

El tercer objetivo planteó la idea de conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en Cunco. Esto se logró gracias a la información obtenida con las técnicas de recolección primaria y secundaria. Aquí se recurrió a documentos, informes, publicaciones, y datos locales que entregaron información específica de la comuna como por ejemplo los inventarios de oferta y demanda. Posteriormente se realizó un diagnóstico participativo en base a grupos focales y entrevistas, en el que se incluyó importantes representantes de la comuna como: la Unión comunal de Juntas de Vecinos, talleres laborales, comunidades mapuches, pequeñas y medianas empresas de la zona, y funcionarios en general. Allí se plantearon las problemáticas visualizadas en la comuna con respecto al turismo, sus posibles soluciones y se esbozaron ideas para la elaboración de la visión de la comuna.

El cuarto objetivo da inicio al proceso de planificación donde se definieron las directrices estratégicas necesarias que debe tener en cuenta la comuna para establecerse como destino turístico. La elaboración fue realizada considerando las opiniones recolectadas en la fase de diagnóstico, la que estuvo compuesta por los siguientes elementos:

- ✓ **Imagen-objetivo:** Se realizó conceptualmente los atractivos turísticos naturales y culturales de la comuna, los cuales deben ser gestionados por un sector público y una oferta que busque continuamente la sustentabilidad del rubro.
- ✓ **Visión:** Se contempló como finalidad la generación de mejoras en la calidad de vida de los habitantes de Cunco, fortaleciendo un turismo sustentable.
- ✓ **Misión:** Se integró el concepto de gestión estratégica como herramienta fundamental para una actividad turística con resultados en el bienestar social.

Al igual que el punto anterior, el quinto objetivo se desarrolla en la etapa planificación, en donde se establecen los objetivos, estrategias y actividades a realizar para lograr un desarrollo turístico. Se definieron puntos críticos detectados en la etapa de diagnóstico, destacándose una deficiente planificación turística comunal, débil institucionalidad del turismo en la localidad y escasa conservación del patrimonio natural y cultural de la comuna.

En la última etapa se concreta el proceso de planificación, donde se definió en base a los objetivos y estrategias, un conjunto de acciones, actividades, iniciativas y proyectos que permitirán a la comuna gestionar de manera estratégica el turismo. Se comenzó con la elaboración de un árbol de problema que identificó los elementos negativos existente en el turismo, y un árbol de proyectos que definió los aspectos positivos de una situación deseada por los actores. A partir de ello se establecieron los siguientes lineamientos estratégicos:

- ✓ Asociatividad.
- ✓ Patrimonio.
- ✓ Infraestructura.
- ✓ Oferta.
- ✓ Marketing.

Lo anterior sentó las bases finales para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de Cunco, el que fue elaborado para efectos de la evaluación desde el reflejo actual del programa. Los objetivos que contiene el plan son los siguientes:

- ✓ **Fin:** Mencionó la necesidad de contribuir al desarrollo económico y social mediante el turismo, potenciando los atractivos naturales y culturales que posee Cunco.
- ✓ **Propósito:** Establecer la comuna de Cunco como destino turístico.
- ✓ **Componente 1:** Identificó la asociación de los actores principal objetivo a desarrollar.
- ✓ **Componente 2:** Destacó la importancia de conservar el patrimonio natural y cultural.
- ✓ **Componente 3:** Tomó la infraestructura de soporte turístico como un bien importante.
- ✓ **Componente 4:** Determinó el desarrollo de una oferta turística que sea capaz de trabajar en base a la competitividad, calidad y eficiencia.
- ✓ **Componente 5:** Señaló la importancia de implementar herramientas del marketing.
- ✓ **Actividades:** Se desarrollaron en base a los componentes al que pertenecen. Estas entregan las líneas acciones a seguir en el plan.

Para finalizar, se desarrollaron matrices de identificación de proyectos e iniciativas segregadas de acuerdo a los lineamientos estratégicos identificados anteriormente.

En ella se detalló la descripción de cada conjunto de proyectos, los posibles colaboradores-financistas, los resultados esperados, y los indicadores, que aportarían en la evaluación y control del plan estratégico.

### *Conclusión general*

En Chile, la consideración del turismo en la política económica puede generar alto impacto en el desarrollo local, regional, y nacional. Ello incluiría necesariamente el posicionamiento competitivo de los destinos turísticos nacionales como una forma de responder a la desatada competencia internacional por atraer flujos de turistas. Al igual que en el país, la región de la Araucanía ha tenido un desarrollo del turismo destacable, potenciando sus atractivos naturales y culturales por medio de gestiones realizadas entre el sector público y privado. Ejemplo de ello se encuentran los grandes centros turísticos, como Pucón, Villarrica, Caburgua. Sin embargo, pese al gran flujo de turistas de la zona, la comuna de Cunco, cercana geográficamente a los destinos mencionados, no ha logrado desarrollar un turismo de importancia para la economía local. De ahí nace la necesidad de elaborar un Plan de Desarrollo que gestione el turismo de forma eficiente y que lo vuelva sostenible en el tiempo.

Hay que tener en cuenta la importancia de conformar asociaciones turísticas competitivas, conducidas y respaldadas por el sector público. Para ello es importante que las autoridades locales se concienticen sobre las potencialidades del turismo, y luego establezca una serie de compromisos ligados a la gestión del turismo, detallados extensamente en el proyecto.

El plan estratégico elaborado en la investigación es un punto crítico de impacto en la comunidad, que genera beneficios sociales, no solo aumentando sus ingresos, sino también lograr mejoras en la calidad de vida, por medio del cuidado del medio ambiente y el refuerzo de la identidad cultural local, volviéndose necesario que todos los actores se comprometan con un desarrollo comunal integral -con esmeros- sin desconocer nunca que cualquier forma que pretenda conseguir un fin noble, debe tener medios claros y justos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Regional Desarrollo Productivo. (Marzo de 2009). *Repositorio Digital, CORFO*.  
Obtenido de <http://repositoriodigital.corfo.cl/handle/11373/8306>
- Albuquerque, F. (11 de 6 de 2007). *TEORÍA Y PRÁCTICA DEL ENFOQUE DEL DESARROLLO LOCAL*. Obtenido de  
<http://www.eumed.net/rev/oidles/00/Albuquerque.htm>
- Arriagada, P. . (1996). *Incidencia de turismo en el desarrollo económico*. . Memoria, Universidad del Bío Bío, Escuela de Ingeniería Comercial, Concepción. Recuperado el 02 de Septiembre de 2013
- BCN. (26 de julio de 2006). *Biblioteca del Congreso Nacional*. Obtenido de Ley Organica Constitucional N° 18.695: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693>
- Biblioteca Congreso Nacional. (2012). *Reportes estadístico comunales : BCN*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de BCN:  
[http://reportescomunales.bcn.cl/2012/index.php/Cunco#Poblaci.C3.B3n\\_total\\_2002\\_y\\_proyectada\\_2012\\_INE](http://reportescomunales.bcn.cl/2012/index.php/Cunco#Poblaci.C3.B3n_total_2002_y_proyectada_2012_INE)
- Biblioteca del Congreso Nacional. (26 de Julio de 2006). *Ley Chile : BCN*. Recuperado el 03 de Septiembre de 2013, de BCN: [www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693](http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693)
- Biblioteca del Congreso Nacional. (12 de Febrero de 2010). *BCN*. Obtenido de Ley 20.423: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1010960>
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. London, England: Tourism Management .
- Carrasco, K. (2009). *Estrategias para el desarrollo del sector turístico de la comuna de Contulmo, en el marco del desarrollo económico local*. Memoria, Universidad del Bío Bío, Escuela de Ingeniería Comercial, Concepción. Recuperado el 03 de Septiembre de 2013
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Admnsitracion* (Septima Edición ed.). Mexico D.F: McGraw-Hill Interamericana.

- Comisión Económica para América Latina. (2001). *CEPAL*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de [http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/7791/LCL1549E\\_cap01.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/7791/LCL1549E_cap01.pdf)
- Corporación de Fomento de la Producción. (2006). *Repositorio digital CORFO*. Obtenido de <http://repositoriodigital.corfo.cl/bitstream/handle/123456789/8306/AGENDA%20REGIONAL%20DE%20DESARROLLO%20PRODUCTIVO%20DE%20ARAUCANIA.pdf?sequence=1>
- Dess, G., Lumpkin, T., & Eisner, A. (2011). *Administración Estratégica*. Mexico D.F , Mexico: McGraw Hill.
- Etimologías de Chile*. (31 de Diciembre de 2009). Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?estrategia>
- Federacion Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (20 de Mayo de 2006). *Feptce*. Obtenido de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=61](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61)
- Fundación Interamericana. (2009). *RedeAmérica*. Obtenido de [http://www.redeamerica.org/guias/guiaeducacion/gestion\\_a.html](http://www.redeamerica.org/guias/guiaeducacion/gestion_a.html)
- Fundacion Sendero de Chile. (22 de 3 de 2014). *Fundacion Sendero de Chile*. Obtenido de <http://www.senderodechile.cl/fundacion/>
- Garrido, S. (2004). *Dirección Estratégica*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Hernandez, J. R. (2012). *Administración Estratégica*. Mexico D.F: Alfaomega.
- Herrera, A. T. (2001). *Cunco y su comuna, Crónicas históricas*. Cunco, Chile: Spring.
- Ilustre Municipalidad de Valdivia. (15 de Octubre de 2011). *Municipalidad de Valdivia*. Obtenido de Plan de Desarrollo Turístico - Comuna de Valdivia: [www.munivaldivia.cl/doctos/plan\\_regulador/pladetur\\_valdivia1.pdf](http://www.munivaldivia.cl/doctos/plan_regulador/pladetur_valdivia1.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas. (28 de Marzo de 2012). *Reportes Comunales : Biblioteca del Congreso Nacional*. Recuperado el Septiembre de 03 de 2013, de BCN WEB SITE: <http://reportescomunales.bcn.cl/2013/index.php/Cunco/Poblaci%C3%B3n>

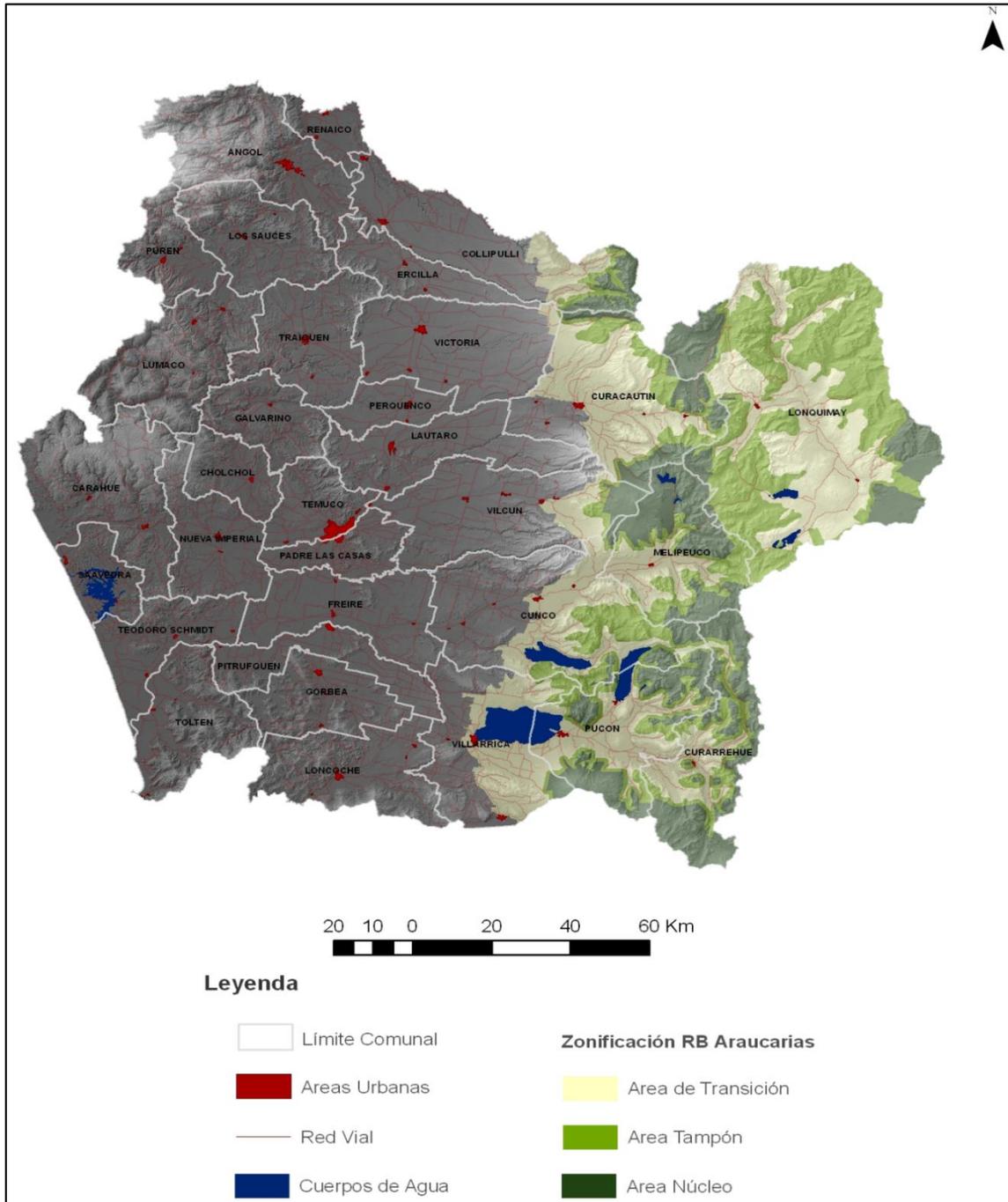
- Johnson, G., K. S. (2006). *Dirección Estratégica*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. . (1992). *Mercadotecnia en localidades*. Mexico DF: Diana.
- Kotler,P.D. H. (1994). *Mercadotecnia de localidades*. Mexico: Diana.
- Kotler,P. J. B. (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Naucalpan de Juárez, Edo. de México: Prentice Hall.
- Krippendorf, J. (1971). *Marketing et Tourisme* . Berna: Herbert Lang .
- Ministerio de Obras Públicas. (27 de 05 de 2010). *Viabilidad*. Recuperado el 03 de 07 de 2014, de <http://www.vialidad.cl/proyectos/RedInterlagos/Paginas/default.aspx>
- Ministerio de Planificación y Cooperación. (05 de Octubre de 1993). Ley N° 19.253. *Ley Chile - Biblioteca del Congreso Nacional*. Santiago. Obtenido de <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=30620>
- Minsegpres. (2010). *Minsegpres*. Obtenido de [http://www.minsegpres.gob.cl/wp-content/uploads/files/Plan\\_Araucania.pdf](http://www.minsegpres.gob.cl/wp-content/uploads/files/Plan_Araucania.pdf)
- OMT. (2010). *UNWTO : Organización Mundial de turismo*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2013, de <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>
- Oñate, F. M. (1994). *Marketing Turístico*. Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces .
- Organizacion Mundial de turismo. (7 de Noviembre de 2004). *UNWTO*. Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de Media Unwto WEB SITE: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de turismo. (2013). *UNWTO : OMT*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2013, de OMT: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_sp\\_lr.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_lr.pdf)
- Organización Mundial de Turismo. (2014). *UNWTO*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

- PROCHILE. (2003). *Chile piensa su inserción internacional desde las regiones. Informe nacional*. Santiago, Chile.
- PROCHILE IX región. (junio de 2006). *Conicyt*. Obtenido de <http://www.conicyt.cl/regional/files/2012/10/cluster-araucania.pdf>
- Real Acedemia Española. (2012). *RAE*. Recuperado el 12 de abril de 2014, de 22.ª Edición: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=planificaci%C3%B3n>
- Red Ciudadana de la Reserva Biósfera Araucarias. (8 de 11 de 2010). *Reserva Biósfera Araucarias*. Obtenido de <http://www.rbaraucarias.cl/que-es-la-rba/>
- Rosario, C. (6 de Noviembre de 2006). *Etimologías de Chile*. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?administracio.n>
- Rue, L., & Byars, L. (2006). *Administración Teoría y Aplicaciones*. Mexico: Alfa y Omega.
- Salinas, E. j. O. (2006). *Turismo y sustentabilidad: De la teoría a la practica en Cuba*. Murcia, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- SERNATUR. (1997). *ANEXOS: Turismo y Gestión Municipal*. Asociación Chilena de Municipalidades.
- SERNATUR. (1997). *Turismo y Gestión Municipal Serie N° 9*. Asociación Chilena de Municipalidades ACHM y SERNATUR.
- SERNATUR. (Mayo de 2008). *SERNATUR*. Obtenido de Modelo Gestión Integral de Destinos Turísticos: <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=456>
- SERNATUR. (15 de Diciembre de 2010). *Sernatur*. Obtenido de ¿Qué hacemos?: <http://www.sernatur.cl/que-hacemos>
- SERNATUR. (2011). *SERNATUR*. Obtenido de Estrategia Nacional de Turismo: <http://www.sernatur.cl/estrategia-nacional-de-turismo>
- SERNATUR, Departamento de Planificación. (2011). *Orientaciones para el Diseño de un PLADETUR*. Santiago.
- Servicio Impuestos Internos. (25 de Septiembre de 2012). *Estadísticas : SII*. Recuperado el 07 de Septiembre de 2013, de <http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>
- Servicio Nacional de Turismo. (2008). *SERNATUR*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2013, de <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=131>

- Servicio Nacional de Turismo. (25 de Mayo de 2011). *Sernatur*. Obtenido de Orientaciones para el diseño un Pladetur: <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=131>
- Servicio Nacional de Turismo. (18 de Febrero de 2011). *SERNATUR*. Obtenido de <http://www.sernatur.cl/politicas-y-planes?did=3>
- Servicio Nacional de Turismo. (2011 de Mayo de 2011). *SERNATUR*. Obtenido de Programa de Turismo Municipal: <http://www.sernatur.cl/programa-de-turismo-municipal>
- Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. (20 de enero de 2012). *Subdere*. Obtenido de Araucanía- Estrategia Regional de Desarrollo 2010-2022: <http://www.subdere.gov.cl/documentacion/araucania-estrategia-regional-de-desarrollo-periodo-2010-2022>
- Travolution . (Abril de 2012). *Turismo Comunitario*. Obtenido de [http://www.turismocomunitario.cl/wp-content/uploads/2013/08/Informe\\_Primer-Encuentro-Nacional-de-TC.pdf](http://www.turismocomunitario.cl/wp-content/uploads/2013/08/Informe_Primer-Encuentro-Nacional-de-TC.pdf)
- Wheelen, T., & Hunger, D. (2007). *Administración Estratégica*. Mexico D.F , Mexico: Pearson educacion.

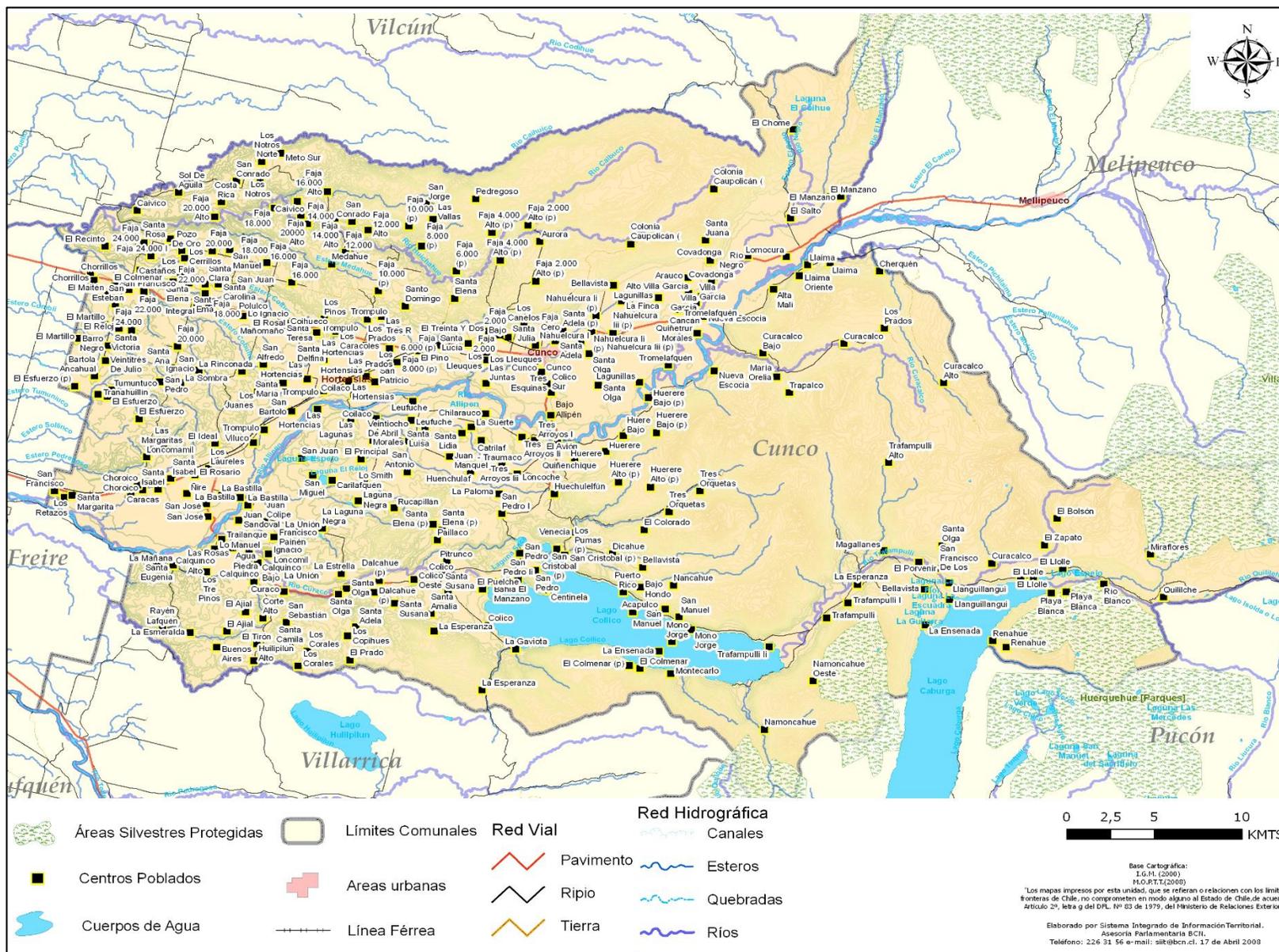
## ANEXO

### Anexo 1 Propuesta de ampliación de la Reserva de Biósfera las Araucarias de la Región de la Araucanía



Fuente: Red Ciudadana de la Reserva Biósfera Araucarias.

### Anexo 2 Mapa Base de la comuna Cunco



Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional, Sistema de información Territorial.

**Anexo 3** Comunidades indígenas registradas en la comuna de Cunco

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
38	Asociación indígena.	Asociación comunal de Cunco.	Cunco.	N/R	29/04/1997
75	Asociación indígena.	Asociación gremial comunidad Polulco Faja 16.000 Huichahue.	Urbano.	N/R	08/07/1998
277	Asociación indígena.	Huitratuain Pu Peñi.	Cunco.	N/R	31/08/2001
286	Asociación indígena.	Nehuen Mapu.	Quecherehue.	N/R	17/10/2000
302	Asociación indígena.	Huitratuain Huahuanco Che.	Huahuanco.	N/R	22/11/2000
314	Asociación indígena.	Huitratuy Dalcahue Mapu.	Dalcahue.	N/R	03/09/2002

N° de personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación.	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
382	Asociación indígena.	Chaligun Ta Genechen.	Faja 16000 Huichahue.	N/R	13/07/2004
401	Asociación indígena.	Pehuenche Nenmapu.	Orompello N°807.	N/R	15/04/2005
473	Asociación indígena.	Territorio Mapuche Quechurehue.	Quecherehue.	N/R	18/07/2007
474	Asociación indígena.	Territorio Amuley Pupeñi.	Los Laureles.	N/R	27/07/2007
588	Asociación indígena.	Werrakizuum.	Cunco.	N/R	08/11/2013
13	Comunidad indígena.	Polulco.	Faja 16.000 Huichahue.	31	26/05/1994
20	Comunidad indígena.	Antonio Curin.	Faja 20.000 Huichahue Sur.	12	06/08/1994

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
72	Comunidad indígena.	Juan Paillao.	Faja 12.000 Huichahue.	19	11/08/1994
132	Comunidad indígena.	Ex Juan Manquel.	Traumaco Quecherehue.	28	26/07/1994
162	Comunidad indígena.	Juan Morales.	San Antonio.	41	05/09/1994
313	Comunidad indígena.	Ex Juan Corentino.	Las Hortensias.	66	11/10/1994
315	Comunidad indígena.	Francisco Painen.	Huahuanco.	11	06/10/1994
348	Comunidad indígena.	Juan Sandoval.	Huahuanco.	20	09/11/1994
376	Comunidad indígena.	Juan Antimilla.	Dalcahue.	27	17/11/1994

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
377	Comunidad indígena.	Juan Alejandro Colipe.	Huahuanco.	13	19/10/1994
386	Comunidad indígena.	Coilaco Ex Juan Marinao Nahuelñir.	Coilaco.	33	11/09/1994
480	Comunidad indígena.	Juan Huenchulaf.	Quecherehue.	63	22/12/1994
485	Comunidad indígena.	Vicente Catrilaf.	Traumaco Catrilaf.	37	29/11/1994
544	Comunidad indígena.	Quiñelelfun.	Quiñenchique.	27	20/12/1994
612	Comunidad indígena.	Colico.	La Esperanza.	95	28/01/1995
643	Comunidad indígena.	Huanquilen.	Leufuche Norte.	12	25/03/1995

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
644	Comunidad indígena.	Juan Catrilaf.	Pitrunco .	32	03/04/1995
689	Comunidad indígena.	Juan de Dios Mosi.	Los Laureles.	18	06/05/1995
730	Comunidad indígena.	Juan Huentemilla.	Los Juanes.	21	01/07/1995
757	Comunidad indígena.	Tromelafquen.	Tromelafque.	30	29/07/1995
776	Comunidad indígena.	Rayen – Lafquen.	Los Laureles.	33	05/10/1995
809	Comunidad indígena.	Juan Catrilaf.	Lomocura.	10	16/12/1995
814	Comunidad indígena.	Trasleufu.	Los Lingues.	35	07/01/1997

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
919	Comunidad indígena.	José Bunster Calbuin.	Faja 14.000 Huichahue.	30	08/03/1997
925	Comunidad indígena.	Juan Quidel.	Huerere.	47	28/04/1997
1111	Comunidad indígena.	Bartolo Pilquiman.	Los Juanes.	17	24/08/1999
1138	Comunidad indígena.	Juan Paillalef.	Corte Alto Los Laureles.	7	13/10/1999
1139	Comunidad indígena.	Juan Paillalef.	Curaco.	10	01/10/1999
1145	Comunidad indígena.	Mercedes Paillalef.	La Unión – Los Laureles.	4	22/10/1999
1168	Comunidad indígena.	Loncoche Quecherehue.	Sede Quecherehue.	46	29/12/1999

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación.	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
1369	Comunidad indígena.	Mariano Sandoval Colipe.	Huahuanco.	6	11/04/2001
1555	Comunidad indígena.	Mapuche Urbana Juan Mariqueo.	Santa Adela.	12	28/08/2002
1587	Comunidad indígena.	Juan Mariqueo.	Cunco.	0	22/08/2002
1596	Comunidad indígena.	Huicul Mapu.	Faja 10.000 Huichahue	15	22/06/2003
1598	Comunidad indígena.	Francisco Levinao.	Las Margaritas.	5	11/07/2003
1621	Comunidad indígena.	Juan Pichunlaf.	Calquinco Los Laureles.	16	22/10/2003
1632	Comunidad indígena.	Lorenzo Nahuelhual.	28 de Abril.	10	22/11/2003

N° personalidad jurídica	Tipo de agrupación	Nombre agrupación.	Sector	N° de familias	Fecha de constitución
1633	Comunidad indígena.	Nehuen Mapu.	Santa Isabel Choroico.	38	10/12/2003
1647	Comunidad indígena.	Juan Peralta Quidel José Del Carmen Caniu.	Huechelefun - Quiñenchique.	60	30/04/2004
1777	Comunidad indígena.	José Ignacio Loncomil Huahuanco.	Huahuanco.	10	03/05/2007
1897	Comunidad indígena.	Antonio Cona.	Ruca Pillan.	23	04/04/2010
1931	Comunidad indígena.	Leufu Rayen.	Coilaco.	12	26/05/2011
1934	Comunidad indígena.	José Bunster Calbuin Dos Sector Coihueco.	Coihueco.	13	16/07/2011

**Fuente:** Elaboración propia en base a información entregada por la Municipalidad de Cunco.

**Anexo 4** Inventario por rubro de empresas ligadas al turismo en la comuna de Cunco

**Alojamiento**

<b>Nombre / Descripción</b>	<b>Persona de Contacto</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Domicilio</b>
<b>Camping Puerto Puma</b>	Sixto Figueroa / Erik Krousse	93291704 / 85823851	km 15 Camino Cunco - Lago Colico.
<b>Hotel, Cabañas y Camping Trailanqui</b>	Fernando Taladriz Venegas	(045)578218 / 578219	km. 5 camino Los Laureles.
<b>Camping Rio Blanco</b>	Carmen Astudillo Huenculeo	09-76800896	Sector de Rio Blanco.
<b>Camping El Rincón del Sauce</b>	Hilia Almendra Díaz	(045) 2551934 / 91994732	Faja 22.000 Camino Cunco- Temuco.
<b>Camping de Turismo Rural Epu Leufu</b>	Teodoro Sandoval Currihuil	09-91005856	Huahuanco.
<b>Camping de Turismo Rural Fisqueñ Coyam</b>	Urselino Catrilaf Cofian	90445126	Sector de Pitrunco.
<b>Camping Ecológico Llanqui -Llanqui</b>	José Raúl Sáez Castro	92996671 / 91912700	km. 43 Camino Cunco - Caburgua.
<b>Camping Trafampulli</b>	Felipe Danker Tornero	(45)2 8227771	Km 36 camino Cunco - Lago Colico.
<b>Termas San Sebastián - Rio Blanco.</b>	Karina Albornoz Muñoz	(45)381272 / 92318329	Km 60 Ruta Interlagos.
<b>Agro Camping Peña Blanca</b>	Celestina Cofian	94514719	Km 39 camino Cunco - Lago Colico.
<b>Camping Municipal Ponciano Castro</b>	Moisés Mardones Sáez	(45)200147 / 200135	Km 24 Camino Cunco - Lago Colico.
<b>Canopy Curaco (camping)</b>	Prisilla Andrea Villa Muñoz	86083581 / 77888733	Km 10 Camino Los Laureles - Lago Colico, Sector Calquinco.
<b>Camping Los Abedules</b>	Gladys Castillo Cortes	83461810 / 83934853	Km 12 camino Cunco - Vila García.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Centro Turístico, Eventos y Cabañas Fundo San Pablo</b>	Pablo Valdebenito Rosales	(045)1972897 / 77180225	Faja 6.000, Camino Temuco – Cunco.
<b>Hotel, Cabañas y Camping Trailanqui</b>	Fernando Taladriz Venegas	(045)578218 / 578219	km. 5 camino Los Laureles.
<b>Cabañas Aritas</b>	Ruth Sánchez Chandía	87192906	Balmaceda N° 584.
<b>Complejo Turístico y Cabañas Terra Nostra</b>	Esteban Rivara Brito	02-6984545 / 86739315	km.4 Ruta Inter-lagos.
<b>Cabañas Agroturismo Lupawe</b>	Elena Labraña Álvarez	(045)578332 / 78607511	Km 2.5 Fundo San José - Los Laureles
<b>Cabañas Balmaceda</b>	Jorge Garcés Yáñez	09-89040528	Balmaceda N° 410.
<b>Cabañas Mauro Sport</b>	Mauricio Abumohor Mohor	045-573104	Avda. Santa María N° 793.
<b>Cabañas Llaima</b>	Nancy Muñoz Torres	045-573229-74976489	Avda. Llaima N° 501.
<b>Cabañas la Querencia</b>	María Luisa Guevara Villa	09-88295250	Faja 20.000Camino Cunco- Temuco.
<b>Cabañas Namoncahue</b>	Jorge Sandoval Seguel	8472091 / 90388548	Parcela N° 6, Sector Namoncahue.
<b>Cabañas Los Troncos F 10</b>	Cecilia Leiva Lagos	74763529 / 94222273	Faja 10.000 Huichahue.
<b>Cabaña Bajo Allipén</b>	Samuel Lagos Basso	(45)573632 / 86774834	La Concepción Bajo Allipén Km 2,5.
<b>Cafetería Restaurant y Cabañas La Piedra</b>	María Cecilia Torres Romero	(45)573034	Av. Santa María N° 576.
<b>Hospedaje La Casona</b>	Juana Garrido Lubbe	09-62619478	Santa María 327.
<b>Hostería y Hospedaje Bello Horizonte</b>	Valeska Díaz Hidd	(045)922174 / 99209776	Faja 2.000 Camino Cunco – Temuco.
<b>Hostería y Hospedaje Adela y Helmut</b>	Adela Calfin Aguilar	09-82 582 230	Faja 16.000 Km 5 Norte Cunco.
<b>Hostería y Hospedaje Claxon</b>	Alicia Álvarez Garrido	45-573801-85297602	Teodoro Schmidt 663.
<b>Hospedaje Fischer</b>	Marcela Fischer Rojas	86355035	La Concepción N° 653.
<b>Hospedaje y pensión Señora Flor</b>	Flor Sandoval Albornoz	(045)578278 / 72614600	Ricardo Valdés N° 255 - Los Laureles.
<b>Hospedaje La Blanca y El Negro</b>	Nelson Negretre Aravena	(045)573332 / 573258 / 62703434	Trizano N° 527.
<b>Hospedaje Familiar Andalúe</b>	Ana Medina Inostroza	77412816 / 72081953	Antonio Varas N°501.
<b>Hotel, Cabañas y Camping Trailanqui</b>	Fernando Taladriz Venegas	(045)578218 / 578219	km. 5 camino Los Laureles.
<b>Residencial y Transporte Amanecer</b>	Teresa Álvarez Garrido	045-573149	Orompello N° 636.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

### Alimentación

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Dirección
<b>Restorant Turístico “Rancho Viejo”</b>	Alejandra Henríquez Sepúlveda	76775930 – 09-95433324	La Concepción N° 665.
<b>Restorant Maxi</b>	Margot Toledo Herrera	89769136	Avda. Llaima N°1120.
<b>Cafetería Restaurant y Cabañas La Piedra</b>	María Cecilia Torres Romero	(45)573034	Av. Santa María N° 576.
<b>Restaurant Diurno</b>	Viviana Vivanco Roa	N/R	Orompello N° 511.
<b>Restaurant Diurno</b>	Pedro Valenzuela San Martin	N/R	La Concepción N°730.
<b>Restaurant Diurno</b>	Marcia Toledo Fuentes	N/R	Avda. Llaima N°1012.
<b>Restaurant Diurno</b>	Rovy Riffo Quiroz	N/R	Baquedaño N°207.
<b>Restaurant Diurno</b>	Inés Jara Vejar	N/R	Colico N°963.
<b>Restaurant Diurno</b>	Mirta Jara Cheuquellan	N/R	Avda. Llaima N° 1020.
<b>Restaurant Diurno</b>	Gloria González Flores	N/R	Avda. Llaima N° 1120.
<b>Restaurant Diurno</b>	Ceferino Alarcón Fuentes	N/R	Las Hortensias 158.
<b>Hostería Don Tito</b>	Lidia Arias Rosales	95551035	Faja 10.000 Huichahue.
<b>Hostería y Hospedaje Bello Horizonte</b>	Valeska Díaz Hidd	(045)922174 / 99209776	Faja 2.000 Camino Cunco – Temuco.
<b>Hostería y Hospedaje Adela y Helmut</b>	Adela Calfin Aguilar	09-82 582 230	Faja 16.000 Km 5 Norte Cunco.
<b>Hostería y Hospedaje Claxon</b>	Alicia Álvarez Garrido	45-573801-85297602	Teodoro Schmidt 663.
<b>Hostería La Primavera</b>	Rene M. Bustos Castro	78289310 / 88043099	Carlos Scheyer N°371, Los Laureles.
<b>Cerveza Artesanal Kaf</b>		94725284 / 82391424	Faja 24.000 Huichahue.
<b>Apicultura Los Castaños</b>	Sergio Colillan Cabezas	68130137 / 94015126	Km 15 Ruta Interlagos, Sector Dalcahue.
<b>Fábrica de Marquesas Vistoso</b>	Luis Osses	92560232 / 95826743	Faja 18,5 Camino Cunco Temuco.
<b>Fábrica de Quesos Artesanales "Paly"</b>	Jessica San Martín Avello	97692507 / 74938075	Parcela N°20 - El Esfuerzo.
<b>Quesería San Pedro</b>	Francisco De Saint Pierre	91004819	Camino Freire-Cunco Km 22 – Choroico.
<b>Fábrica de Longanizas Artesanales Happen</b>	Arturo Hettich Dusolin	92226251	Artemio Gutiérrez N° 435 - Los Laureles.
<b>Mermeladas y Conservas Artesanales Manos Dulces</b>	Alejandra Riquelme Rivas	(045)573189 / 89564682	Av. Alessandri N° 291.
<b>Cadeprom Venta de Mermeladas y conservas</b>	Sonia Huequeman Cariman	(045)573064 / 90003214	Av. Alessandri N° 278.
<b>Apicunco Venta de Miel y Derivados</b>	Luca Terruzzi	68452989 / 93604325	Km. 5 Ruta Interlagos.
<b>Comida Rápida</b>	Angelina Zapata Carrasco	N/R	Santa María N°259-B.
<b>Comida Rápida</b>	Nancy Soto Vega	N/R	La Concepción N°601.
<b>Comida Rápida</b>	María Reyes Yáñez	N/R	Santa María N°792.
<b>Sándwich Al Paso</b>	Alda Hernández	N/R	Colico N°655.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

### Esparcimiento

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Centro Turístico, Eventoso y Cabañas Fundo San Pablo</b>	Pablo Valdebenito Rosales	(045)1972897 / 77180225	Faja 6.000, Camino Temuco – Cunco.
<b>Hotel, Cabañas y Camping Trailanqui</b>	Fernando Taladriz Venegas	(045)578218 / 578219	km. 5 camino Los Laureles.
<b>Complejo Turístico y Cabañas Terra Nostra</b>	Esteban Rivara Brito	02-6984545 / 86739315	km.4 Ruta interlagos.
<b>Centro Turístico Bajo Los Luengos</b>	Juan Luengo Figueroa	94241137	Km 3 Ruta Interlagos.
<b>Agroturismo Estero Cobulto</b>	Werner Pawlak-Beck	(045)1971433 / 88449580	Faja 22000 Parcela 19.
<b>Termal San Sebastián - Río Blanco</b>	Karina Albornoz Muñoz	045- 381272 / 188-2-1968546	km 60 Ruta Interlagos Cunco.
<b>Termas Ecológicas Vista Hermosa, Camping Yolita</b>	Gladys Llanos Albornoz	09-84929407	Sector de Río Blanco.
<b>Cabaret</b>	Elsa Martini Ulloa	N/R	Colico N°944.
<b>Juegos de Habilidad y Destreza</b>	Claudio Chávez Chávez	N/R	Psje. Santa Adela N° 48.
<b>Juegos de Habilidad y Destreza</b>	Daniel Habert Aedo	N/R	La Concepción N° 786.
<b>Juegos de Habilidad y Destreza</b>	Inés Jara Vejar	N/R	Colico N°963.
<b>Juegos de Habilidad y Destreza</b>	José Poblete Hernández	N/R	Balmaceda N°484.
<b>Juegos de Habilidad y Destreza</b>	Gustavo Venegas Rodríguez	N/R	Teodoro Schmidt N° 631.
<b>Salón de Billar</b>	Marco López	N/R	Avda. Llaima N°1167.
<b>Pub Discoteque Zeuz</b>	N/R	N/R	Km 2 camino Cunco Temuco.
<b>Centro de Eventos Las Rosas</b>	Yasmin Beroiza	N/R	N/R

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Agrupación Textilería Witraldomo</b>	Doraliza Soto González	68401920	Faja 10.000 Camino Cunco –Temuco.
<b>Artesanía en Madera</b>	Jorge Caro	99649799	N/R
<b>Artesanía en Madera</b>	Alfonso Moya	74370110	Antonio Varas N°509.
<b>Artesanía Textil</b>	Sonia Melivilu Rañiqueo	89247031	N/R
<b>Artesanía Textil</b>	Felicinda Manquel	86544147	N/R
<b>Bordados Colico Artesanía Pura</b>	Evelyn Paredes González	67245112	Ruta Interlagos San Pedro Km 12
<b>Centro de Madres Lagunillas</b>	Sara Rosales Benavides	(045)574037 / 62600440	Km 7 Camino Cunco - Melipeuco
<b>Centro de Madres Las Azucenas</b>	Hortensia González	78293729	San Eugenio S/N
<b>Centro de Madres San Conrado</b>	N/R	N/R	Km. 10 Camino Cunco - Melipeuco, Villa García
<b>Mueblería</b>	Godofredo Baeza	N/R	Orompello N° 355
<b>Talabartería Talo</b>	José Arias Montecinos	(045)574049 / 96577250	Colico N° 819
<b>Taller Artesanal Leufu Ruka Textilería Mapuche</b>	Verónica Schmit	94583565	Km 43 Camino Cunco - Temuco
<b>Taller de Platería Kutralhue</b>	Jaime Cortes Fierro	86338152	Teodoro Smith N° 645
<b>Taller Laboral Millaray Artesanía textil en Lana</b>	María Eugenia Soto Viballo	95375750 / 68128144	Km 14, Sector Leufuche
<b>Taller Laboral Palomitas Polulco</b>	Cecilia Prahuen	85015598 / 96504704	Faja 17000, Polulco
<b>Textilería</b>	Elba Leiva Torres	61650536	N/R
<b>Textilería</b>	Rossanna Cayuman	86385972	N/R
<b>Textilería</b>	Marina Nahuelvil	99042752	N/R
<b>Textilería</b>	Dora Hernández Palacios	87829653	N/R
<b>Textilería</b>	Raquel Oñate Rebolledo	59310875 / 87874430	N/R
<b>Textilería</b>	María Antinao	89247031	N/R
<b>Textilería</b>	Lucía Cheuquenao	83792216	N/R
<b>Venta Artesanía Kiosco Plaza</b>	N/R	(45)200157	Santa María S/N

Fuente: Municipalidad de Cunco.

### Otros servicios

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Supermercado</b>	Hugo Martínez	N/R	Carlos Scheleyer N°297, Los Laureles
<b>Supermercado Cunco</b>	Julio Sandoval	(45)573648	Av. Llaima N° 800
<b>Supermercado El Trébol</b>	Jesica Rivera	(45)573631	Santa María N° 323
<b>Supermercado Gazale</b>	Juan Carlos Gazale Mohor	(45)573052	Av.Llaima N° 1052
<b>Supermercado La Araucaria</b>	María Elena Guisti Barra	(45)573262	N/R
<b>Supermercado La Coope</b>	Patricia Vargas Veloso	87757070	Artemio Gutiérrez N° 195 - Los Laureles.
<b>Supermercado La Estrella</b>	Juan Carlos Barra Ruiz	(45)573034	Santa María N° 566
<b>Minimercado</b>	Juana Alchahueñe Nahuefil	N/R	Sector Pitrunco Km 20
<b>Minimercado</b>	Octavio Álvarez Parada	N/R	Octaviano N° 497, Las Hortensias
<b>Minimercado</b>	Juan Álvarez Vera	N/R	Avd. Alessandri N° 299
<b>Minimercado</b>	René Catrilaf Morales	N/R	Km 18, Pitrunco
<b>Minimercado</b>	Yanet Cerda Montoya	N/R	Eustaquio Astudillo N° 202 Santa Adela
<b>Minimercado</b>	Julio Delgado Urrutia	N/R	La Concepción N° 795
<b>Minimercado</b>	Floridor Escobar	N/R	Villa García
<b>Minimercado</b>	Daniel Habert Aedo	N/R	La Concepción N° 783
<b>Minimercado</b>	Amelia Henríquez	N/R	Avda. Llaima N° 997
<b>Minimercado</b>	Esmilda Hernández Garcés	N/R	Avda. Flor N°465, Las Hortensias
<b>Minimercado</b>	Hedie Herrera Pinilla	N/R	Santa María N° 179
<b>Minimercado</b>	José Maldonado Moncada	N/R	Avda. Flor N°495, Las Hortensias
<b>Minimercado</b>	Érica Nahuefil Alchahueñe	N/R	Sector La Esperanza
<b>Minimercado</b>	Luisa Rojas Correa	N/R	Avda. Llaima N°1588
<b>Minimercado</b>	Iris Torres Muñoz	N/R	Colico Sur N°1430
<b>Minimercado</b>	Edubina Sanhueza Troncoso	N/R	Avda. Llaima N°1603
<b>Minimercado</b>	Fresia Vergara Jofré	N/R	Isabel Riquelme N°560, Los Laureles
<b>Minimercado</b>	Adriana Zúñiga Cuevas	N/R	Rene Manuel García N°384

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
Provisiones	Clementina Araneda Castro	N/R	Colico N° 895.
Provisiones	Amador Ávila Parada	N/R	Las Camelias N° 754, Las Hortensias.
Provisiones	Néstor Betanzo Venegas	N/R	Colico N° 857.
Provisiones	Carmen Cayul Necumpán	N/R	Red Catrilaf HJ 29 S/N.
Provisiones	Rosa Colipe Quilaqueo	N/R	Sector Quecherehue.
Provisiones	Álvaro Colipe Sanhueza	N/R	Carlos Scheleyer N° 102, Los Laureles.
Provisiones	Nelba Díaz Carrillo	N/R	Asto, Sector El Esfuerzo.
Provisiones	Sandra Hernández Ruiz	N/R	Santa María N°115.
Provisiones	Hortensia Hueircaleo	N/R	Km 8 Camino Cunco Melipeuco.
Provisiones	Luis Inostroza Parada	N/R	Avda. Flor N°501, Las Hortensias.
Provisiones	Silvia Landeros	N/R	Colico La Esperanza.
Provisiones	Ana Machuca Nahuelhual	N/R	Colico N°972.
Provisiones	Eva Maldonado Arévalo	N/R	Avda. Freire N°986, Los Laureles.
Provisiones	Artemia Maldonado	N/R	Km. 7 Cunco - Colico, Sector El Avión.
Provisiones	Rosamel Méndez Alarcón	N/R	Artemio Gutiérrez N° 48, Los Laureles.
Provisiones	Raquel Millahual Mellado	N/R	Sector La Esperanza.
Provisiones	Károl Miranda Abarzua	N/R	Colico N°849.
Provisiones	Hernán Nef Ubilla	N/R	Baquadano N°318.
Provisiones	José Peralta Millaleo	N/R	Avda. Llaima (Kiosco).
Provisiones	Luz Pinilla	N/R	Dos Norte N° 475, Choroico.
Provisiones	Maritza Quiroz González	N/R	Santa María N°687.
Provisiones	Nelida Riffo Quiroz	N/R	Alto Can Km. 7 Camino Cunco Melipeuco.
Provisiones	Patricia Sánchez Riffo	N/R	La Bastilla N°126, Los Laureles.
Provisiones	Flor Sandoval Albornoz	N/R	Ricardo Valdés N°253.
Provisiones	Patricia Verdugo Cisterna	N/R	Carlos Scheleyer N°501, Los Laureles.
Provisiones	Iris Contreras Córdova	N/R	Orompello N° 445.
Provisiones	Alicia Estrada Ramírez	N/R	Sector El Esfuerzo.
Provisiones	Lucy Herrera Pinilla	N/R	Hermano Leo N° 1330.
Provisiones	Graciela Jeldres Gutiérrez	N/R	Carlos Scheleyer N° 297, Los Laureles.
Provisiones	María Navarrete Valdebenito	N/R	Omer Verdugo N° 336.
Provisiones	José Pacheco Mardones	N/R	Faja 10.000 Huichahue.
Provisiones y Bazar	Bernardo Scherer Moreno	N/R	Colico Sur N°1642.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Provisiones y Bazar</b>	Adriana Zarate	N/R	Avd. Llaima N°1000.
<b>Provisiones y Fábrica de harina tostada, loco.</b>	Soaida Sanhueza Vergara	N/R	Octaviano N° 200, Las Hortensias.
<b>Provisiones y Frutería</b>	Adelina Castillo Sanhueza	N/R	Psje. Korach N° 738.
<b>Provisiones y Frutería</b>	Omer Morales Nahuelhual	N/R	Colico N°948.
<b>Provisiones y Frutería</b>	María Morales Salazar	N/R	Hermano Leo N° 1511.
<b>Provisiones y Frutería</b>	Carlos Olivera Ubilla	N/R	Arturo Prat N°644.
<b>Provisiones y Frutería</b>	Humberto Ortiz Vidal	N/R	La Concepción N°629.
<b>Provisiones y Frutería</b>	Nidia Vega Lagos	N/R	Los Avellanos N°596.
<b>Provisiones y Frutería</b>	Angélica Vera Castillo	N/R	Baquedano N°168.
<b>Almacén</b>	Anyelina Maldonado Águila	N/R	Colico Sur N°1314.
<b>Almacén</b>	Oscar Martínez Aedo	N/R	Nahuelbuta N° 1397.
<b>Almacén</b>	Marianela Méndez Henríquez	N/R	Los Cerezos N°1018.
<b>Almacén</b>	Teresa Parra Lubbe	N/R	Orompello N°603.
<b>Almacén</b>	Teresa Rojas Burgos	N/R	Ricardo Valdés N°297.
<b>Almacén y Frutería</b>	Gladys Pincheira Reyes	N/R	Avda. Llaima N°1114.
<b>Almacén, depósito de Gas</b>	Isgradil Perón Garrido	N/R	La Concepción N°700.
<b>Carnicería</b>	Cristian Burdiles Vera	N/R	Santa María N° 520.
<b>Carnicería</b>	Álvaro Colipe Sanhueza	N/R	Carlos Scheleyer N° 102, Los Laureles.
<b>Carnicería</b>	Manuel Fuentes Villar	N/R	Santa María N° 720.
<b>Carnicería</b>	Francisco Zúñiga Sánchez	N/R	Santa María N°715.
<b>Carnicería Alejandra</b>	Alejandra Henríquez Sepúlveda	76775930	Av. Llaima N° 1151.
<b>Carnicería Fabrica de Cecinas Castillo</b>	Rubén Castillo Muñoz	94591637	Santa María N° 324.
<b>Carnicería y Rotisería</b>	Nancy Hueche	N/R	Avda. Llaima N°581.
<b>Florería</b>	Ana Cabezas Ulloa	N/R	Balmaceda N° 98.
<b>Florería</b>	Marcela Salas Figueroa	N/R	Avda. Arturo Prat N°702.
<b>Florería Pétalos</b>	Magaly Castro Contreras	74801174	Balmaceda N° 595.
<b>Frutería</b>	Yesica Ulloa Cruz	N/R	Santa María N°512.
<b>Frutería</b>	Virginia Valdebenito Umanzor	N/R	Santa María N°219.
<b>Frutería Lorena</b>	Laura Acuña Lagos	98690906	La Concepción N° 701.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Depósito de Harina</b>	José Flores Gómez	N/R	Robinson Paredes N° 202, Los Laureles.
<b>Depósito de Harina y Frutos del país</b>	Juan Silva Chozas	N/R	Ricardo Valdés N°151, Los Laureles.
<b>Depósito de Harina y Frutos del País</b>	Edgardo González Barra	N/R	Avda. Llaima N° 943.
<b>Depósito de Harina y Frutos del País</b>	Alexandra Espinoza Vera	N/R	Avda. Llaima N° 1093-C.
<b>Amasandería Nogal</b>	Yaneth Vistoso Henríquez	79409796	Santa María N° 295.
<b>Panadería y Pastelería</b>	Sergio Fuentes González	N/R	Santa María N° 701.
<b>Distribuidora de Gas</b>	Nicolás Araneda Flores	N/R	Dos Norte N° 299, Choroico.
<b>Distribuidora de Gas</b>	Jorge Nef Ubilla	N/R	Avda. Alessandri N° 579.
<b>Distribuidora de Gas</b>	Mariela Salas Barra	N/R	Avda. Alessandri N°427.
<b>Distribuidora de Gas</b>	Yesica Urrejola Pedreros	N/R	Colico N°1130.
<b>Bazar</b>	Inés Díaz Harris	N/R	Santa María N° 308.
<b>Bazar y Art. Plásticos</b>	Hernán Sandoval Donoso	N/R	Santa María N°346.
<b>Bazar y Paquetería</b>	Irene Aguilera Bello	N/R	Santa María N° 726.
<b>Tienda de Ropa</b>	Irma Mellado Villarroel	N/R	Santa María N°730.
<b>Tienda de Ropa</b>	German Molina Osses	N/R	Santa María N°726.
<b>Tienda de Ropa y Calzado</b>	Salvador Contreras Giha	N/R	Santa María N° 790.
<b>Tienda de Ropa y Calzado</b>	María Reyes Navarrete	N/R	Santa María N°739-B.
<b>Tienda de Ropa y Paquetería</b>	Elsa Flores Torres	N/R	Artemio Gutiérrez N° 438, Los Laureles.
<b>Tienda de Ropa y Paquetería</b>	Marianela Olate Ordenes	N/R	Avda. Llaima N°1011.
<b>Tienda de Vestir y Calzado</b>	Elizabeth Wandersleben Ziegeler	N/R	Santa María N°690.
<b>Tienda de Vestir y Calzado</b>	Angelina Zapata Carrasco	N/R	Santa María N°259.
<b>Tienda Gejman</b>	N/R	N/R	Santa María N° 548.
<b>Tienda y art. Deportivos</b>	Ivonne Abumohor Mohor	N/R	Santa María N° 793.
<b>Tienda de Muebles</b>	Ximena Vilugrón Grimaldi	N/R	La Concepción N°733.
<b>Boutique</b>	Katherine Caro Álvarez	N/R	Teodoro Schmidt N° 651.
<b>Relojería</b>	Nelson Riquelme Urrutia	N/R	La Concepción N°635.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Farmacia</b>	Marco Castro	N/R	Santa María N° 321.
<b>Farmacia</b>	N/R	N/R	Santa María N°520.
<b>Farmacia Santa María</b>	Nashla Ahuile	(45)573047	Santa María N° 758.
<b>Librería</b>	María Torres Romero	N/R	Santa María N°776.
<b>Librería Sanfi - Sencillito</b>	María Sandra Fica Beroiza	(45)573760	Santa María N° 196.
<b>Librería y Paquetería</b>	Oscar Monsalves Rebolledo	N/R	La Concepción N°587.
<b>Librería y Paquetería</b>	Oscar Monsalves Rebolledo	N/R	Baquedano N°497.
<b>Librería y Paquetería</b>	Reinaldo Torres Yáñez	N/R	Teodoro Schmidt N° 645.
<b>Librería y Servicio Computacional</b>	María Contreras Franco	N/R	Robinson Paredes N° 186, Los Laureles.
<b>Librería, Paquetería e Internet</b>	N/R	N/R	Santa María N°739-A.
<b>Central Telefónica "Servipag Express"</b>	Ruth Sandoval	(45)573351 / 78308064	Santa María N° 556.
<b>Centro de Llamados</b>	Lilian Yeves Arévalo	N/R	Artemio Gutiérrez N°61, Los Laureles.
<b>Centro de Llamados, Bazar y Art. De Regalos</b>	Carmen Osorio Cayul	N/R	Vicente Adrián N°344.
<b>Ciber Mascota</b>	Jorge Morales Cruz	(45)573121 / 88077493	Balmaceda N° 341.
<b>Ciber Planet - Agencia de Pasajes Cunco-Santiago</b>	Karol Pacheco	(45)573779 / 72595555	Santa María N° 520.
<b>Transportes Torres (Transfer Turístico)</b>	Cesar Torres Yáñez	95523635 / 90355900	Orompello N° 533.
<b>Transporte Amanecer y Residencial</b>	Teresa Álvarez Garrido	045-573149	Orompello N° 636.
<b>Transfer y Viajes Especiales</b>	N/R	94078068	Pedro Aguirre Cerda N°981.
<b>Turismo Aventura Conguillio</b>	Gonzalo González Echeverría	98471703 / 92452644	Balmaceda N° 125.
<b>Taxis La Concepción</b>	Víctor Gonzalo Delgado Chávez	(45)573525	La Concepción s/n, esquina Santa María.
<b>Cantina, Bar, Taberna</b>	Rosamina Sandoval Zapata	N/R	Avda. Llaima N°1124.
<b>Cantina, Bar, Taberna</b>	Raúl Molina Padilla	N/R	Colico N°849.
<b>Cantina, Bar, Taberna</b>	Silvia Fernández Ávila	N/R	Avda. Flor N°468, Las Hortensias.
<b>Depósito de Bebidas Alcohólicas</b>	Patricia Sánchez Riffo	N/R	La Bastilla N°126, Los Laureles.
<b>Depósito de Bebidas Alcohólicas</b>	Isgradil Perón Garrido	N/R	La Concepción N°700.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Depósito de Bebidas Alcohólicas</b>	N/R	N/R	Camino Cunco Freire N°478, Los Laureles.
<b>Depósito de Bebidas Alcohólicas</b>	Lidia Castillo	N/R	Antonio Varas N° 342.
<b>Depósito de Bebidas Alcohólicas</b>	Luis Inostroza Parada	N/R	Avda. Flor N°501, Las Hortensias.
<b>Depósito de Bebidas Alcohólicas</b>	Carlos Olivera Ubilla	N/R	Arturo Prat N°644.
<b>Expendio de Cerveza o Sidra</b>	Edmundo Chamorro Santander	N/R	Robinson Paredes N° 7, Los Laureles.
<b>Expendio de Cerveza o Sidra</b>	Rosa Colillan Valenzuela	N/R	Avda. Llaima N° 910.
<b>Expendio de Cerveza o Sidra</b>	Eva Maldonado Arévalo	N/R	Avda. Freire N°986, Los Laureles.
<b>Expendio de Cerveza o Sidra</b>	Isgradil Perón Garrido	N/R	La Concepción N°700.
<b>Expendio de Cerveza o Sidra</b>	Margarita Sandoval Sanhueza	N/R	Camino Cunco Freire N°490, Los Laureles.
<b>Ferretería El Surco</b>	Roberto Garrido	(045) 2573353	Avda. Llaima N° 645.
<b>Ferretería y Agrocomercial</b>	N/R	N/R	Avda. Alessandri N° 893.
<b>Hospital de Cunco</b>	N/R	(45)552050 / 552068 Urgencia	Santa María N° 031.
<b>Lubricantes, Repuestos y Accesorios</b>	Sandra Barriga Sepúlveda	N/R	Av. Llaima N° 939-A.
<b>Peluquería</b>	Yanet Ghia	N/R	Santa María N° 790.
<b>Peluquería</b>	Sara Herrera Ortega	N/R	La Concepción N°539.
<b>Peluquería</b>	Graciela Oliveros Velásquez	N/R	La Concepción N°543.
<b>Peluquería</b>	María Painehual Herrera	N/R	Santa María N°790.
<b>Peluquería</b>	Julia Sepúlveda Abello	N/R	Santa María N°260.
<b>Peluquería</b>	Ximena Ulloa Cruz	N/R	Avda. Llaima N°167.
<b>Publiexpress Soluciones Gráficas</b>	Nelson Vázquez Aedo	65747934	Santa María N° 556.
<b>Servicentro Copec</b>	Pedro Manquilef Toro	(45)573398 / 573210	Av. Llaima N° 792 y Santa María N° 130.
<b>Servicio Registro Civil</b>	Luzmira Chacón	(45)573032	Pedro Aguirre Cerda N°650.
<b>Taller de Electricidad Electro Cards</b>	Miguel A. Valeria Sepúlveda	68008543 / 87756107	Av. Llaima N° 493.
<b>Taller Mecánico</b>	Ricardo Parra Lubbe	N/R	Orompello N°611.
<b>Taller Mecánico</b>	Carlos Provoste Oyarzun	N/R	Antonio Varas N° 259.
<b>Taller Mecánico</b>	Placido Sepúlveda Gómez	N/R	Avda Llaima N°405.
<b>Terminal de Buses Narbus</b>	N/R	(45)573181	Santa María N° 739.

Fuente: Municipalidad de Cunco.

Nombre / Descripción	Persona de Contacto	Teléfono	Domicilio
<b>Veterinaria</b>	Agustín Huerta Valenzuela	N/R	Av. Llaima N°671-B
<b>Veterinaria</b>	Jessica Sánchez Marambio	N/R	Santa María N°742.
<b>Vulcanización</b>	Juan Neira Beroiza	N/R	Santa María N°154.
<b>Vulcanización</b>	Luis Rojas Correa	N/R	Balmaceda N°241.
<b>Vulcanización</b>	Mario Torres Muñoz	N/R	Baquadano S/N Esquina Alessandri.
<b>Vulcanización Jean P. Torres</b>	Jean Pierre Torres	(45)921456 / 94811365	Santa María N° 286.
<b>Vulcanización Moya &amp; Barra</b>	Juan Moya	77354593	Av. Llaima N° 799.

Fuente: Municipalidad de Cunco.