

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



MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**“PROPUESTA POLO GASTRONÓMICO  
CASO APLICADO SECTOR PLAYA NEGRA, PENCO,  
REGIÓN DEL BÍO-BÍO”**

ALUMNOS: MIGUEL ÁNGEL CASTILLO OPAZO  
GABRIELA ANDREA MORENO VÁSQUEZ  
PROFESOR GUÍA: DR. LUIS MÉNDEZ BRIONES

CONCEPCIÓN, 2015

## **Dedicatorias**

Miguel Ángel Castillo Opazo

Dedicado en primer lugar a Dios por guiarme para lograr dar término a este proceso, a mi hijo Miguel Ángel ya que para él es este logro, para mi madre Verónica por su paciencia y esfuerzo diario, a mi madrina Juanita por sus consejos en los momentos adecuados, a mi abuela Mirza por el apoyo y cariño brindado y a Bárbara por apurarme cuando me atrasaba, por su preocupación constante y su apoyo y paciencia incondicional, a mi profesor guía por aceptarnos como sus alumnos y a todos aquellos que aportaron su granito de arena durante todo este proceso.

Gabriela Andrea Moreno Vásquez

Y se acerca el final de una larga travesía que por momentos se sintió muy lejana, a ratos insuperable pero que hoy ya es una realidad.

Se lo dedico a mi madre, que desde el principio me alentó a continuar en todo momento, a no bajar los brazos ni perder el ánimo por más que costarán las cosas, siempre con una dulce sonrisa diciendo: “vamos hija, tú puedes”. Madre mía este esfuerzo no es solo mío, es nuestro porque siempre hemos estado las dos, juntas en todo momento y lugar; a Bastián por ser mi cable a tierra, mi apoyo, mi compañero fiel, a los amigos que nunca se cansaron de darme ánimos y aconsejarme; y a nuestro profesor guía por apoyarnos en este proceso.

## Índice

Resumen .....	6
PARTE 1 INTRODUCCIÓN.....	8
Planteamiento del problema .....	8
1.1    Objetivos de la investigación.....	8
1.1.1    Objetivo general .....	8
1.1.1    Objetivos específicos.....	8
1.2    Preguntas de investigación.....	9
1.3    Justificación de la investigación. ....	9
1.4    Limitaciones del estudio. ....	9
1.5    Metodología para la investigación.....	10
1.6    Carta Gantt.....	12
PARTE 2 MARCO TEÓRICO.....	14
2.1    TURISMO, SUSTENTABILIDAD, EMPRENDIMIENTO.....	14
2.1.1    Introducción.....	14
2.1.2    TURISMO .....	15
2.1.2.1    Turista .....	16
2.1.2.2    Tipos de Turismo.....	17
2.1.2.3    Importancia del turismo gastronómico y su vínculo con la sustentabilidad	19
2.1.3    Marketing .....	19
2.1.3.1    Claves del Marketing para el Turismo.....	20
2.1.3.2    Importancia del Marketing en el turismo.....	21
2.1.4    Emprendimiento .....	21
2.1.4.1    Emprendedor.....	22
2.1.4.2    Características del Emprendedor. ....	23
2.1.4.3    ¿El líder nace o se hace? .....	25
2.1.4.4    Emprendimiento en Chile, ¿qué falta para emprender?.....	28
2.1.4.5    Políticas públicas en Chile .....	29
2.1.4.6    Ejemplos de Emprendimiento en el Mundo .....	30

2.1.4.7	Ejemplo Emprendimiento en Chile.....	31
2.1.4.8	Ejemplo de emprendimiento en la región. ....	33
2.1.5	Asociatividad.....	34
2.1.5.1	Importancia de la Asociatividad .....	34
2.1.6	SUSTENTABILIDAD .....	36
2.1.6.1	Sustentabilidad en distintas dimensiones.....	36
2.1.6.2	Turismo Sustentable .....	38
2.1.6.3	Turismo de desarrollo sustentable. ....	39
PARTE 3	CASO APLICADO PLAYA NEGRA, PENCO.....	41
3.1	Introducción .....	41
3.2	Penco.....	41
3.2.1	Población actual.....	42
3.3	Penco histórico.....	43
3.3.1	Siglo XIX .....	48
3.3.2	Fanaloza .....	49
3.3.3	Siglo XX.....	50
3.4	Playa Negra.....	52
3.5	Descripción social.....	53
3.6	Descripción economía.....	61
3.6.1	Datos estadísticos.....	62
3.6.2	Actividad portuaria.....	67
3.7	Diagnóstico .....	71
3.8	Análisis grupo emprendedores Playa Negra .....	84
3.8.1	Introducción .....	84
3.8.2	Diagnóstico del sector .....	86
3.8.3	Diagnóstico de los emprendedores.....	89
3.8.4	Conclusiones del sector .....	93
3.8.5	Conclusiones de los emprendedores .....	94

3.9 Propuestas.....	105
3.10 Mecanismos de apoyo al emprendimiento.....	117
3.10.1 CORFO.....	117
3.10.2 INNOVA .....	121
3.10.3 FOSIS .....	122
3.10.4 SERCOTEC.....	123
3.10.5 Fondo esperanza.....	125
3.11 Requisitos para la creación de un restorán.....	128
3.11.1 Primera etapa: Definir la sociedad. ....	128
3.11.2 Segunda etapa: Inscripción de la sociedad.....	130
3.11.3 Tercera etapa: Iniciación de actividades. ....	131
3.11.4 Cuarta etapa: Certificado de informaciones previas.....	131
3.11.5 Quinta etapa: Solicitud de autorización sanitaria. ....	132
3.11.6 Sexta etapa: Patente comercial. ....	133
3.11.7 Séptima etapa: Timbraje de documentos tributarios. ....	134
3.11.8 Octava etapa: Registros de marca.....	134
3.12 Brechas entre situación actual y deseada.....	136
PARTE 4 Conclusiones .....	145
PARTE 5 Anexos.....	149
5.1 Anexo 01.....	149
5.2 Anexo 02.....	154
5.3 Anexo 03.....	157
5.4 Anexo 04.....	227
5.5 Anexo 05.....	229
5.6 Anexo 06.....	237
5.7 Anexo 07.....	238
5.8 Anexo 08.....	240
PARTE 6 Bibliografía.....	242

## Resumen

Penco es una de las comunas con más historia dentro de la región del Biobío, situada a orillas del Océano Pacífico, siendo ambos los recursos más importantes que tiene la comuna, dentro de la cual se encuentra la localidad de Playa Negra, lugar en el cual se centrará el trabajo de esta memoria de título.

Hace aproximadamente un año se realizó un convenio entre la Universidad del Bío-Bío, la Ilustre Municipalidad de Penco y la comunidad de Playa Negra, con el fin de apoyar, asesorar y guiar a la comunidad para lograr crear un Polo Gastronómico y que en cada local se pueda reflejar la gran historia que tiene la comuna para dar algo distinto a los visitantes, fomentando así el turismo y disminuir la estacionalidad, debido a que en invierno las visitas a la comuna disminuyen constantemente debido a la poca oferta turística que existe. Para poder lograr esta meta es necesario repasar las fortalezas y debilidades que posee la comuna realizando entrevistas a distintos participantes y poder realizar un diagnóstico, los resultados de estas entrevistas proporcionaron datos más bien cualitativos, es por esta razón que se ha usado un Método Cualitativo para la realización de esta memoria de título con el fin de descubrir si es viable la creación de un Polo Gastronómico en la comunidad de Playa Negra, Penco.

Conocer a los emprendedores fue en primer paso para poder hacer un diagnóstico de sus fortalezas y debilidades, es aquí donde toman fuerza términos como la sustentabilidad, que es absolutamente necesaria cuando se trata de la utilización de recursos naturales y su utilización. Emprendimiento es otro término que para algunos resultó desconocido y solo tenían las ganas de crear un negocio sin asumir que estaban creando emprendimiento y no solo de manera individual, sino que estaban creando asociatividad sin saber lo que significaba porque estaban trabajando como un conjunto, siendo el Turismo y el marketing los últimos conceptos en los que se debieron capacitar para que se dieran cuenta que para lograr un turismo de manera constante era necesario publicitarlo de buena manera. Estas no fueron las únicas capacitaciones que se propuso realizar y que quedaron en manos de la universidad, sino también en ofimática para que aprendieran las oportunidades que ofrece el uso de la computación y el internet, la gastronomía también es importante que la conozcan porque algunos solo cocinaban sin tener en todas las medidas que exige el

servicio de salud. Por último pero quizás más importante es darle a los emprendedores los conocimientos para que puedan optar a fondos concursables de instituciones como CORFO o SERCOTEC.

Los resultados de este trabajo resultaron ser alentadores, si bien este es un trabajo a largo plazo podemos concluir que es absolutamente posible realizar un Polo Gastronómico en Playa Negra Penco, dándole además un sentido histórico al mismo, solo hay que ser metodológico, tener paciencia y sobre todo las ganas de emprender.

## **PARTE 1    INTRODUCCIÓN**

### **Planteamiento del problema**

#### **1.1 Objetivos de la investigación**

##### **1.1.1 Objetivo general**

Preparar una propuesta de viabilidad de un polo gastronómico sustentable que tenga un sentido histórico que fomente el turismo en la comuna.

##### **1.1.1 Objetivos específicos**

- Generar un diagnóstico de la comunidad de Playa Negra, el cual permita evaluar, el actual nivel de desarrollo turístico.
- Identificar las brechas existentes, entre el actual nivel de desarrollo turístico, respecto a un desarrollo turístico sustentable.
- Establecer líneas de acción que pueden anular o disminuir las brechas detectadas, en función de guiar a la comunidad hacia la realización de un desarrollo turístico sustentable.
- Generar la asociatividad empresarial como medio fundamental para crecer en conjunto con visiones distintas pero unificadoras.
- Conocer cada una de las necesidades y aspiraciones de los emprendedores y así proponer capacitaciones en temas relacionados con emprendimiento y sustentabilidad.
- Proponer clases prácticas para enseñar el uso correcto del internet y nociones básicas de lo significa emprender un negocio.

## **1.2 Preguntas de investigación.**

- ¿Tienen los emprendedores los conocimientos necesarios para serlo?
- ¿Existen mecanismos de apoyo al emprendimiento en el país?
- ¿Son los municipios un actor importante dentro de todo el proyecto?

## **1.3 Justificación de la investigación.**

La comuna de Penco es una de las comunas con más historia de la región del Biobío y también de nuestro país, historia que se desarrollará en capítulos posteriores, bendecida también por una hermosa playa a la cual se le debe sacar provecho, pero lamentablemente está convertida en una comuna de paso hacia otras, es esta la razón por la que un grupo de pobladores decidió iniciar este proyecto para devolver la vida a su tan querida comuna.

Para lograr este proyecto no solo es necesaria la participación de los emprendedores, sino también de las autoridades y de la propia Universidad del Biobío, quien el año 2014 firmó un acuerdo con la Ilustre Municipalidad de Penco, comprometiéndose a ayudar a través de sus docentes y alumnos a la comuna, de este acuerdo surgió la idea de este proyecto para memoria de título con la finalidad de ser una ayuda a la comunidad, demostrando que el proceso universitario también puede ser inclusivo con la sociedad.

## **1.4 Limitaciones del estudio.**

Para la realización del trabajo se presentaron durante todo su desarrollo limitaciones al proyecto que ralentizaron la realización del mismo.

El nivel de educación es una limitante en el proceso, este nivel es dispar entre los participantes.

Otra dificultad encontrada fue la poca disponibilidad de información estadística respecto a la comuna, debido a esto se tuvo que optar a fuentes de información alternativa como la

encuesta Casen<sup>1</sup> 2013 y los Reportes Estadísticos y Comunales<sup>2</sup> 2012 y 2013 en vez del Censo 2012, además también se obtuvo información de Pladeco<sup>3</sup> 2012-2016.

El acceso al lugar es una limitante, desde el momento de llegar a Penco se dificulta encontrar el sector, debido a la mala señalética, además de no haber transporte colectivo que entre directamente al sector, en vehículo particular también es complicado, debido a que el camino hacia el sector en sí, es de tierra y se intersecta con un camino transitado constantemente por camiones.

### **1.5 Metodología para la investigación**

El método usado para esta Memoria de Título, fue más un Método Cualitativo que uno Cuantitativo, la razón al ser este un proyecto naciente era más necesario saber si era viable realizarlo y si es que lo emprendedores iban a tener la motivación de hacerlo que adentrarnos de lleno en temas monetarios, afortunadamente este es un proyecto a largo plazo y la universidad tiene un acuerdo de apoyo a la comunidad y sabemos que este trabajo seguirá en el tiempo hasta que termine favorablemente para la comunidad y puedan verse reflejados sus esfuerzos y el de los alumnos que continúen con este trabajo, es por este motivo que nos centramos en conocer las capacidades de los emprendedores, el apoyo de las autoridades y darle las herramientas necesarias para dar inicio a este proyecto.

En la carta Gantt están detalladas todas las reuniones realizadas, en primer lugar las reuniones con el profesor guía Luis Méndez y con Víctor Figueroa, Alcalde de Penco para saber cuál era el tema tratado, a lo que querían llegar y cuál sería el aporte que tendría una Memoria de Título para ellos y así definir los objetivos de esta misma. Teniendo claro los objetivos a los que se quería llegar era necesario recopilar toda la información posible de los temas que trataríamos dentro de la Memoria, Gastronomía, Turismo y Antecedentes Demográficos fueron los primeros temas a tratar, por lo tanto, se acudió a las oficinas del Instituto Nacional de estadísticas (INE) Concepción, donde surgieron los primeros

---

<sup>1</sup> CASEN (Encuesta de Caracterización socioeconómica Nacional)

<sup>2</sup> Reportes Estadísticos y Comunales. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BNC), 2013.

<sup>3</sup> PLADECO (Plan de Desarrollo Comunal)

inconvenientes debido a los problemas del último Censo pero existen otras fuentes de datos como la encuesta CASEN o la Biblioteca del Congreso Nacional. Para conocer cerca del turismo se concretaron entrevistas con la Directora Regional de SERNATUR, la Sra. Olga Picarte que sirvió para conocer las ventajas de registrar los servicios en esta institución y ofrecerlo como propuesta a los emprendedores. Ya habiendo conocido a los emprendedores que trabajarían en este proyecto y teniendo mayor información acerca de turismo y requerimientos para poder instalar una cocinería, se realizaron fichas para conocer a los emprendedores en profundidad, su nivel educacional, sus avances en infraestructura, entre otras, como resultado de estas encuestas se pudo apreciar en lo que necesitaban apoyo y se diseñaron clases en distintas áreas que fueron puestas a disposición de la universidad para capacitar a los emprendedores.

Una vez aclarado lo que querían nuestros emprendedores y conociendo la comuna a través de estadísticas fue necesario conocer la visión de los habitantes de la comuna, por lo tanto, se realizaron entrevistas a locatarios gastronómicos, vendedores ambulantes, choferes de la locomoción colectiva, a las cuales se le aplicaron entrevistas que fueron detalladas en el ANEXO 02. Así como conversaciones con jóvenes de la comuna o personas que la visitan esporádicamente.

Durante todo este proceso también la memoria de título fue siendo reestructurada de acuerdo a las nuevas necesidades o los nuevos enfoques que aparecieron en el camino, se realizaron muchas entrevistas y visitas para fotografiar y poder dar un buen término a esta memoria de título.





## **PARTE 2    MARCO TEÓRICO**

### **2.1 TURISMO, SUSTENTABILIDAD, EMPRENDIMIENTO**

#### **2.1.1 Introducción.**

El turismo se ha convertido en una parte importante en el economía mundial, también para Chile, donde ocupa el cuarto lugar en las exportaciones, esto debido a la naciente necesidad en las personas de conocer culturas, lugares y costumbres diferentes de todo el mundo, sumando a esto que cada vez son más los profesionales jóvenes que tienen la capacidad para hacerlo, la tecnología, redes sociales y el internet son otro factor muy importante que hace más fácil la vida al turista en sus desplazamientos o acceso a información acerca de lugares turísticos.

Todo este auge del turismo debe ser aprovechado por los países, Chile posee un territorio muy variado en cuanto a paisajes, desiertos, mar, cordillera, etc. El mar será el atractivo aprovechado por esta comunidad, el sector de Playa Negra se encuentra a escasos metros del mar, con una vista privilegiada del mismo pero a pesar de contar con la playa a escasos metros la Comuna de Penco se ha convertido en una comuna de paso hacia otros lugares como Tome, Dichato o Pingueral, logrando vida solo en el periodo de verano. El ser comuna de paso significa que la gente está obligada a pasar por la comuna, solo se tiene que crear el incentivo correcto para que el turista se quede en Penco y no siga a otros lugares, dada esta necesidad de atraer turistas es que surge la idea de creación de un Polo Gastronómico en el sector, la idea de este proyecto es enseñar a la comunidad como se debe crear un negocio, como mantenerlo y que medios existen para obtener financiamiento. Parte importante fue entrevistar a las personas y saber cuál era su idea de negocio, evaluar sus conocimientos y conocer los recursos con los cuales contaban, terminada la primera entrevista quedo demostrado que el nivel de conocimientos, era muy dispar en cada uno de los participantes, por lo tanto, la primera idea fue proponer una capacitación acerca de estos tres conceptos que tomarán mucha importancia dentro de la memoria.

El emprendimiento toma fuerza porque cada uno de los participantes del proyecto es un emprendedor, término que no conocían o solo tenían nociones de él, la necesidad de lograr la independencia económica es lo que gatilla el emprendimiento, ahora bien cuando se trata de emprender con un negocio de turismo o gastronomía es muy necesario aplicar el término de la Sustentabilidad, en el último tiempo este término ha sido muy importante porque en todo el mundo se hacen esfuerzos por preservar los recursos naturales y conservar el medio ambiente, la mayoría de los emprendedores consiguen algunos de sus productos del mismo mar frente a sus casas porque sus familiares son pescadores artesanales, por tanto ellos deben ser conscientes del medio ambiente que les da los insumos para sus negocios, por lo tanto deben tener cuidado con la interacción que tienen con él, Sustentabilidad no solo tiene relación con el medio ambiente, sino también con la forma en que trabajarán con los productos que ellos mismos obtendrán, manipulación, conservación, etc.

A modo de conclusión este capítulo tratará de explicar la importancia y relación de estos términos en el proyecto.

### **2.1.2 TURISMO**

El turismo es parte importante de cualquier economía, de cualquier país pero como actividad económica el turismo es algo nuevo y abarca una gran cantidad de sectores económicos. Existen varias definiciones de turismo, de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2005-2007), *“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”*.

Existen también autores como W. Hunziker y K. Krapf (1942) que definen al turismo como *“la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”*. Esta definición resulta ser un tanto ambigua y llena de conceptos indeterminados, por lo tanto es muy poco clara y está sujeta a interpretaciones.

Burkart y Medlik, (1981). Definen turismo como *“los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”*.

Mathieson y Wall (1982) dicen *“El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”*.

La diferencia entre estos dos últimos términos es el concepto de trabajo, dejando claro que estos viajes se producen por motivos diferentes al trabajo, pudiendo ser vacaciones u ocio. En la definición de la OMT aparece el término de ocio y entorno habitual y las personas que salen de viaje cumpliendo estos requisitos son denominados como turistas.

#### **2.1.2.1 Turista**

El departamento de planificación del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) (2008), define al turista como *“Visitante que pernocta. Persona que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que pernocta en el lugar visitado. Dicho viaje se realiza por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado”*.

Subdividiéndolo en 2 categorías:

- Turista Nacional: Persona que reside en un país y que se traslada dentro de ese país, pero a un lugar distinto al de su residencia habitual, por más de 24 horas y por motivos diferentes al de ejercer un trabajo remunerado en el lugar visitado.
- Turista Extranjero: Es toda persona que entra en el territorio de un país, distinto al suyo, y permanece en él más de 24 horas, realizando cualquier otra actividad o turismo.

### 2.1.2.2 Tipos de Turismo

Según Constabel, Oyarzun & Szmulewicz (2007), la tendencia de la sociedad urbana es acercarse cada vez más a la naturaleza como destino de sus vacaciones, así como también el deporte al aire libre. Esta tendencia mundial hacia la naturaleza es en respuesta a la forma de vida moderna, contaminación, y estrés de las ciudades, en relación a esto el turismo ofrece un escape necesario de diversas formas, en relación a esto, encontramos, entre otras, las siguientes formas de turismo:

- **Turismo aventura:** Ofrece el entorno natural como escenario para la vivencia de actividades recreativas y deportivas con un importante componente de riesgo, utilizando espacios que han sido poco explotados turísticamente (caminatas, descensos en balsas por los ríos, parapente, otros).
- **Turismo cultural:** Utiliza los recursos históricos, arqueológicos y etnográficos, folklóricos, costumbristas y otros, cuidando de su preservación y orientándose al mejor conocimiento de estos (estudio de culturas indígenas, circuitos históricos y visitas a sitios de interés arquitectónico, y otras actividades).
- **Ecoturismo:** Forma de turismo en el que se privilegia el contacto y las actividades en el marco de la preservación y conservación del espacio natural donde éste se realiza (observación de aves y flora, visita a parques nacionales, senderismo, otros). Se ha definido como “aquella forma de turismo especializado y dirigido, que se desarrolla en áreas de influencia de grupos originarios, que poseen un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible.
- **El Etnoturismo:** Busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el etnoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto tanto de los ecosistemas naturales, como de las poblaciones autóctonas que viven en función de estos.

Respetar el patrimonio cultural, educar y sensibilizar a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza” (Ceballos; 1998).

- **Agroturismo:** Se define como un tipo de turismo, que se lleva a cabo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas. Las principales actividades productivas que sustentan el agroturismo son aquellas propias de las explotaciones rurales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales entre otros, aunque “a veces estas sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva” (Barrera, 1998).

Dentro de este estudio, el tipo de turismo que más importancia tiene es el turismo Gastronómico, del existen diferentes definiciones.

En primer lugar se encuentra la definición dada por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), que dice *“El turismo gastronómico consiste en visitas que se hacen a ciertos lugares (Urbanos o Rurales) motivadas por el deseo de consumir alguna especialidad de la cocina local.”*

Existen autores como Hall y Sharples (2003:10) que lo definen como *“La visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje”*. O como Vázquez de la Torre y Agudo (2010) donde señalan que *“Es aquel que se puede dividir como las visitas a productores primarios y secundarios, de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región determinada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización del viaje”*.

### **2.1.2.3 Importancia del turismo gastronómico y su vínculo con la sustentabilidad**

El turismo es uno de los sectores económicos que más ha crecido en los últimos años y la gastronomía es uno de los factores más influyentes para los turistas, en este sentido el compartir los sabores gastronómicos de los destinos se convierte en una experiencia única e irrepetible que son llevados como recuerdos por los turistas, que comentan y comparten con su familia y amistades, con este tipo de actividades los turistas no solo comparten comida, sino también cultura, tradiciones, conviven con la comunidad e intercambian experiencias.

Otra importancia de la gastronomía, es que la comida muchas veces puede ser catalogada de nostálgica, especialmente para aquellos que viven fuera del país y regresan esporádicamente de vacaciones, el sentir esos sabores de la infancia produce una experiencia agradable que ayudara a que las generaciones no nacidas en el país conozcan esa historia de la que hablan los padres

El turismo es parte importante de la economía y se ha convertido en una actividad sumamente competitiva, haciendo que los destinos turísticos de una misma región compitan entre sí, razón por la cual el marketing turístico resulta imprescindible para el desarrollo del turismo.

### **2.1.3 Marketing**

El concepto de marketing es una filosofía de dirección que debe abarcar todas las áreas de la empresa, este concepto debe estar orientado al cliente, se deben determinar sus necesidades y deseos para lograr esa orientación, a través de esta orientación se debe lograr un beneficio para la empresa.

Existen muchos autores y definiciones de este término, donde se puede destacar la de Philip Kotler y Gary Armstrong (2012) definiéndola como *"una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores"* y también la de Stanton, Etzel

y Walker (2007) *“El concepto de marketing hace hincapié en la orientación del cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización”*.

### **2.1.3.1 Claves del Marketing para el Turismo**

El turismo es uno de los sectores que más ha crecido en los últimos años y no dejara de hacerlo, genera, empleo, bienestar económico y fomenta la creatividad y el emprendimiento sostenibles en el tiempo, en relación a esto Erika Silva (2012), Directora de la Escuela de Hostelería Online de Marketing Gastronómico define al Marketing como pilar fundamental en este tipo de turismo:

*“La única manera de crear proyectos atractivos y que tengan un impacto entre la innumerable oferta turística de los diferentes destinos, es ante todo conocer muy bien cuáles son las necesidades del cliente, qué busca en un destino, con qué tipo de producto se siente identificado, y cómo hacer para que vuelva o recomiende la experiencia a sus amigos”*.

*“Una de las grandes tendencias que podemos ver entre los turistas de todo el mundo es conocer la cultura y costumbres de ciudades, barrios y países a través de su gastronomía. Y a esto lo denominamos turismo gastronómico”*.

*“Por esta razón, otro de los grandes fallos que comenten los empresarios es no incluir gastronomía local, ni recatar recetas ancestrales ni darles un toque de innovación para traerlas al presente. Pocas son las experiencias foodies<sup>4</sup> que encontramos y esto no puede suceder, más cuando los turistas lo buscan y lo demandan”*.

Una tarea que debe realizar cualquier emprendedor del mundo gastronómico es encontrar una identidad, usando toda su historia, rescatar recetas de los antepasados, de pueblos antiguos, crear ferias, recetarios, etc. y crear un producto turístico de calidad, lograr que la visita a comer de un turista sea más que una experiencia gastronómica y logre, a través de la comida, inundarse de toda la cultura que lo rodea.

---

<sup>4</sup> Foodies (término informal inglés con el que se conoce a los aficionados a la comida y/o bebida)

### **2.1.3.2 Importancia del Marketing en el turismo (Marketing Turístico, Kotler 2011)**

Como ya se ha visto, el sector turístico es una de las principales industrias mundiales. En España es la principal actividad productiva y contrata al 15% de la población. Asimismo, es una de las actividades económicas más importantes en países como Chile, México, Argentina o Brasil, entre otros de América Latina.

El marketing ha asumido un papel cada vez más importante en el subsector de restauración del sector turístico. La entrada de empresas gigantes en el mercado de la hostelería le ha hecho pasar de ser un sector paternalista, donde la norma era que los propietarios de restaurantes u hoteles fueran personas individuales, a una industria dominada por cadenas. Estas cadenas se mueven en un entorno muy competitivo en el que se necesitan instrumentos de marketing intensivos para conseguir clientes.

### **2.1.4 Emprendimiento**

Emprendimiento, es un concepto que ha estado presente a lo largo de toda la historia de la humanidad, debido a que los seres humanos tienen la necesidad de enfrentar y superar las infinitas y crecientes problemáticas que se presentan, este término ha recibido muchas definiciones de distintos autores. Debido a esto es que existen muchas definiciones de emprendimiento y muchos autores.

Se debe partir mencionando que la palabra emprendimiento proviene del francés Entrepreneur (pionero) y se refiere a la capacidad que tienen las personas para esforzarse por sobre lo posible para alcanzar sus metas, actualmente este palabra es usada para describir a las personas que inician una nueva empresa o proyecto y a día de hoy esta palabra es usada para denominar a los empresarios innovadores.

El emprendimiento ha ganado mucha fuerza en estos últimos años porque en la sociedad actual se ha generado gran importancia a la necesidad de las personas de lograr la

independencia y estabilidad económica, el desempleo, baja calidad de los empleos existentes, bajos salarios, etc. ha creado la necesidad en las personas de generar sus propias ideas de negocio para convertirse de empleados a emprendedores.

#### 2.1.4.1 Emprendedor

¿Qué se entiende por emprendedor? La palabra emprendedor posee muchas definiciones dependiendo el siglo o quien sea quien define, el “diccionario de las autoridades” (1726-1739)<sup>5</sup> lo define como:

*“La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con empeño, alguna operación considerable y ardua”.*

La definición que dan los economistas es diferente porque estos dan énfasis en la productividad que genera este emprendedor. Para los economistas clásicos, el emprendedor agrega valor al ser el nexo entre los productores (factores productivos) y el mercado, dejando de lado las características personales necesarias para realizar dicha acción. Es interesante cómo una definición económica tan antigua plantea el emprendimiento como un hecho de mercado, y relaciona conceptos tan presentes en la actualidad como, por ejemplo, productividad y agregación de valor.

La conceptualización económica de emprendedor da un nuevo giro con las reflexiones de Joseph Schumpeter (1928). Él irrumpe con la definición de innovación, incorporando esta última en el concepto de emprendedor:

*“Los emprendedores son los innovadores que rompen el status quo en los procesos de bienes y servicios existentes, para crear nuevos bienes y servicios”.*

En síntesis, la definición del emprendedor relaciona varias disciplinas, tales como: economía, estrategia de negocios, comportamiento organizacional, sociología y psicología. Los economistas definen al emprendedor en función de sus actividades y logros conducentes a afectar el sistema económico; los sociólogos buscan comprender el modo en

---

<sup>5</sup> Primer diccionario confeccionado por la Real Academia Española (RAE). Para mayor información ingresar a <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/diccionarios-antiguos-1726-1996/diccionario-de-autoridades>

que el comportamiento de los emprendedores tiene lugar en la sociedad y puede afectarla; y los psicólogos se focalizan en sus características personales y su proceso cognitivo.

El emprendedor es una persona capaz de identificar una oportunidad, recoger los recursos necesarios y tomarla, esta capacidad de ver más allá y aceptar los desafíos lleva consigo dos términos muy importantes que deben ser definidos: innovación y riesgo.

El manual de Oslo<sup>6</sup> (2005) sobre innovación define este término como *“la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología”*.

En relación al riesgo la gran enciclopedia de economía<sup>7</sup> (2008) lo define como *“Eventualidad o contingencia que puede causar pérdida. Una acción económica comporta riesgo siempre que sus resultados dependan, en mayor o menor medida, del azar. El riesgo de un activo económico o financiero viene determinado por el grado de dispersión de sus rendimientos esperados. Como medida de dicha dispersión suele utilizarse la varianza o la desviación típica. Hace referencia al riesgo total si no se dice otra cosa”*.

#### **2.1.4.2 Características del Emprendedor.**

Es bastante probable que en algún momento de la vida se decida crear un negocio propio, un emprendimiento para esto se deben tener en cuenta algunas características propias de los emprendedores, existen muchas páginas de internet de aficionados a la economía que dicen tener la receta para ser un emprendedor exitoso pero nos centramos en algunas de las características que define Manuel Guerrero (2002), Economista. Universidad Nacional de Colombia (lista completa en Anexo 01):

---

<sup>6</sup> Manual de Oslo, guía para la realización de mediciones y estudios de actividades científicas y tecnológicas.

<sup>7</sup> Gran enciclopedia de la economía, para mayor información revisar <http://www.economia48.com/>

- Fijación continua de objetivos: Se trata de determinar metas claras, alcanzables y compatibles con los intereses; como también de reevaluar las mismas. El empresario de éxito siempre se plantea nuevos retos.
- Perseverancia: Es la firmeza de carácter que los obliga a seguir esforzándose constantemente para alcanzar la meta, no importa con que barreras se encuentre.
- Conocimiento del negocio: Cuando se está en un negocio, se debe conocer de él, todo lo posible, pero también debe saberse delegar. No se trata de acaparar todo, sino de comprender el funcionamiento de la compañía y los trabajos específicos de los colaboradores.
- Fuerte ante el fracaso: Comprende que el fracaso es parte del éxito y no se desanima ante él; al contrario, transforma la experiencia en algo positivo, y construye sobre las ruinas.
- Autonomía: La independencia no es la soledad. Se trata de tener un criterio formado, responsable e inteligente para pensar y decidir por sí mismo.
- Toma de riesgos moderados: El empresario no es un jugador. El identifica los riesgos y mide las oportunidades. Luego decide si la meta es real o no. Solo así se lanza a aventurar algo.
- Persistencia en la resolución de problemas: Aquí juega mucho la imaginación del individuo, su creatividad e ingenio. Muchas veces llegan muchos problemas a la vez y él tiene que estar en capacidad y disposición de solucionarlos óptimamente.
- Iniciativa: No esperan que les den órdenes y confían plenamente en sí mismos; además tienen la voluntad de cooperar y probar su carácter ante la situación que se lo exige.

- Innovación: Ellos tienen gran capacidad para innovar en la conducción de la empresa; para idear mejores procedimientos. Su ingenio está siempre activo y en ocasiones suele ser la herramienta más valiosa para ellos.

### 2.1.4.3 ¿El líder nace o se hace?

La respuesta a esta pregunta ha cambiado considerablemente a través de los años, las modas y los hechos históricos que ocurran durante ese periodo de tiempo, según Jorge Cuervo<sup>8</sup> (2012) la respuesta a esto cambia de acuerdo a la historia misma:

*“Históricamente la ciencia tampoco ha acabado de clarificar esta cuestión: cuando en la segunda parte del siglo XX llegó el boom de la genética, toda explicación partía de los genes; con el despegue de la inteligencia emocional en los años noventa del mismo siglo, todo parecía ser educacional y aprendido... Ahora parece que la tendencia dominante se sitúa, en mayor o menor grado, a medio camino”.*

De acuerdo a esta afirmación se puede asumir que la creencia de si el líder nace o se hace dependerá de la época en que estemos viviendo.

Existe un enfoque llamado “Enfoque Personalista” (ver Anexo 02) que dice que el líder nace, el liderazgo es cuestión de la personalidad, por lo tanto, líderes son solo aquellos que nacen para serlo y se nace con las características necesarias para serlo o no.

Otro enfoque es el “Enfoque Situacionista” (ver Anexo 02) que asegura que son las situaciones y el ambiente donde la persona se desarrolla es lo que determina la aparición de un líder.

Ambos enfoques presentan algo de razón, a pesar de ser opuestos, porque puede existir una personalidad muy adecuada para liderar y presentar todas las características necesarias para

---

<sup>8</sup> Jorge Cuervo (Licenciado en Farmacia (Universidad de Barcelona), Master in Business Administration (ESADE) y Diplomado en Planificación Estratégica.)

lograrlo pero si no se presenta la situación adecuada el líder no surgirá, y lo mismo pasa si se provoca la situación adecuada jamás producirá al líder si no tiene las características adecuadas.

En la época actual ha cobrado mucha fuerza la idea que es posible crear a los líderes, a la construcción de estos mismos como un proceso basado en oportunidades. Estos procesos son una tarea progresiva basada en objetivos claros evaluables constantemente, se debe partir dando oportunidades para que el liderazgo se manifieste, encare y tener un grupo humano para expresarlo. El carácter, la personalidad y el esfuerzo son características que pueden ser logradas con hábitos y la vida siempre da oportunidades para que estas cualidades surjan.

Ahora bien existe un estudio realizado para el programa “World Entrepreneur Of The Year Program, EY”<sup>9</sup> (2015), el cual es el galardón más prestigioso para los emprendedores del mundo, arrojó varios datos claves de los más de 400 emprendedores entrevistados.

- Los líderes se hacen, El concepto del líder emprendedor joven y dinámico que inicia un proyecto recién egresado de la universidad es un concepto que persiste. Sin embargo, aunque muchos comienzan a una edad razonablemente temprana, la experiencia que obtienen a través de su educación y del tiempo que invierten en un entorno corporativo más tradicional es vital para su éxito en el futuro.  
En efecto, más de la mitad de los encuestados se describieron como emprendedores "cambiados"; es decir, ya tuvieron un empleo tradicional antes de aventurarse por su cuenta.
- La decisión de emprender no es de una vez, sino de muchas, La mayoría de los encuestados eran "emprendedores en serie", es decir, han lanzado al menos dos compañías. Los líderes que lanzan más de un proyecto obtienen apreciaciones valiosas y aprenden lecciones sobre cómo hacer que un negocio nuevo sea exitoso.

---

<sup>9</sup> World Entrepreneur Of The Year (programa para premiar emprendedores creado por EY, mayor firma de servicios profesionales del mundo).

- El financiamiento, la gente que rodea son las principales barreras del emprendedor, Entre los 6 de cada 10 encuestados que enfrentaron obstáculos en sus proyectos, el más común de éstos fue la falta de financiamiento. Esto es de especial relevancia en el entorno actual, ya que muchos emprendedores todavía enfrentan problemas de este tipo, a pesar de una reducción gradual en las condiciones crediticias en muchos países. Los otros dos obstáculos más mencionados fueron la gente y la experiencia. Como tal, se recomienda que los líderes emprendedores construyan ecosistemas o redes de recursos, para abordar estas tres áreas.
- Los emprendedores comparten ciertas características, Puede ser cierto que los emprendedores no nacen. Sin embargo, nuestra investigación arrojó que los emprendedores generalmente muestran una combinación de comportamientos y actitudes. En la parte central de este modelo se encuentra un fuerte locus (disposición natural para creer que los sucesos son causados por sus propias acciones) de control interno; es decir, una creencia de que los sucesos son el resultado directo de las acciones o comportamientos propios de una persona. Esto se complementa por una mentalidad que ve oportunidades donde otros ven problemas, junto con una aceptación de un riesgo calculado y tolerancia al fracaso.
- Las compañías tradicionales podrían aprender de los emprendedores, El ofrecer incentivos a los empleados y alentar la innovación son buenos puntos de partida. No es mera coincidencia que las compañías emprendedoras de rápido crecimiento les ofrezcan a sus colaboradores un porcentaje importante de la participación accionaria. Así mismo, en términos de innovación, las empresas tradicionales tienen pocos incentivos para alterar sus propios modelos de negocio con novedades que cambian las reglas del juego. Sin embargo, quienes sí lo logran, obtienen recompensas muy cuantiosas.

Finalmente, y a modo de conclusión, hay que resaltar que es una realidad que hay personas que disponen de una personalidad predispuesta a liderar, pero si no se trabaja ni se esfuerza para mejorar las habilidades de liderazgo, no se logrará ser un buen líder.

Existen muchos ejemplos de emprendimientos exitosos en el mundo pero no todos cumplen con las características que se buscan en un proyecto turístico, gastronómico y sustentable, en relación a esto se pueden señalar los siguientes ejemplos en el mundo y nuestro país que cumplen estos requisitos.

#### **2.1.4.4 Emprendimiento en Chile, ¿qué falta para emprender?**

Según economistas expertos en la materia, a nivel regional dentro de Latinoamérica, nuestro país reúne las condiciones necesarias para que las personas sean capaces de atreverse a emprender. Pero esto ocurre cuando tienen el capital y la solvencia suficiente así como las redes o contactos necesarios para lograr que los emprendimientos funcionen y se mantengan en el tiempo.

Sin embargo al analizar las experiencias vividas por muchas personas, no resulta tan fácil como parece, la mayoría opina que es muy difícil emprender en Chile ya que no cuentan con las herramientas y los trámites son lentos y de costo elevado, por otro lado los emprendedores se quejan de que el mercado es manejado por unos pocos lo que dificulta la entrada en escena de a nuevos emprendedores y de lograrlo lo hacen bajo las condiciones que el mercado actual les otorga, lo que se traduce en pocas oportunidades de crecer.

Por otro lado, los emprendedores se quejan que si bien existen organismos de apoyo al emprendimiento, no existe mucha orientación en cuanto a cómo realizar los trámites necesarios y cuando al fin lograr dar marcha a su idea de inmediato aparecen los entes fiscalizadores como el servicio de impuestos internos (SII), de salud, inspección del trabajo, etc. los cuales al realizar su trabajo terminan desmotivando a los emprendedores que en algunos casos dicen sentirse hostigados al punto de poder trabajar tranquilos.

Pero el punto más relevante para todos es el tema tributario, para ellos el hecho de tener que pagar el IVA, que muchas veces consideran injusto si su emprendimiento ayuda a la comunidad al crear trabajos, atraer turistas y fomentar la economía de la localidad donde se desarrollan y que constituye un 19% menos obligado con el cual no podrán contar para poder crecer y continuar mejorando su emprendimiento.

Entonces, respondiendo a la pregunta inicial de qué es lo que falta para emprender en nuestro país, sería de partida que los organismos de apoyo al emprendimiento tuvieran una forma más fácil de entregar la información a los interesados, con esto nos referimos a que el léxico tanto de las personas como los documentos con la información entregada estuviera redactada de manera tal que sea fácil de comprender por los emprendedores, por otro lado, que el tiempo de respuesta de los trámites realizados disminuyera, ya que según el tipo de trámite al no tener una respuesta va demorando y desmotivando la puesta en marcha de los emprendedores. Para finalizar que existan entes que regulen el actuar del mercado para que los nuevos emprendedores tengan la capacidad de participar sin sentirte atados de mano y con poca capacidad de participación y opciones de desarrollo.

#### **2.1.4.5 Políticas públicas en Chile**

Se entiende por políticas públicas<sup>10</sup> los proyectos y actividades que un Estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración pública, con fines de satisfacer las necesidades de una sociedad.

La evolución del término va vinculado a las necesidades específicas de nuestro entorno social, cultural, político, económico, psicológico e institucional. Es decir, las políticas públicas realizadas en el siglo XX no son las mismas que las realizadas en el siglo XXI, de acuerdo a la realidad vivida en cada momento de la historia produce como consecuencia que las políticas públicas se decidan y desarrollen de distinta forma.

En nuestro país las políticas públicas que actualmente existen están enfocadas a la protección, desarrollo y crecimiento de la familia como por ejemplo Programa Útiles

---

<sup>10</sup> Definición políticas públicas: [https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADticas\\_p%C3%BAblicas](https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADticas_p%C3%BAblicas)

Escolares, Chile Crece Contigo, Programa de Infancia, Mediación Familiar entre otros. El de apoyo y entrega ayuda que realizan es bueno, pero también es necesario enfocarse en niveles un poco más elevados, como es el caso de emprendedores que surgen en esas familias que reciben ayuda pero que no es la suficiente para mejorar su estado, es decir, son ayudas que sirven para mantener pero no para mejorar de manera extraordinaria la calidad de vida de las familias beneficiadas.

No existen políticas públicas enfocadas a los emprendedores, programas que ayuden a las personas a optar a becas o bonos de manera más fácil si se compara con los requisitos y condiciones que solicitan las instituciones como CORFO, SERCOTEC o Fondo Esperanza por nombrar algunos. Y para una familia de clase media baja o baja que quiera emprender los medios tanto económicos como educacionales no le son suficientes por pequeño que sea su idea de emprendimiento.

#### **2.1.4.6 Ejemplos de Emprendimiento en el Mundo**

##### **Natura Cosméticos (Brasil)**

Natura, fundada por Luis Seabra en 1969, se consolidó como líder en el sector de cosméticos y productos de perfumería en Brasil. La empresa se concibe como un organismo vivo, una red dinámica de relaciones y considera que su perpetuación en el tiempo está estrechamente ligada a su capacidad de contribuir con la evolución de la sociedad y el desarrollo sustentable. Natura es pionera en la preocupación por el medio ambiente, creando procesos que disminuyen el impacto de sus productos en el medio ambiente.

Su sistema de ventas es directa teniendo más de cinco mil empleados en países como Chile, México, Brasil, Argentina, entre otros, creó el sistema de repuestos para sus productos, con tal de disminuir la cantidad de envases desechados al medio ambiente, cambiaron sus vehículos a gas natural para disminuir la contaminación y en el año 2000 lanzaron al mercado su línea de productos EKOS, asumiendo el compromiso explícito de utilizar recursos de la biodiversidad brasileña. Busca así ampliar la consciencia de la riqueza de la naturaleza y obtener ingredientes naturales de manera sustentable,

desarrollando la calidad de vida en las comunidades que las cultivan o extraen. Se utilizan vidrios y envases que contienen material reciclado.

Sin duda, el compromiso de Natura con la sustentabilidad y el bienestar del ser humano están enraizados en el corazón de la compañía misma, como lo explica Alessandro Carlucci Presidente de Natura:

*“Estamos convencidos de que las compañías que comprendan los desafíos de su tiempo y ayuden a las sociedades a que sean más felices serán las que marcarán la diferencia en el futuro”*



*Ilustración 1. Logo Natura. Fuente. [http://convencionnatura.com.mx/images/natura\\_logo.png](http://convencionnatura.com.mx/images/natura_logo.png)*

#### **2.1.4.7 Ejemplo Emprendimiento en Chile.**

##### **Cerveza Atrapa Niebla.**

existe en la región de Coquimbo dos hermanos, Miguel Ángel Y Marco Carcuro, quienes han desarrollado una quimera en donde el producto principal que ellos ocupan escasea, la base para destilar cerveza es el agua, en el sur de nuestro país se ven muchas destilerías,

artesanales, quienes usan en particular agua de vertiente para sus productos ya que en el sur el agua no es un problema pero en el norte de nuestro país el agua escasea, no es una zona lluviosa por lo tanto estos innovadores crearon sistema capaz de atrapar el agua de la niebla, estos jóvenes ingenieros agrónomos explican cómo hacen para atrapar esta niebla “consiste en ubicar un panel de malla raschel sobre los cerros costeros, sobre los 700 metros de altura, entonces viene la nube y choca con el cerro, así la nube va chocando también por toda la malla atrapando el agua”.

No es importante la forma en que atrapan el agua, sino la capacidad de encontrar una solución simple y efectiva a una necesidad y convertirlo en un proyecto realmente innovador, una característica de los emprendedores es ser capaz de eso, encontrar y definir la necesidad y desarrollar una respuesta innovadora para solucionar ese problema.



*Ilustración 2. Cerveza Atrapaniebla. Fuente: <http://www.atrapaniebla.cl/en/#menu>*

#### 2.1.4.8 Ejemplo de emprendimiento en la región.

Aproximadamente a una hora de Penco existe una mágica ensenada donde se encuentra la caleta de pescadores llamada Dichato, es aquí donde se encuentra un producto que está dando que hablar en pequeños círculos de turistas y habitantes de la región por su novedad. Se trata del Ponche de Mariscos, en este caso de Erizo y Picorocos, los cuales son extraídos por los pescadores de esta misma localidad.

El creador de este emprendimiento es Moisés Bustos, propietario del restaurant “*Ranchito Criollo*” que desde hace ocho años se dedica a la fabricación artesanal de este producto, de su tentador sabor que cautiva a muchos visitantes de la zona, en palabras de él, su producto ha llegado a todo el país.

Este es un claro ejemplo de asociatividad, donde un emprendedor usa los recursos propios de su zona para elaborar un producto.



Ilustración 3. Ponche de Mariscos, Ranchito Criollo, Dichato. Fuente: <http://www.elconcecuente.cl/noticia/sociedad/dichato-los-encantos-del-ponche-de-erizos-y-picorocos>

### **2.1.5 Asociatividad.**

Cuando se trata de un Polo Gastronómico, es natural pensar que se tratará de un grupo de Mipymes ubicadas en un mismo sector, usando recursos del mismo sector, en este sentido se considera fundamental manejar la idea de asociatividad, como una estrategia que involucra la participación voluntaria de pequeñas empresas en procesos cooperativos para la generación de valor mediante la solución de dificultades comunes. De esta manera se logra mejorar su competitividad mediante la reducción de costos, especialización en la producción, complementariedad en las cadenas productivas y mejorar estrategias de comercialización.

Según Rosales R. Revista Capítulos, SELA (1997), asociatividad *“Es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas micro, pequeñas y medianas, en donde cada unidad productiva participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación”*.

#### **2.1.5.1 Importancia de la Asociatividad**

En la actualidad se hace cada vez más complicado para las mipymes alcanzar resultados exitosos trabajando solos, es por esto que surge el término de Asociación como un mecanismo de cooperación entre las pequeñas y medianas empresas para enfrentar las dificultades provenientes del proceso de globalización<sup>1</sup>. La asociatividad es un proceso bastante complejo que abarca una considerable gama de posibilidades pero siempre persigue como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto.

Previamente al desarrollo de modalidades de asociación es necesario que se den ciertas condiciones específicas que permitan la sustentabilidad de las mismas. Entre los requisitos más importantes podemos señalar:

- Proyecto común
- Compromiso mutuo
- Objetivos comunes
- Riesgos compartidos sin abandonar la independencia de los participantes.

Al estudiar el término de asociatividad aparecen conceptos que son necesarios definir para entender mejor el propósito de este término.

**Mipymes.** Según el Ministerio de economía fomento y turismo 2014 define los siguientes conceptos de empresa

- Microempresa: Empresa cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro, no hayan superado las 2.400 UF en el último año calendario.
- Pequeña: Empresa cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro, sean superiores a 2.400 UF, pero inferiores a 25.000 UF en el último año calendario.
- Mediana: Empresa cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro, sean superiores a 25.000 UF, pero inferiores a 100.000 UF en el último año calendario.

**Competitividad.** (Porter, 1991). *“La competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico”.*

Ventaja Competitiva (Porter, 1991): *“La ventaja competitiva de una empresa está en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos de los que dispone, y los mismos de los que carecen sus competidores o tienen en menor medida, haciendo posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos”.*

Cadenas Productivas, Ons Carlos, “La promoción de la complementación económica entre empresas de la región”, Revista Integración Latinoamericana (1994) *“La cadena productiva como su nombre lo indica establece una línea (cadena), donde se integra el insumo y su generación o producción, posteriormente el proceso de transformación o*

*agregación de valor, secuencialmente el mecanismo de distribución y acceso a mercados y finalmente los mercados. La consecuencia de la cadena productiva, es precisamente su integración, por lo que el relacionamiento de actores productivos, permitirá lograr un objetivo común de acceso a mercado y/o desarrollo productivo de uno o varios productos con condiciones o características de calidad y cantidad definidas, apreciadas por el mercado y sus segmentos”.*

Especialización Productiva, G.A. Lemarchand (2005), Estrategias, planificación y gestión de la ciencia y tecnología. *“Es el proceso por el que un individuo, un colectivo o una institución se centra en una actividad concreta productiva, en vez de abarcar la totalidad de las actividades posibles”.*

## **2.1.6 SUSTENTABILIDAD**

La creciente preocupación por el medio ambiente es lo provoco el surgimiento del termino de Sustentabilidad, que a grandes rasgos es la utilización adecuada de los recursos naturales, culturales y sociales con el fin de garantizar su uso para las siguientes generaciones. Según el Informe Brundtland1 (1987), sustentabilidad *“es la capacidad de satisfacer necesidades de la generación humana actual sin que esto suponga la anulación de que las generaciones futuras también puedas satisfacer las necesidades propias”.*

### **2.1.6.1 Sustentabilidad en distintas dimensiones**

Los distintos conceptos que engloban las distintas dimensiones que involucran la definición de desarrollo sustentable se definen así:

- **Sustentabilidad ecológica:** Se refiere a la base física del proceso de desarrollo y apunta a la conservación y uso racional de los recursos naturales incorporados a la actividad productiva.

- **Sustentabilidad ambiental:** Es complementaria de la primera. Hace referencia a la capacidad de soporte de los ecosistemas asociados para absorber o recuperarse de las agresiones antrópicas. La sustentabilidad ambiental implica el equilibrio entre las tasas de emisión y/o producción de residuos y las tasas de absorción y/o regeneración de los ecosistemas.
- **Sustentabilidad económica:** Busca el crecimiento y desarrollo económico mediante la administración y eficiente gestión de los recursos y de la realización de constantes inversiones públicas y privadas con el objeto de garantizar, no solamente la rentabilidad empresarial de carácter micro-económico, sino la eficiencia económica en términos macro-sociales en el presente y en el futuro.
- **Sustentabilidad espacial:** Muestra los límites de la capacidad de carga de determinado territorio y de sus recursos. La sustentabilidad espacial del desarrollo implica comparar los escenarios o las tendencias de crecimiento económico con las tasas demográficas, su composición etaria y los grupos de población económicamente activa esperados. También implica el monitoreo de las tendencias de migración y de distribución espacial de la población mediante políticas de planificación regional y urbana.
- **Sustentabilidad cultural:** Hace referencia a la necesidad de mantener la diversidad de culturas, valores y prácticas existentes en el planeta, en el país o en una región y que a lo largo del tiempo conforma las identidades de los pueblos. La dimensión de la sustentabilidad cultural también se refiere a las minorías y pueblos culturalmente vulnerables como los indígenas y las llamadas poblaciones tradicionales, y a la necesidad de que existan estrategias para que las mismas sean preservadas e insertadas en la economía de mercado.
- **Sustentabilidad político-social:** Presenta una dimensión relacionada a los esfuerzos de construcción de la ciudadanía y de la integración plena de los individuos a una cultura de derechos y deberes. También hace referencia al gobierno y a la

governabilidad, es decir, a las condiciones objetivas de las políticas en pro del desarrollo sustentable. Esta dimensión apunta a la necesidad de fortalecer los mecanismos democráticos de formulación e implementación de las políticas públicas con el objetivo de mejorar la calidad de vida y reducir los niveles de exclusión social a través de políticas distributivas que promuevan una mayor equidad.

- **Sustentabilidad institucional:** Está vinculada a la necesidad de crear y fortalecer el orden institucional y de los organismos de representación político-social cuyo diseño y estructura ya tienen en cuenta criterios de sustentabilidad.

#### 2.1.6.2 Turismo Sustentable

Una gran parte de los atractivos turísticos de Chile está en su naturaleza diversa, Cordillera, Desierto, Mar, Ríos y Lagos, con una Biodiversidad única en muchos casos, sin embargo Chile no está ajeno a fenómenos globales que afecten el equilibrio del medio ambiente, es acá donde el Turismo Sustentable cobra importancia.

El turismo sustentable se propone reducir la tensión surgida a partir de la compleja relación entre la industria turística, los visitantes, el medio ambiente y la comunidad local. Intenta mantener a largo plazo la viabilidad y la calidad de los recursos naturales y culturales. El turismo sustentable implica buscar una relación más productiva y armoniosa entre el visitante, la comunidad local y el lugar, para evitar el desgaste de los recursos naturales y culturales, el engaño del visitante y la explotación de la población local (Garrod y Fyall 1998:201).

La sustentabilidad se entiende como el estado de condición del medio ambiente en el momento de la producción, renovación y movilización de elementos de la naturaleza minimizando la degradación del sistema.

Existen varias definiciones que se han acuñado en torno al concepto de sustentabilidad entre ellas:

Según la (OMT 1998:21). *“El turismo sustentable es entendido como aquel que satisface las necesidades presentes de los turistas, al mismo tiempo que preserva los destinos e incrementa nuevas oportunidades para el futuro. Debe ser concebido de modo que conduzca la gestión de todos los recursos existentes, tanto desde el punto de vista de la satisfacción de las necesidades económicas, sociales y estéticas como del mantenimiento de la integridad cultural, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas de soporte de la vida”*

Existen también otros autores como la (CMMA y D, 1987. Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo). Que dicen que *“El desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”*. O la UICN (1990) *“El desarrollo sustentable es un proceso de mejoría económica y social que satisface las necesidades y valores de todos los grupos interesados, manteniendo las opciones futuras y conservando los recursos naturales”*.

También Glove, '90 Conference<sup>1</sup> *“El turismo sustentable es definido como “una forma de desarrollo dirigida a mejorar la calidad de vida de las comunidades respectivas, promover una máxima calidad de la experiencia para los visitantes y mantener la calidad del ambiente del cual ambos dependen”*.

### **2.1.6.3 Turismo de desarrollo sustentable.**

El turismo sustentable, no es una característica de cualquier forma actual de ejercer la actividad, sino un objetivo que se pretende lograr o una situación que se intenta alcanzar. Así pues, la posición más reciente es que el turismo sustentable puede ser aplicable a todas las formas de turismo independientemente de la escala. Es por ello que algunos autores prefieren utilizar el término; Desarrollo Sustentable, en el contexto del turismo sustentable en el lugar de turismo sustentable con el fin de evitar una interpretación acerca de la actividad específica sé que desarrolla en un destino.

El desarrollo sustentable busca que se formulen estrategias de producción y comercialización que no degraden los recursos naturales a nivel local y /o regional. Pone un énfasis particular en elevar la calidad de vida de la población, buscan la responsabilidad social cambiando los patrones de consumo y sobre explotación de los recursos naturales, particularmente en los países desarrollados como condición para detener la degradación del ambiente y potenciar una distribución más equitativa de los mismos, entre los pueblos. Persiguiendo como objetivos centrales, Lawrence 1993:

1. Satisfacer las necesidades humanas básicas.
2. Lograr un crecimiento económico de manera constante.
3. Mejorar la calidad del crecimiento económico.
4. Atender a los aspectos demográficos.
5. Seleccionar opciones tecnológicas adecuadas.
6. Aprovechar, conservar y restaurar los recursos naturales.

## **PARTE 3 CASO APLICADO PLAYA NEGRA, PENCO**

### **3.1 Introducción**

Penco es una ciudad emplazada a orillas del océano pacífico, a escasos 15 minutos del centro de Concepción, es una comuna con mucha riqueza histórica, la cual quiere ser resaltada para devolver el brillo a esta comuna, la idea de este capítulo es analizar a historia de Penco a través de los años, conocer su actualidad, conocer sus fortalezas, debilidades, las inquietudes de sus habitantes para poder crear un diagnóstico de la comuna, diagnóstico necesario para crear propuestas en base a las necesidades encontradas en locatarios, vendedores ambulantes, entre otros, dentro del estudio se vio que había muchas falencias para poder desarrollar un polo gastronómico en el sector, por lo mismo fue necesario crear propuestas que deberían ser solucionadas junto con la comunidad y el municipio.

### **3.2 Penco**

Penco es una comuna de la región del Biobío, ubicada a 15 minutos del centro de Concepción, tiene una población aproximada de 40.000 habitantes y fue el primer emplazamiento de la ciudad de Concepción, dada su ubicación estratégica y de fácil acceso frente a las costas del océano pacífico. Limita geográficamente al norte con Tomé, al este con Florida, al oeste con Talcahuano y al sur con Concepción. El gentilicio para los habitantes de Penco es pencón. Penco fue fundado en 1842 como Villa de Penco y en 1850 como Concepción. Se plantean diferentes teorías acerca del origen del nombre Penco. Podría significar “divisando el agua”, palabra mapuche compuesta por las voces pen (divisar) y ko (agua). Otros señalan que su significado se puede traducir como "Agua de Peumo". Se señala así mismo que puede hacer referencia a "Peguco", un valle de la comuna cercano a Coihueco.



*Ilustración 4.* Mapa de Penco con respecto a la octava región. Fuente: <http://www.destinobiobio.cl/provincia-de-concepcion.html>

### 3.2.1 Población Actual

Tabla n°1: Población actual

Territorio	Año 2002	Proyección 2012
Comuna de Penco	46.016	54.114
Región del Bío Bío	1.861.562	2.061.544
País	15.116.435	17.398.632

*Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunes 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.*



**Ilustración 5. Gráfico población ocupada, desocupada e inactiva. Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), Ministerio de Desarrollo Social.**

Como se aprecia en la tabla se realizó una proyección de la población para el año 2012 debido a los inconvenientes ocurridos durante el proceso de aplicación del CENSO 2012. Por lo anterior para tener otro punto de vista es que estudiamos la versión preliminar del Reporte Comunal de Penco, Región del Bío Bío (2013) realizado por el Ministerio de Desarrollo Social, el cual señala que “De acuerdo a las proyecciones de población<sup>11</sup>, (Penco) tendría del orden de 54 mil habitantes el año 2013, lo que representa el 2,6% de la población proyectada para la región del Biobío.”

Lo anterior mantiene la tendencia de los 54.114 habitantes proyectados para el año 2012

### **3.3 Penco histórico**

Esta es la nueva imagen que quiere dar el municipio, un Penco histórico, por lo tanto hay muchos datos históricos que deben ser destacados.

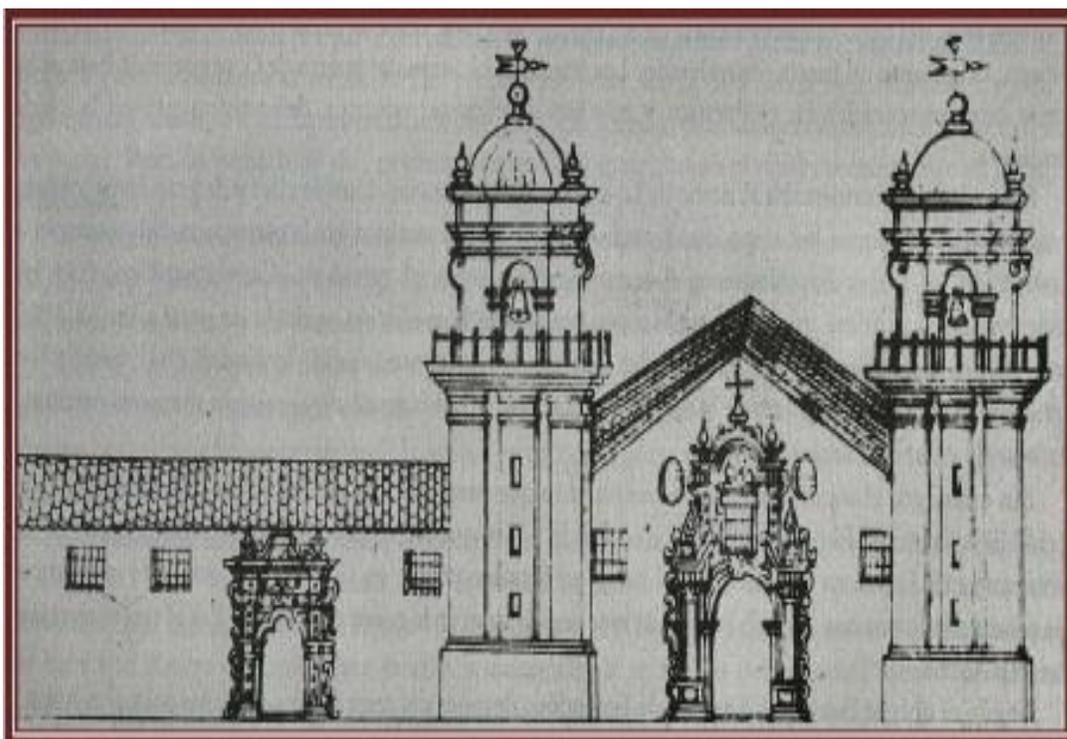
Penco es la ciudad más antigua del Sur de Chile, ya va en camino a su quinto siglo de historia, se ha derrumbado y vuelve a levantar sus muros muchas veces, su historia ha

<sup>11</sup> Proyecciones al 30 de junio de 2013, basadas en Censo de Población 2002. Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

servido de inspiración a muchas obras, la más popular de ellas es La Araucana, cuyo autor camino por las mismas calles que hoy caminan los “pencones” (gentilicio de los habitantes de Penco).

Podemos empezar este extracto de historia pencona diciendo que en el pasado colonial, esta ciudad se transformó en el centro neurálgico del poder político y eclesiástico, es también una base de aprovisionamiento y centro de intercambio; cabeza de puente para el avance del territorio; centro administrativo y de control, en resumen es un foco de dominio de la propiedad del suelo.

En torno a la plaza se agrupa la sede de la Audiencia, la Casa del Cabildo y la Catedral. Aquí se administra, se hace justicia, se comercia y se realizan festejos.



*Ilustración 6. Catedral de Penco. Fuente: <https://www.flickr.com/photos/28047774@N04/4933328633>*

Durante este periodo la ciudad es destruida dos veces por el cacique Lautaro pero luego es repoblada y reconstruida con porfía, hasta que en 1598, la gran sublevación que culmina en Curalaba arrasa con todas las ciudades del sur, con excepción de Valdivia y Concepción, localidades costeras que permanecen como baluartes de la presencia hispana, cuando ya parece que la provincia austral, que Penco encabeza, se recupera y florecen las haciendas y

las misiones en el territorio que se extiende al sur del Biobío, una nueva rebelión en 1654, arrasó con los avances de la sociedad hispano-criolla, muchos años tuvieron que transcurrir antes que la economía regional, impulsada por el sebo y luego por el comercio del trigo, se levantara nuevamente.

En la primera mitad del siglo XVIII, la ciudad de Concepción, sede temporal del gobernador y cabeza de un amplio territorio, vive un gran tiempo de desarrollo. Se construyen conventos y mansiones, se produce la erección de la pontificia Universidad Pencopolitana en 1724, pero todo este progreso se verá destruido más tarde por el mar, que arrasó con la ciudad en 1730 y luego en 1751, luego de esto y con demoras e indecisiones, se acuerda finalmente el traslado de la ciudad a su actual emplazamiento en el valle de la Mocha y el despoblamiento de la bahía, es acá donde se separa Concepción de Penco y comienzan cada una a construir su propia historia.



**Ilustración 7. Universidad Pencopolitana 1724. Fuente: <http://memoriachilena.cl>**

Por más de cincuenta años quedarían muy pocos residentes entre los escombros de las antiguas construcciones pero en 1843 se produce la llegada de Villa gracias al presidente penquista Manuel Bulnes.

Avanzada la segunda mitad del siglo XIX el desarrollo industrial anima la ciudad y se sienta en el puerto, la ciudad comienza a crecer hacia los cerros y se extiende a lo largo de la costa hasta encontrarse con el caserío de Lirquén.

Comenzando el siglo XX la actividad industrial es representada principalmente por la refinería de azúcar, la fábrica de loza y de vidrios planos, además todo este progreso lleva consigo un desarrollo cultural promocionando el arte, la cultura y el desarrollo social, creando afectos y tradiciones.

Durante el último cuarto del siglo pasado, una buena fracción de esa actividad productiva se derrumba, desarmando todo lo establecido, su estructura social y tradiciones, esta grave crisis no ha sido completamente superada pero Penco no se derrumba y siendo que Penco avanza ya hacia los quinientos años se aprecia el ánimo de recuperar su identidad costera y su latente orgullo, sobretodo la voluntad de retomar la senda del desarrollo, de la mano de su historia que es donde radica toda su fuerza.

Carta al Emperador Carlos V-Del 15 de octubre de 1550; según Gobernador Pedro De Valdivia.

“Legua y media más atrás del gran río que le dicen Biobío, en un puerto y bahía que es el mejor que en las indias, y un río grande por un lado que entra en el mar, de la mejor pesquería y otros mil géneros de pescados, y por el otro lado un riachuelo pequeño, que corre todo el año, de muy delgada y clara agua”.

Empalizada de Penco.

Luego de muchos ataques a la ciudad, Pedro de Valdivia no quiso exponerse a nuevos ataques por lo que escoge un cerro para defenderse de los indígenas, y opto por uno cercano a la playa y rodeado de abundantes y tupidos bosques (hoy este sector es un área verde aledaña a la población Bellavista Sur, frente a Playa Negra. Esta ubicación es estratégica, por cuanto en cualquier momento recibiría apoyo del Capitán Pastene, quien venía por el mar en el “San Pedro”.

“Trajeron grandes maderos y varas y mando hincarlos en la tierra y atarlos; y abrir un foso de doce pies de ancho y otros tantos de hondo, tendría de circuito mil a mil quinientos

pasos, los hombres hábiles y a fuerza de brazos tardaron ocho días en hacer una trinchera fuerte con tres puertas” (Gerónimo de Vivar).

Barros Arana afirma que los españoles quedaron tan maravillados con la belleza del lugar, la suavidad de su clima, junto con la abundancia de peces y mariscos, lo que los ponía fuera de todo peligro de hambre y la cercanía de vertientes de agua por ambos extremos del fuerte. Este hecho dio origen a la fundación de la tercera ciudad del reino.

Una vez terminada la empalizada de Penco se produce la batalla de Penco (solo nueve días después de terminada la empalizada), donde se presentó un ejército, que según Pedro de Valdivia, eran más de cuarenta mil indígenas, luego de cerca de doce días de batalla entre Penco y Andalién se produce la victoria española y dando un gran mensaje a través de los indígenas capturados es que surge el gran odio de Lautaro hacia los españoles comenzando así una gran guerra que duraría trescientos años.

Terminada la empalizada y la batalla de Penco se traza el plano de la ciudad y se empezó la construcción para pasar el invierno, en vista de estos hechos se producen dos hitos, en primer lugar el asentamiento español, ocurrido el 23 de febrero de 1550, que es celebrado hasta el día de hoy como la el aniversario de la comuna de Penco y en segundo lugar la fundación oficial de la ciudad en el bajo del fuerte el 5 de octubre de 1550 con el nombre de “La Concepción de María Purísima del Nuevo Extremo”.

Durante los próximos doscientos años se producen muchos hitos en la historia de Penco entre los cuales podemos mencionar a los mapuches sitiando la ciudad en 1564, la fundación de la Real Audiencia de Concepción que era el máximo tribunal de justicia en España, algo así como la corte suprema, en 1567, la llegada de las monedas como medio de pago en 1601 provenientes de Perú, la formación del Ejército Regular en el año 1603, la habilitación del primer hospital en Chile el año 1603, la primera atracción teatral presentada en Chile fue en Penco denominada “El Hércules Chileno “en 1693, Penco al ser una ciudad puerto propicio el comercio con naves provenientes de Europa con destino a Perú, Ecuador, México y Asia, debido a este movimiento y gracias a la incipiente agricultura en el sector Penco fue denominada “El Granero del Pacífico”, la fundación de la Universidad de Penco (tercera en el país) en 1724, la fundación del primer Banco en Chile en 1738, y las 5 destrucción de la ciudad y sus respectivos levantamientos; en 1554 a manos de Lautaro, en

1555 a manos, otra vez, de Lautaro, en 1570 por un terremoto de 8,3 grados Richter, en 1657 por otro terremoto de 8 grados Richter y la quinta destrucción en 1730 por un nuevo terremoto de 8,7 grados Richter. Si estos hechos no fueran poco la ciudad recibió el ataque de un terremoto el 25 de mayo de 1751 de 8,5 grados Richter con epicentro las costas de Penco, provocando este último hecho el traslado de la ciudad.

### **3.3.1 Siglo XIX**

Llegando al siglo XIX se viven hechos del proceso de la independencia de Chile, llegando a la ciudad de Penco los hermanos Carrera, cayendo en manos de los oficiales de O'Higgins pero logran escapar días después, lo cual demuestra que la ciudad de Penco no estaba ajena a los sucesos de todo este proceso, todo esto sucede en un Molino, dado que en Penco existían muchos molinos por todo el auge de esta producción gracias a los intercambios con barcos europeos, Penco logro un importante desarrollo en la industria de la harina en el primer tercio del siglo XIX y sus molineras eran sin duda de las más avanzadas del país; otro de los recursos encontrados en Penco fue el carbón, siendo usado en primera instancia para las embarcaciones que llegan y abastecerse con el pero no produjo mucho éxito por los comentarios de Charles Darwin quien no lo considero un mineral de mucha calidad peor gracias al descubrimiento de este mineral se instaló en Penco una fundición de cobre, demostrando que el actual ingreso del país también tuvo cede en Penco, en 1848 las minas de carbón de Penco, en cerro verde, eran más famosas que las de Lota y Coronel y viven su mayor apogeo en estas fechas, lamentablemente en 1957 ya se dejó de extraer carbón la mayor rentabilidad que producía el petróleo, llegando así el fin de la empresa carbonífera en Penco.

Con el apogeo del carbón, las transacciones económicas con barcos europeos, se produjo la llegada muy ansiada del Ferrocarril en el año 1889, con el fin de facilitar el transporte de todas las cargas y productos llegados al puerto, en primer lugar las vías solo eran de Penco a Concepción para así asegurar el transporte de los insumos, ya para 1916 las vías del tren pasaban por Lirquén para llegar también a Chillan, ya para el año 1912 se produjo el cierre o cese de todas estas actividades y de ahí en más Penco solo debió sobrevivir con la Pesca y

desde hace casi treinta años que el ferrocarril no es más que un recuerdo para los habitantes de la comuna.



*Ilustración 8. Ferrocarril de Penco. Fuente: <http://ferrocarrilesyramales.blogspot.cl/2013/11/trenes-en-chile-ii.html>*

### 3.3.2 Fanaloza

Otra de las grandes cualidades que encontramos en la comuna de Penco es que existen yacimientos de cuarzo, arcilla y caolín, además de que la industria ballenera genera hueso que también es usada para la creación de la loza, produjo que en 1899 se formara una sociedad de cinco personas: la Sra. Juana Ross de Edwards, Arturo y Agustín Edwards, Joaquín Valledor y Ricardo Tornero, comprando una antigua fábrica de ladrillos, la cual se iría convirtiendo en lo que hoy se recuerda como Fanaloza. Luego de ventas de la empresa y cambios de dueños es el



*Ilustración 9. Logo antiguo Fanaloza. Fuente: <http://pencochile.blogspot.cl/2013/04/las-luces-y-las-sombras-de-fanaloza.html>*

ciudadano español Juan Díaz Hernández quien compra a fines de 1927 esta empresa en un precio de (\$80.000) llamándola “fábrica Nacional de Loza”. Esta empresa se convirtió en algo tan exitoso que hasta se produjo una película de la historia de la empresa, el crecimiento de esta fábrica era muy rápido ya para el año 1931 contaba con más de mil operarios, además de comprar fábricas en Santiago para poder cubrir todas las exportaciones que debían hacer, llegando a casi todos los rincones del mundo, todo este progreso provoco un cambio en la calidad de los trabajadores, quienes pasaron de ser simples agricultores o pescadores a excelentes artesanos de la cerámica. Pero toda esta bonanza so seria eterna y luego de mucho éxito en el año 1981 se declara en quiebra provocando una gran cesantía con más de 850 personas sin trabajo, luego de este en 1982 Feliciano Palma Matus compra Fanaloza al síndico de quiebra cambiándole el nombre a Loza Penco aumentando los trabajadores en más de 3000 operarios pero el 22 de noviembre de 1990, debido a un fraude al fisco, el quinto juzgado de Santiago declara la quiebra definitiva.

### **3.3.3 Siglo XX**

Penco es una ciudad que posee una particular historia social, marcada por dos condiciones. La primera es su playa, desarrollada fuertemente a fines del siglo XIX en los alegres y elegantes veraneos en Penco, época en la que disputaba con Viña del Mar, ser el balneario más concurrido de la época estival; y en segundo lugar, sus industrias, que han estampado fuertemente su sello en la sociedad pencona. Mismas empresas que atraieron a esforzadas familias campesinas, sobretodo en la primera mitad del siglo XX.

Dentro de este siglo podemos ver también hitos históricos de la comuna, como la inauguración del puente de Andalién en 1931; la creación de la Granja Cosmito que fue una proveedora de una gran cantidad de productos alimentarios como: huevos, verduras, leche y carne. Este fundo era muy popular por las grandes y modernas instalaciones que tenía, cuyos diseños provenían de los grandes fundos europeos, fueron pioneros en usar la inseminación artificial en vacas dedicadas a producir leche, esta granja también fue pionera en la producción de alimentos para sus propios animales y comerciar los excedentes para otras granjas, los fuertes de esta empresa era la lechería; criadero de cerdos; gallineros,

hortalizas y labranza pero como toda historia tiene su fin, este fin llego en el año 2010 debido a que las recurrentes evaluaciones de rendimiento arrojaban una rentabilidad mucho menor a la esperada, reduciendo gradualmente las operaciones, hasta terminar con el cierre definitivo, rematando animales, equipos y otros bienes.



*Ilustración 10. Actual fachada Granja Cosmito. Fuente: <http://penco-chile.blogspot.cl/2013/05/cosmito-un-proyecto-de-penco-que-se.html>*

Dentro de los hitos esta la creación del observatorio Elke a manos de Arnoldo Bustos en 1962, gracias a los ingresos obtenidos en la Refinería de Azúcar de Penco, quien también tuvo su época dorada pero llegando a su fin en el año 1984.



*Ilustración 11. Logo Observatorio ELKE. Fuente: <https://twitter.com/obsereelke>*

Como conclusión podemos decir que la Ciudad de Penco fue en gran parte de su historia en el sector más importante de la industria, el comercio, la educación, la cultura y el arte del país y a pesar que las circunstancias de la historia y las condiciones climáticas derrumbaron esta ciudad hasta sus cimientos, ha tenido la fortaleza de manos de su gente para levantarse una y otra vez y esperamos siga siendo cuna de la innovación y el progreso de su gente.

### **3.4 Playa Negra**

Playa Negra está ubicada al sureste de Penco. Es una pequeña caleta que colinda al sur con los muelles de Penco, al este con el mar, al norte con la playa de Penco y por el oeste con la línea férrea, la cual solo da espacio para la tenencia de una sola calle principal. Desde Concepción se puede llegar a la caleta entrando a Penco por la ruta 150 hasta conectar con la calle San Vicente que es de doble sentido o accediendo por calle Freire hasta san Vicente y doblar a mano derecha. Esto en vehículo particular, pero en buses el recorrido es similar per según los paraderos se debe acceder caminando a ella. Su nombre proviene del color de sus arenas, la cual es más oscura que la del resto de la playa. Es este mismo fenómeno natural el cual hace la división de la playa.



*Ilustración 12. Mapa Aéreo de Penco. Fuente: Google imágenes.*

Formada por una hilera de casas, sus habitantes lo componen alrededor de cuarenta familias. La mayoría de ellos adultos sobre los 40 años de edad y más, muchos de los cuales son matrimonios que ya cumplieron la etapa de crianza de sus hijos y hoy en día viven tranquilamente de diversos trabajos como la pesca, limpieza de hogares, vente de platos preparados o simplemente dueñas de casa. Penco es una ciudad conocida por sus playas pero hay una larga historia tras eso, debido a esta historia el municipio decidió que es importante usarla y darla a conocer y como primera medida decidió cambiar el logo de la comuna de “Penco es amor” (debido a la gran cantidad de moteles que existen en el camino que lleva a Penco) a “Penco, ciudad histórica”), historia que debe ser recordada.

### **3.5 Descripción social**

En nuestro país para hacer una descripción social se pueden tomar los datos de la encuesta CASEN, la cual define la pobreza a partir de una canasta básica de alimentos, cuyo valor se actualiza según la evolución de los precios. Con ese valor se definen la línea de indigencia y la línea de pobreza (\$32.067 y \$ 64.134, respectivamente para CASEN 2009). Estos datos fueron obtenidos del reporte Comunal y Estadístico de Penco de los años 2012 y 2013.

Dicho lo anterior, la información entregada en los últimos reportes arrojó los siguientes resultados:

Tabla n°2: Población según pobreza

Pobreza en las Personas	Comuna
Pobre Indigente	2.716
Pobre no Indigente	12.606
No Pobre	37.271
Total	52.593

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.

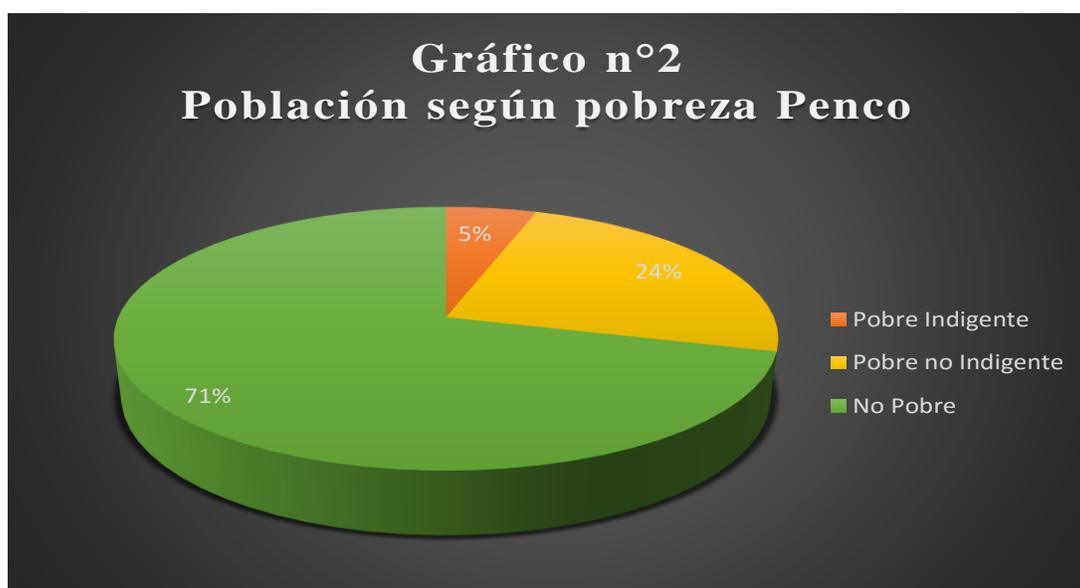


Ilustración 13. Población según pobreza. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.

Observando los datos se puede ver claramente que más del 70% de la población clasifica como no pobre, esto quiere decir que las personas encuestadas pueden cómodamente cubrir las necesidades básicas que surjan, mientras que un 24% si bien no es indigente, significa que puede cubrir una canasta básica de alimento pero no una de necesidades básicas.

Ahora es necesario ahondar en las causas de los bajos ingresos, no podemos fuera el hecho de que Penco se ha transformado en una comuna de servicios, como comercio, hospedaje,

etc. Pero todo da vueltas dentro de la misma comuna, es por este motivo que se quiere dar una nueva imagen y potenciarla como una ciudad histórica y pero al mismo tiempo con diversos atractivos como el polo gastronómico o la cancha de patinaje que son de interés para grandes y chicos.

Hablando a nivel de los hogares de la comuna de Penco, los resultados son similares, la gran mayoría de los hogares no son pobres y pueden cubrir tanto una canasta de alimentos como las necesidades básicas que puedan tener. Como muestran los datos a continuación:

Tabla n°3: Hogares según pobreza

Hogares según pobreza	Comuna Penco
Pobre indigente	683
Pobre no indigente	3.102
No pobre	10.676
Total	14.461

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.

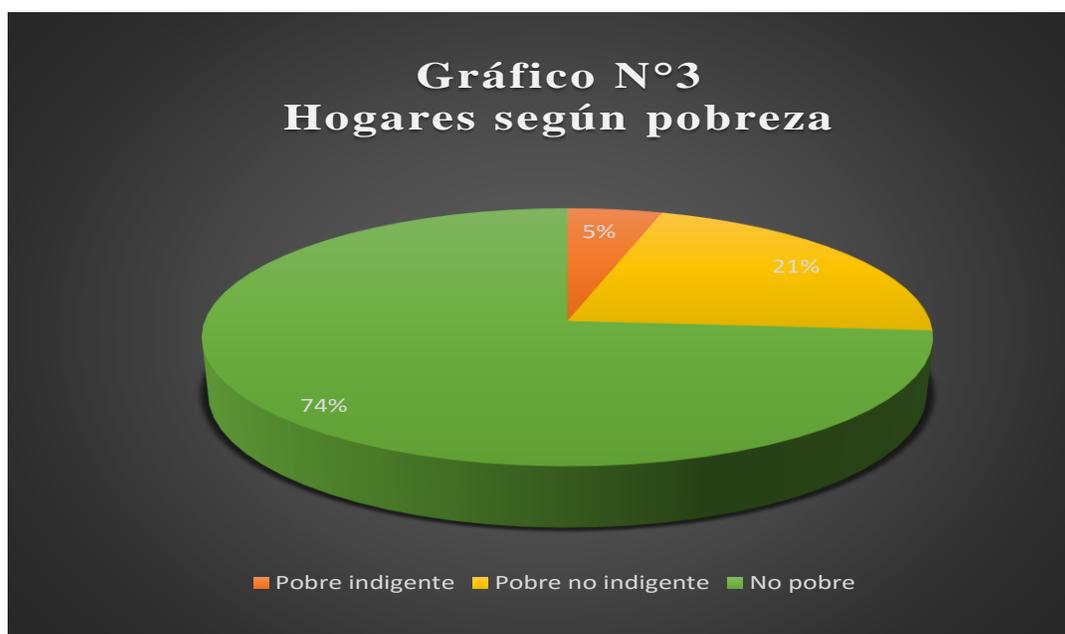


Ilustración 14. Hogares según pobreza. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.

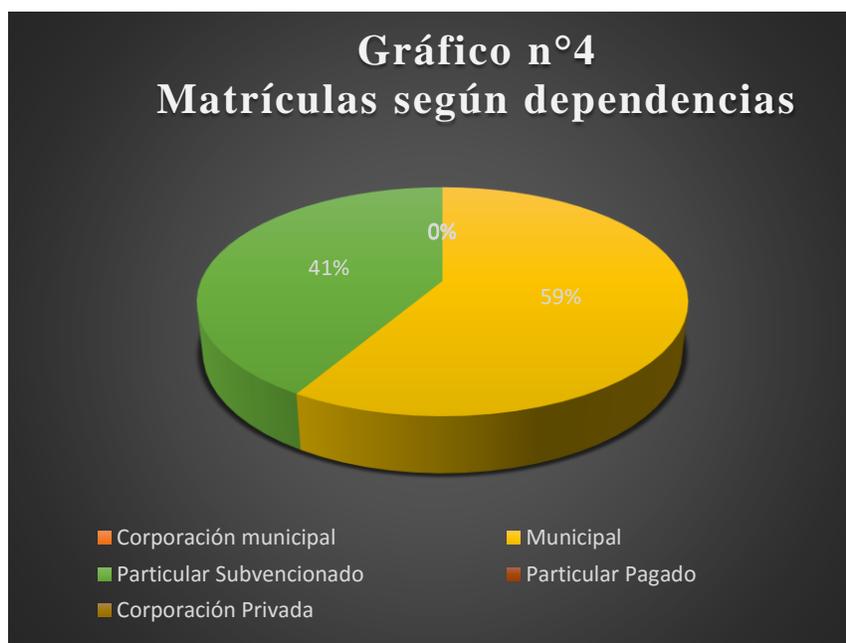
El polo gastronómico es claramente una propuesta económica, de turismo, la cual pretende atraer a muchas personas levantando así la alicaída economía de la comuna.

En el área de educación la información es la siguiente:

Tabla N° 4: Matrícula por dependencia 2007-2012

<b>Matrícula según Dependencia</b>	<b>2012</b>
Corporación municipal	0
Municipal	4.334
Particular Subvencionado	3.072
Particular Pagado	0
Corporación Privada	0
<b>Total</b>	<b>7.406</b>

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013 comuna de Penco, en base a matrículas, Ministerio de Educación (MINEDUC). Extracto. Elaboración propia.



*Ilustración n° 15: Matrículas según dependencias. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco, en base a matrículas, Ministerio de Educación (MINEDUC). Extracto. Elaboración propia.*

En lo referente a la educación, en la comuna un 62,6% de la matrícula corresponde a establecimientos municipales mientras que el 37,4% restante pertenece a particulares subvencionados. Los resultados promedio obtenidos por los alumnos que estudian en la

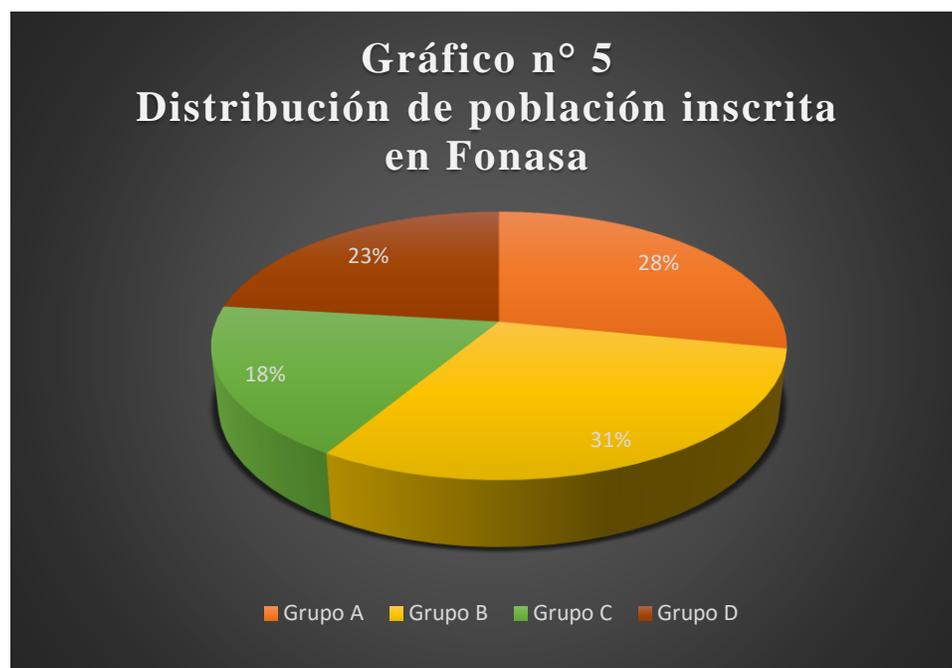
comuna, en las pruebas SIMCE 2012, en general no difieren significativamente (en términos estadísticos) del promedio regional y nacional.

En el ámbito de salud la información obtenida es la siguiente:

Tabla N° 5: Distribución de población inscrita en Fonasa

Población según tramo	Cantidad
Grupo A	11.987
Grupo B	12.929
Grupo C	7.777
Grupo D	9.820
Total	42.513

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013 comuna de Penco, en base al Departamento de Estadísticas e Información de Salud (DEIS). Elaboración propia.



*Ilustración n° 16. Distribución de población en Fonasa. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco, en base al Departamento de Estadísticas e Información de Salud (DEIS). Elaboración propia.*

Actualmente, Penco cuenta con un hospital y cuatro centros de salud ambulatorias en la comuna. Éstos son:

- Hospital Penco Lirquén, ubicado camino a Tomé s/n.
- Centro de Salud Familiar Penco, ubicado en Freire N° 502. Que además presta servicios de atención primaria de urgencias.
- Centro de Salud Familiar Lirquén, ubicado camino a Tomé s/n.
- Centro Comunitario de Salud Familiar Cosmito, ubicado en Villa Cosmito s/n.
- Centro Comunitario de Salud Familiar Los Forjadores, ubicado en Diego Portales s/n, Población Los Forjadores.

En gráficos anteriores se mencionó que el total de habitantes de la comuna de Penco proyectado para el 2012 era de 54.114. Si a esto le restamos los 42.513 inscritos en Fonasa nos da como resultado que el 78,56% está en este organismo público, dejando el 21,43% en isapres.

Cabe destacar que estas cifras fueron arrojadas por el Departamento de Estadísticas e Información de Salud (DEIS) del Ministerio de Salud de Chile.

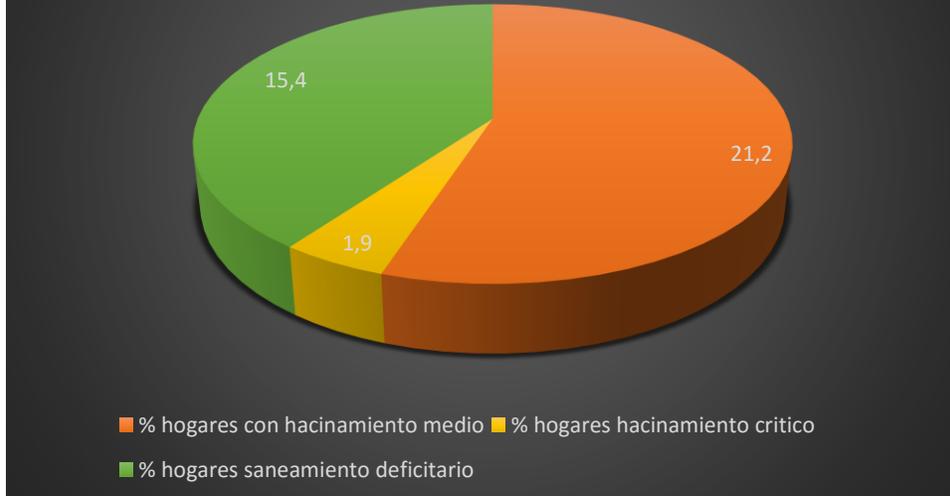
Estudiando el tema de los hogares y sus viviendas, los datos arrojan la siguiente información:

Tabla N°6: Calidad de vida en los hogares

<b>Estado de hogar</b>	<b>%</b>
% hogares con hacinamiento medio	21,2
% hogares hacinamiento critico	1,9
% hogares saneamiento deficitario	15,4

*Fuente: Reporte Comunal: Penco, Región del Bio Bío. Versión preliminar. Año 2013. Elaboración propia.*

## Gráfico n°6 Calidad de vida en los hogares



**Ilustración n° 17. Calidad de vida en hogares. Fuente: Reporte Comunal: Penco, Región del Bio Bío. Versión preliminar. Año 2013. Elaboración propia.**

Estos porcentajes son obtenidos calculando el índice de hacinamiento<sup>12</sup> que es la razón entre el número de personas residentes en la vivienda y el número de dormitorios de la misma, considerando piezas de uso exclusivo o uso múltiple. Contempla las categorías: sin hacinamiento, medio y crítico.

Según el resultado se considera un hogar con hacinamiento medio a aquel donde por dormitorio dentro de la vivienda haya 2,5 a 4,9 personas. En el caso de hacinamiento crítico el número de personas por habitación debe ser de 5 y más. Para que no exista hacinamiento, por dormitorio debe haber 2,4 y menos personas.

Según los datos obtenidos más del 60% la población no presenta hacinamiento, mientras que el hacinamiento medio ocupa pasado el 20%, quedando muy por debajo con menos de un 2% el hacinamiento crítico. Pero lo realmente preocupante es 15,4% de los hogares que presentan saneamiento deficitario<sup>13</sup> lo que se traduce en que puede presentar problemas con la disponibilidad de agua como por ejemplo que tenga llave dentro del sitio pero fuera de la

<sup>12</sup>Para más información visitar: [http://reportescomunales.bcn.cl/2012/index.php/Glosario#.C3.8Dndice\\_de\\_Hacinamiento](http://reportescomunales.bcn.cl/2012/index.php/Glosario#.C3.8Dndice_de_Hacinamiento)

<sup>13</sup> Para más información visitar: [http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen\\_def\\_vivienda.php](http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen_def_vivienda.php)

vivienda o no tiene sistema o que la acarrea; o problemas con el servicio higiénico como sería tener letrina sanitaria conectada a pozo negro, o cajón sobre pozo negro, o cajón sobre acequia o canal, o cajón conectado a otro sistema, o no tener servicio higiénico (WC). O en peor de los escenarios, presentar ambos casos.

En relación al ámbito de ingresos, la comuna presenta los siguientes datos:

Tabla N°7: Ingreso promedio de habitantes

Ingresos	Año 2013 (pesos \$)
Penco	464.300
Región	491.100
País	563.400

Fuente: Reporte Comunal: Penco, Región del Bío Bío. Versión preliminar. Año 2013. Elaboración propia.

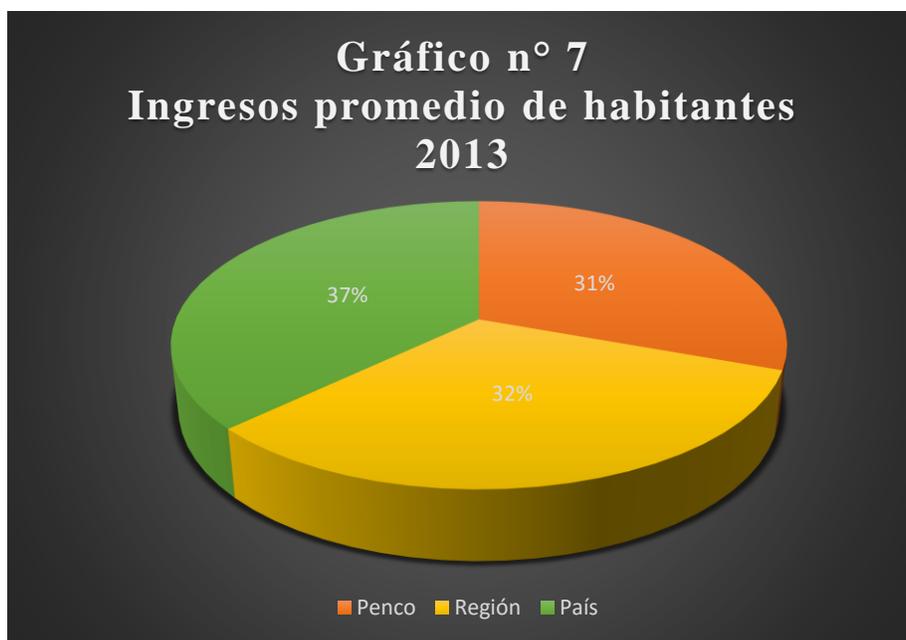


Ilustración n°18. Ingresos promedio año 2013. Fuente: Reporte Comunal: Penco, Región del Bío Bío. Versión preliminar. Año 2013. Elaboración propia.

Se puede observar que los habitantes de Penco están cerca de ingreso promedio de la región, con una diferencia que bordea los treinta mil pesos, pero la diferencia aumenta al compararlo con el ingreso promedio del país ya que la brecha aumenta significativamente llegando casi a los cien mil pesos.

### 3.6 Descripción economía

Durante el siglo XX, Penco fue uno de los centros industriales más importantes del sur de Chile con su Compañía Refinería de Azúcar de Viña del Mar (CRAV), la Vipla (fábrica de Vidrios Planos de Lirquén, posteriormente Vidrios Lirquén), la Fábrica Nacional de Loza (Fanaloza, posteriormente Lozapenco), la COSAF, las minas del carbón de El Refugio, el puerto de Lirquén, fábricas de calzado, entre otras actividades de régimen económico secundario.



*Ilustración 19. Granja Cosmito. Fuente: <http://penco-chile.blogspot.cl/2015/08/el-paraiso-de-penco-la-desaparecida.html>*

En la actualidad Penco pasó de ser una comuna industrial a una comuna de servicios. Así lo confirman los datos arrojados por un estudio de actualización de zonificación costera de la región del Biobío, realizado por el Gobierno de Chile, Gobierno Regional del Biobío y la Universidad de Concepción en conjunto con otras entidades el año 2013. En él se concluye que Penco en relación a desarrollo económico tiene como roles primarios los temas:

- Portuario
- Comercial
- Residencial

Y como roles secundarios:

- Turístico
- Equipamiento y Servicios
- Pesquero
- Industrial

Llevando esto a números, tomamos como base los indicadores económicos de la encuesta CASEN realizada 2011 utilizados en el Reporte Comunal y Estadístico de la comuna del año 2013, cuyo objetivo es dar a conocer periódicamente la situación de los hogares y de la población y estimar la magnitud de la pobreza en sectores prioritarios para políticas sociales, identificar las carencias y demandas de la población en áreas como salud, educación, vivienda, trabajo e ingresos y evaluar las brechas que separan los segmentos de la población.

Esta encuesta es realizada por el Ministerio de desarrollo Social y sus resultados permiten evaluar el impacto de las Políticas Sociales, la cobertura, focalización y distribución del gasto fiscal.

Cabe mencionar que utilizaron los datos del año 2011, ya que fue de conocimiento público que la última encuesta, realizada el año 2012, presentó varios y garrafales errores por lo que sus datos no son 100% confiables.

### 3.6.1 Datos estadísticos

Según los datos del Reporte Comunal y Estadístico de la comuna del año 2012, del total de la población encuestada, el 7% se encontraban desocupados, esto quiere decir, que eran personas de 15 años de edad y más que no tenían empleo. El 44% se encontraban ocupados, esto quiere decir que si poseían un empleo mientras que el 49% se encontraba inactivo, es decir, que no caía en ninguna de las categorías anteriores y por lo tanto no formaban parte de la población económicamente activa.

Tabla N°8: Situación ocupacional

Habitantes	Ocupados	Desocupados	Inactivos
Población Comuna de Penco 2009	18.986	2.842	20.823

*Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2012: Comuna de Penco. Elaboración propia.*



*Ilustración n°20. Situación ocupacional. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2012: Comuna de Penco. Elaboración propia.*

Tabla N°9: Número de empresas según rubro, Penco 2011

Origen	Comuna
Industrias manufactureras no metálicas	115
Construcción	144
Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos	720
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	216
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	90
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	35

*Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.*



**Ilustración n° 21. Empresas según rubro. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.**

Por otro lado podemos apreciar que la mayor parte de las empresas de la comuna de Penco ha cambiado drásticamente de dirección si las comparamos con los rubros de años anteriores como las minas de carbón o la refinería de azúcar.

Lo que si aún se puede observar como un gran perseverante del tiempo a Fanalozza, hoy Lozapenco, el cual ha sabido adaptarse a los cambios y sortear los diversos problemas que han surgido a lo largo de su historia.

**Tabla N°10: Número de trabajadores por rama de actividad, Penco 2011**

Origen	Comuna
Industrias manufactureras no metálicas	1.042
Construcción	996
Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos	980
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	682
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	4.079
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	731

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.



**Ilustración n° 22. Trabajadores según rubro. Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Reportes Estadísticos y Comunales 2013: Comuna de Penco. Elaboración propia.**

Si comparamos las tablas y gráficos del número de empresas por rama de actividad versus el número de trabajadores por rama de actividad se observa que en la primera tabla se nombran las cinco principales áreas que abarcan el mayor número de empresas, mientras tanto en la segunda tabla se pueden apreciar que las mismas áreas son las que contienen el mayor número de trabajadores, entonces podemos decir que las relaciones son proporcionales, con esto nos referimos a que a mayor número de empresas, mayor la cantidad de trabajadores. La única que presenta una excepción es el área de otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales donde pese a que el número de empresas en este rubro ha disminuido la cantidad de personas que trabajan en él ha aumentado.

Tabla N° 11: Sector productivo comuna de Penco

Sector	N° Patentes
Industrial	42
Comercial	468
Profesional	88
Alcoholes	200
De Servicios	70
Micro empleo	109
<b>Total</b>	<b>977</b>

Fuente: Oficina Municipal de Información Laboral, OMIL. Elaboración propia.

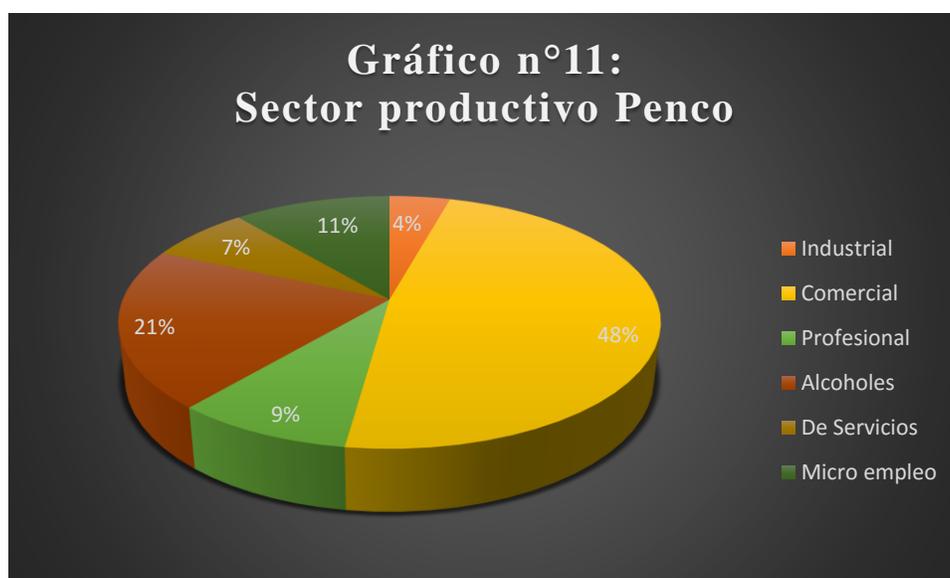


Ilustración 23. Gráfico sector productivo. Fuente: Oficina Municipal de Información Laboral, OMIL. Elaboración propia.

El sector productivo que más relevancia tiene en la comuna de Penco es el sector comercial, como se muestra en la tabla n 11, existen 468 patentes de este sector, lo que refleja que es una de los sectores que genera trabajo en la comuna, otro sector de relevancia por la cantidad de patentes es el sector de alcoholes que tiene 200 patentes distribuidas por toda la comuna.

### **3.6.2 Actividad portuaria**

La comuna de Penco se caracteriza por dos grandes ítems, una son sus playas aptas para el baño en la época de verano las que sin duda también pueden disfrutarse el resto de la año pero sin ingresar a sus aguas, y la segunda por sus grandes muelles presentes en Penco y Lirquén que ayudan a la economía de la comuna.

#### **✓ Muelles de Penco**

Muelles de Penco S.A. se define como una empresa portuaria especializada en la carga, descarga, almacenaje, ensacado y mezcla de fertilizantes, entre otros servicios para diversos servicios de gráneles sólidos, además de entregar un servicio con mayor valor agregado, donde sus clientes no sólo pueden descargar sus productos sino que también almacenarlo, procesarlo y despacharlo

#### **Historia**

Las instalaciones de Muelles de Penco S.A. anteriormente fueron la Compañía Sud Americana de Fosfato S.A. (COSAF S.A.) que fue creada en 1955 y se especializó en la elaboración de productos para la agricultura, ricos en fosfato y calcio, su mercado principal abarcó entre las regiones del Maule y de Los Lagos y en 1985 se desarrollaron los primeros fertilizantes usando mezclas físicas, especialmente dirigidos a frutas y hortalizas. Pero debido a la entrada de productos importados al mercado, la obsolescencia de las instalaciones y otras variables político- económicas no pudo mantener su continuidad.

De este modo el 7 de Diciembre de 1990 se celebró una Junta General Extraordinaria de Accionistas con el objeto de tratar la división de la sociedad, cambiando su nombre por el de “Muelles de Penco S.A.”, considerándose, para todos los efectos, como la continuadora de la Compañía. Sud Americana de Fosfatos S.A. y formando una nueva sociedad para la producción de fertilizantes, denominándose “Compañía Sud Americana de Fertilizantes S.A.”

## Actualidad

Su objetivo es ser Puerto Marítimo y para desarrollar dicha actividad cuenta con concesión marítima sobre sector playa, fondo de mar y porción de agua, mediante Decreto Supremo de Marina N° 37 con vigencia hasta finales del año 2022 y que puede ser renovable.

Entre sus instalaciones y equipamiento cuenta con un muelle de mecanizado y un sitio de atraque con grúa de puerto y un sistema de cinta transportadora. Además cuenta con once bodegas graneleras conectadas desde la nave a través de cintas transportadoras y con tres plantas de mezcla de fertilizantes también conectadas desde la nave, y un sistema de pesaje estático e la descarga. Asimismo dispone de accesos ferroviarios al puerto, romana de camiones y de ferrocarriles.

Durante el año 2014 el total de cargas transferidas fue de 491.962 toneladas, de esa cifra el 47% correspondió al grupo de granos, el 30% a fertilizantes y el 23% restante al grupo de productos industriales.

Dentro de sus principales clientes se encuentran Soquimich Comercial S.A., Iansa S.A., y Catamutún Energía S.A. Los servicios portuarios prestados a los anteriormente mencionados clientes se encuentran regulados mediante contratos al igual que los arriendos de las instalaciones de plantas de mezclas y canchas de acopio.



*Ilustración n°24. Muelles de Penco. Fuente: <http://www.muellesdepenco.cl/mdp/home-page/>  
Elaboración propia*

Es así como esta empresa portuaria, ubicada en la bahía de Concepción, aprovechó no solo la infraestructura de la antigua COSAF S.A. sino que también su experiencia en el rubro de manejo de estos sólidos. Además de fertilizantes trabajan con la descarga de carbón, caliza, trigo, maíz, gluten, cebada, coqueta y sal utilizados en el área industrial de la Octava y Novena región de nuestro país.

Gracias a su vasta trayectoria y experiencia ha logrado ser merecedor de la obtención de diversos contratos a largo plazo con diversas empresas. Lo que se traduce en una participación del 37% del mercado de nuestra región y del 15% del mercado nacional.

### ✓ Puerto de Lirquén

Con una trayectoria de más de sesenta años, Puerto de Lirquén, es un icono esa localidad que forma parte de la comuna de Penco aunque muchos, por no decir miles de turistas y veraneantes creen que son comunas distintas, y que va de la mano con la gastronomía del sector, el cual está lleno de cocinerías que ofrecen sus platos en base a productos del mar en el denominado Barrio Chino. Este puerto hoy en día cumple el rol de terminal multipropósito ofreciendo servicios de almacenaje y bodegas para lo cual consta de amplias instalaciones, patios para descarga, bodegas y contenedores para cumplir con las necesidades de sus clientes que corresponden a exportadores, importadores y armadores.

### **Historia**

Puerto Lirquén S.A. presenta la siguiente cronología:

- 1953: nace como puerto comercial cuando la Carbonífera Lirquén S.A. decide alargar su muelle para permitir el atraque directo de naves y así evitar el embarque de carbón a través de anchones. Ese mismo año la carbonífera decide aportar bosques para la creación de la sociedad Forestal Lirquén S.A.
- 1955: Forestal Lirquén S.A. compra a la Cía. Carbonífera el muelle con un terreno adyacente y cambia el nombre por el de Muelles y Bosques S.A.,

dedicándose a la explotación del muelle en competencia con los restantes puertos de la zona, además de la explotación de bosques.

- 1970: los accionistas de Bosques Lirquén S.A. deciden constituir una nueva empresa para continuar explotando el muelle, sus bodegas y patios pero de forma separa de los bosques, dando paso a la creación de Puerto Lirquén Ltda., con aportes de Forestal S.A., Muelles y Bosques S.A., y Empresa Industrial El Mercurio S.A.
- 1982: Puerto Lirquén Ltda. cambia de responsabilidad limitada a sociedad abierta pasando a Puerto Lirquén S.A.



*Ilustración n° 25. Puerto de Lirquén. Fuente: <http://www.puertolirquen.cl/>. Elaboración propia.*

En sus inicios se embarcaba carboncillo extraído de la mina, fosforita y azúcar en saco. Pero esto no duro mucho tiempo y en 1958 fueron sustituidos por descargas de trigo y fertilizantes a granel. En la misma época comenzaron a surgir los primeros embarques de madera aserrada y posteriormente los de papel y celulosa.

### **Actualidad**

Durante el año 2014 Puerto Lirquén S.A. movilizó 4.631.969 toneladas de las cuales el 74% correspondieron a carga break bulk (mercancía que no es puesta dentro de un

contenedor) y el 26% a carga en contenedores. Lo anterior se traduce en una participación del mercado de la región del Biobío del 21,4%.

Dentro de los productos con los que trabaja encontramos productos forestales, como celulosa, madera, rollizos; productos de carga a graneles como carbón, sal, astillas, comestibles; e industriales y fertilizantes entre otros.

Puerto Lirquén se preocupa de incorporar diversas tecnologías para mejorar de forma continua los servicios otorgados a sus clientes. Entre los principales clientes de Puerto Lirquén destacan exportadores forestales como Arauco y CMPC, y armadores como Gearbulk, Grieg Star, Nippon Yusen Kaisha (NYK), MUR Shipping, Nachipa y Western Bulk Carrier, entre otros.

Al conocer la actualidad y la historia de Penco es posible centrarse en hacer un diagnóstico para poder hacer propuestas.

### **3.7 Diagnóstico**

Para poder realizar el diagnóstico era necesario conocer la impresión de los mismos habitantes de la comuna, así como también es necesario saber que se dice de Penco en otras partes de la región.

En base a esto se realizaron varias entrevistas (ver Anexo 03) a distintas personas como, profesores, emprendedores, miembro de la sociedad histórica de Penco, autoridades municipales.

- El primer gran problema queda demostrado con tan solo llegar a la plaza, el transporte público llega ahí y los automóviles también están obligados a pasar por la plaza si quieren seguir hacia otros destinos, la señalética es pésima, los entrevistados, quienes

trabajan en la plaza, dicen que en verano los turistas llegan a la playa solo por inercia o siguen la corriente, no hay señalética que diga hacia donde está la playa, así como tampoco hay nada que indique donde está la oficina de turismo o las casetas de información, en cuanto al sector de Playa Negra es peor, esta playa se encuentra a escasas 4 cuadras aproximadamente de la plaza pero un turista esporádico no tiene por qué saber el nombre de las calles, las cuales si están señalizadas, por lo tanto no sabe cómo llegar al sector. Así que la primera medida para fomentar el turismo es facilitar al turista llegar al lugar que desea, esto es trabajo de la municipalidad, no solo se deben señalar las calles, sino también señalar los sectores a los cuales llevan estas calles y también colocar en la plaza una especie de mural que ayude al turista con información: calles, lugares turísticos, teléfonos de emergencia, entre otros.

- La plaza es un lugar de encuentro pero está muy descuidada, la pileta a veces tiene el agua muy sucia, existe una pista de skate toda rallada, los bancos también, esta plaza debe ser remodelada y cuidada, en entrevista con autoridades del municipio dio a conocer que pronto empezaran los trabajos y será una plaza inclusiva para discapacitados y con un estilo colonial.
- La pavimentación es otro problema, en el centro de Penco y acceso a la playa principal no hay problema en relación a esto pero en el sector de Playa Negra si, al llegar a la entrada a la playa hay 2 caminos, uno lleva al frontis de las casas y a una empresa que trabaja en el muelle, este si esta pavimentado pero el acceso a la playa, donde están ubicadas un par de restorán no, el camino es de tierra y lógicamente en invierno se convierte en un barrial con acumulación de agua haciendo muy difícil el acceso, dentro de los trabajos que debe hacer la municipalidad debe ser contemplada la pavimentación de este sector para que sea más fácil llegar a él.

- Hasta el momento existe solo una entrada al sector por el camino de tierra mencionado anteriormente, por el otro lado se encuentra el muelle, por lo tanto entrar y salir del es difícil no solo por ser de tierra, sino que dar vuelta el vehículo para salir es difícil, al momento de pavimentar la calle se debe hacer una rotonda que haga más expedita la salida, crear una salida alterna al sector o conectar la calle con la carretera para hacerlo más fácil aun.
- El lugar donde convergen todos los turistas al llegar a Penco es la plaza, la cual no ofrece el servicio de baños como la mayoría de las plazas de la región, la plaza esta entrara pronto en proceso de renovación, por lo tanto se debería añadir esto a la plaza.
- La seguridad es algo que definitivamente debe mejorar, existen opiniones encontradas de acuerdo a este tema, algunos encuentran que es una comuna muy segura, donde se ven muy poca delincuencia, salvo asaltos pequeños a vendedores ambulantes pero en entrevistas con locatarios de restorán se demuestra que no es así, ellos deciden cerrar sus locales, no más tarde de las media noche, a pesar de tener patentes para funcionar hasta las cinco de la madrugada, esto por miedo a los delincuentes, quienes asaltan a la salida del loca y por miedo también a que asalten sus locales, por lo tanto se dice que en general no hay delincuencia pero el miedo con el que viven demuestra lo contrario, por lo mismo es necesario aumentar las rondas de carabineros, colocar vehículos policiales en puntos claves como Playa Negra para asustar a la delincuencia.
- La seguridad en la playa misma es algo preocupante, en entrevista con autoridades del municipio comento que los jóvenes van a la playa a beber alcohol lo que provoca a gente pidiendo dinero en las calles, inseguridad en las personas que visitan el sector, entre otras, las rondas en la playa deben ser más habituales y poner más cuidado en las noches.

- La iluminación en Playa Negra es primordial, es un sector muy poco iluminado, existe algo de iluminación por la calle del frontis de las casas pero el sector que da a la playa no o muy poco, esto asusta al turista y perjudica a los emprendedores, es necesario mejorar la iluminación, esto hará un sector más amigable, acercara al turista y alejara la delincuencia.
- El transporte público no llega de forma directa al sector de Playa Negra, desde Concepción a Penco deja a unas cuatro cuadras, en sentido contrario es una cuadra menos, esto funciona para las personas que ya saben cómo llegar al sector, para el turista ocasional, lo más fácil es llegar a la plaza y desde ahí llegar a Playa Negra, por lo tanto se podría crear un paradero especial indicando a los pasajeros que desde ahí se llega a Playa Negra o intentar acercar más el transporte público.
- Al lado de Playa Negra existe un muelle y la entrada de camiones esta por el frontis de las casas, lo que lo hace peligroso para las familias que van con niños, es necesario reducir el número de camiones que transitan por ahí, colocar lomos de toro para que reduzcan velocidad o hacer una entrada alternativa para ellos.
- Este muelle se proyecta muchos kilómetros dentro del mar, deteriorando un poco la vista del lugar, se propone crear una barrera natural, con árboles por ejemplo que el impacto visual no sea tan grande para el turista, no es agradable ir a un sector a comer y encontrarse con un muelle en plena faena.
- En relación a la vista a la playa, está la orilla de playa, luego un sector con pasto con algunos neumáticos en forma de asiento, la vista en si es hermosa, pero se debe mejorar para que todo el sector se vea uniforme, crear una plazuela, mejorar el pasto, que no sea un pasto salido como maleza, lo que fomentaran los paseos por la orilla de la playa.

- En el sector de Playa Negra existen familias que tienen problemas con el alcantarillado, solucionar esto es fundamental para lograr certificación del servicio de salud.
- Penco es conocida como una ciudad humilde y da la sensación que solo gente humilde debe visitarla pero Penco fue la playa de la alta sociedad en tiempos antiguos, por lo mismo se debe cambiar esta imagen que se tiene de Penco para hacerla más inclusiva y que familias de todas las clases sociales la visiten.
- El turismo debe ser pensado para todos los visitantes, por lo tanto el sector debe ser inclusivo con las personas con alguna discapacidad, afortunadamente toda la construcción partiría de cero por lo tanto se puede tener en cuenta desde un principio acceso para sillas de ruedas, que sea un sector amigable para cualquier tipo de discapacidad y también para adultos mayores.
- En relación a la tercera edad y discapacitados, es necesario que se les pueda brindar acceso fácil a la orilla del mar mismo, en Chile existe Odoor Movilidad Inmersiva, una empresa que creo las sillas de ruedas para playas y nieve, la municipalidad debe facilitar el acceso a la playa a todas las personas y ponerse en contacto con una empresa como esta podría ayudar (ver Anexo 04).
- Existen muy pocas áreas verdes en la comuna, muy pocos árboles, la municipalidad ha visto esta necesidad y han hecho campañas de replantar arboles alrededor de toda la comuna, esta idea resulto muy acertada y la gente ha cuidado de estos árboles, por lo tanto la población conoce la necesidad de áreas verdes y arboles a lo largo de toda la comuna.

- La limpieza en una playa es fundamental, es necesario crear conciencia en la sociedad que el medio ambiente debe ser cuidado, por esta razón se implementaron puntos verdes en la comuna donde se puede ir a dejar la basura, además hay contenedores de desperdicios con su respectiva información para que son, ahora bien, esto no está en todos los sectores de la comuna, Playa Negra no debe quedarse al margen y debe tener contenedores para dar una imagen de comuna verde.

La visión del alcalde Víctor Hugo Figueroa es hacer de Penco una ciudad turística e histórica, cambiar el slogan del municipio de “Penco es amor” a “Penco ciudad histórica” es algo muy valioso pero esta historia debe ser reflejada en cualquier lugar de la comuna.

- En la comuna solo existen dos casetas turísticas, una ubicada en Lirquén, en un lugar no muy accesible, y la otra en Penco, al momento de ser visitadas ambas se encontraban cerradas, si bien la vida turística en Penco ha vuelto hace muy pocos años, es necesario que las casetas de información al turista estén abiertas, que se entreguen revistas, que se mencionen lugares atractivos de visitar, entre otros.
- La estacionalidad es algo con lo que hay que luchar, el turismo no solo debe ser verano, hay que aprovechar la belleza que ofrece el paisaje en todas las estaciones del año, por lo tanto se debe hacer promoción a la comuna a lo largo de todo el año
- Aprovechando la copa américa se entregaron flyers<sup>1</sup> en el aeropuerto para promocionar la comuna, esto es una muy buena iniciativa pero se debe hacer de forma constante y no solo en el aeropuerto, se deben agregar los terminales de buses, paraderos del transporte público y casetas turísticas de otras comunas.
- El reparto de folletos y cualquier tipo de información en papel de Penco se realiza en las oficinas de turismo o SERNATUR que no está bien señalizadas, también en las casetas de turísticas que al momento de ser visitadas se encontraban cerradas, por lo tanto se deben mejorar los horarios de atención y dejar publicidad en lugares visitados, bancos, supermercados, entre otros.

- En la oficina de SERNATUR en Concepción no existe ningún tipo de información acerca de Penco, tampoco en la caseta turística de la plaza de Concepción, es entendible que el turismo se haya vuelto algo competitivo entre localidades las oficinas de SERNATUR deben tener información no solo de su comuna, sino de las aledañas.
- La playa de Penco cuenta con una costanera muy bonita a lo largo de su playa principal, sería importante que esta costanera se alargara hasta Playa Negra mismo para fomentar los paseos por ella, debe tener ciclo vías para fomentar el deporte y la vida sana, además de miradores para apreciar el mar.
- El turismo es una actividad muy noble y abarca distintas áreas, no solo la gastronomía, se debe fomentar en la población el espíritu emprendedor y darle las herramientas para que sea capaces de levantar otros tipos de proyectos turísticos como hospedajes, arriendos de bicicletas para la playa, pubs para la juventud, fomentar las artesanías con herramientas propias del lugar, crear paseos turísticos, entre otros.
- En entrevistas con personal de la municipalidad dijeron que no hay o es muy poco conocido el alojamiento en la comuna, esto es un gran problema para los turistas, si se quedan sin transporte colectivo no tienen donde quedarse, es importante fomentar la creación de algún hostel u hospedaje, sabemos que dentro del grupo de emprendedores de Playa Negra hay una persona que tiene un hospedaje pero es muy poco.
- Desde noviembre hasta que termina el verano en adelante se realizan actividades en la comuna, obras de teatro, recreaciones de fechas importantes, entre otras pero se deja de lado todo el resto del año, se debe promocionar la comuna en todo el año para disminuir la estacionalidad.

- En el sector de Playa Negra se han realizado dos años seguidos una fiesta costumbrista con mucho éxito, sin incidentes delictuales, ni accidentados, salvo un joven con un problema de presión al recibir un premio, por lo tanto se pueden realizar actividades así durante el año, quizás agregando una ambulancia y profesionales de la salud para no tener problemas de este tipo.
- En Penco existe un lugar histórico como La Planchada, es un fuerte que tiene más de trescientos años y que se encuentra abandonado y rayado, es necesario conseguir los fondos para poder restaurar este lugar, así crear caminatas al lugar o excursiones al lugar aprovechando que al final de este fuerte se encuentra un túnel que da a Lirquén.
- Existen hallazgos arqueológicos de dinosaurios en Penco, este es otra fuente de turismo que no es aprovechada, se puede usar de distintas maneras para fomentar el turismo, crear un parque, hacer una plaza o una excursión contando la historia de este hallazgo.
- Últimamente se ha dado a conocer la posibilidad de que en Penco se encuentra un hallazgo histórico, se trata de los restos de los gobernadores del reino de Chile, Francisco Villagra y Alonso de Ribera, quienes estarían enterrados frente a la plaza, esto también puede ser usado como atractivo turístico, hacer participar a los turistas en la investigación o el proceso de búsqueda.
- En el año 2004 mientras se construía la ruta interportuaria se encontraron huesos de una mujer con más de cinco mil años antigüedad, posteriormente se encontraron más huesos de adultos y niños, además de utensilios para la pesca y puntas de proyectiles, entre otros utensilios, esto es de una riqueza histórica gigante, sería impresionante que los turistas puedan acceder a este lugar con un arqueólogo o alguien capacitado para contar la historia del lugar y de los hallazgos.

- En los puntos anteriores se mencionaron hallazgos arqueológicos en la comuna que probablemente terminen en algún museo en Concepción, para que la comuna pueda hablar de historia, tiene que tener un lugar físico donde mostrar toda estos hallazgos, la historia y la cultura de la comuna, por eso cobra fuerza la idea de crear un museo donde poder mostrar todo esto.
- Como ciudad histórica que se quiere llegar a ser, se debe leer esta historia desde que uno llega a la comuna, que las calles hable, la infraestructura, las decoraciones, entre otras.
- La historia debe ser aprovechada desde la niñez, para tener jóvenes conscientes de su historia, deben conocerla y valorarla desde pequeño, se debe fomentar la historia de la comuna en los colegios desde temprana edad.
- La forma de hacer publicidad a la comuna es muy básica y quizás anticuada, se usan gigantografías, páginas webs, redes sociales como el Facebook, diarios y radios comunales y una camioneta que promociona los eventos con megáfonos, en la región existen dos canales regionales que deben ser usados para promocionar las actividades más importantes de la región, fiestas costumbristas, ramadas, visitas de artistas, etc. Una forma práctica de hacer turismo con las Rutas Turísticas en Penco no existe ninguna y hay suficientes lugares con los cuales se podrían realizar estos proyectos.
- Ruta Gastronómica, una vez funcionando el Polo gastronómico de Playa Negra, se podrían asociar con algunos cafés del sector y llegar al mismo Barrio Chino de Lirquén.
- Ruta Histórica existe La Planchada, existen edificios antiguos los cuales pueden ser mostrados mediante estas rutas, cada una contando la historia de la comuna a través del tiempo.

- Ruta Arqueológica, restos prehistóricos, restos de comunidades con más de tres mil años de antigüedad, la búsqueda de los antiguos gobernadores, son lugares que los turistas gustarían de conocer y que deben ser puestos en una ruta para visitarlos, hay que fomentarlos y sacarle provecho a la historia de Penco.
- Ruta Deportiva, Penco cuenta con una playa amplia y se debe fomentar con caminatas, cabalgatas o arriendos de bicicletas aptas para la playa.

Hacer de Penco una ciudad histórica implica que todas las reparaciones, decoraciones, pavimentación, entre otras, hablen de esta historia, que se vea reflejado en las calles y que la primera impresión sea estar dentro y ser partícipe de esta historia.

Esta historia es contada por los habitantes, los exteriores pueden ser cambiados pero también se debe cambiar la mentalidad de los habitantes y enseñarles a contar la historia para hacer que una visita a la comuna sea una experiencia única que quieran recomendar y repetir, en relación a la población existen muchas propuestas que hacer como por ejemplo

- Todos los que trabajen en Penco, desde propietarios hasta sus trabajadores y vendedores ambulantes deben saber la historia de la comuna, sobre todo si tienen interacción directa con el público, se deben capacitar para que sepan atender a un cliente y contar una historia al mismo tiempo.
- Muchos de los entrevistados no tienen terminados sus estudios básicos o medios, la municipalidad debe incentivarlos a terminar sus estudios como una forma de desarrollo personal.
- La mayoría de los entrevistados ya son de edad avanzadas y ellos mismos se encontraban reacios a participar en proyectos de este tipo, como medida de incentivo la municipalidad realizó una fiesta costumbrista, en la cual tuvieron un gran desempeño y pudieron dar a conocer sus productos, esto plantó la semilla que son capaces de emprender sin importar su edad, es necesario seguir dándole

espacios a la población de mostrar sus habilidad para convencer al resto de la comunidad de emprender.

- Los entrevistados reconocen tener nulo conocimiento del inglés, es de vital importancia que sepan al menos entender y darse a entender de manera básica en un idioma extranjero, principalmente ingles que es el idioma más usado por turistas, se deben hacer cursos aprovechando el convenio entre la Universidad del Biobío y la municipalidad de Penco para que con sus profesores den clases prácticas.
- Algunos emprendedores dicen haberse inscrito en cursos de inglés pero no supieron que paso con eso, no saben si se impartió o no, por lo tanto si se realizan cualquier tipo de capacitación debe ser con un seguimiento y preocuparse de que los inscritos participen, mediante mails o teléfonos ya que por desconocimiento o desinterés pierden oportunidades muy valiosas.
- Reconocen también tener nulo conocimiento en el manejo de Word y demás herramientas que ofrece un computador, aprender el manejo de herramientas como Word y Excel son muy importantes para sus negocios, también se deben ser capacitados en este ámbito aprovechando el convenio con la universidad.
- En temas técnicos tampoco se sienten capacitados, Marketing, Costos, Administración, Contabilidad, Fijación de Precios, entre otras, al explicarles el significado de estos temas admiten conocerlos y aplicarlos por inercia o solo por la experiencia de los demás, en este punto la universidad también puede participar a la comunidad con clases para enseñar estos términos.

En relación a los puntos de ofimática y temas de administración se diseñaron cursos para que la universidad dispusiera de ellos y los aplicara a la comunidad y dentro de las próximas semanas empezaran estos cursos (Ver Anexo 05)

- Como medio de publicidad solo usan las redes sociales principalmente Facebook, repartir tarjetas a sus clientes y usar el boca a boca para que los promocionen pero existen otros medios por los cuales pueden promocionar sus establecimientos como

por ejemplo aparecer en la página de SERNATUR para esto solo deben estar funcionando con todas sus patentes al día y es de manera gratuita, otros medios son las radios y diarios comunales, repartir volantes, entre otras.

- No todos trabajan con patentes, por lo tanto debe ser de vital importancia que se ayude y conduzca a cada emprendedor a conseguir sus certificados de sanidad y patentes para que puedan ser reconocidos por SERNATUR.
- No todos los locales cuentan con la gente capacitada para manipular sus alimentos y los conocimientos acerca de la manipulación los saben por inercia, es necesario que se capacite a los trabajadores para mejorar este aspecto y sepan cómo manipularlos para evitar contaminaciones cruzadas y también para la mantención de estos, conservando cadenas de frío, entre otros.
- En relación al tema histórico, los emprendedores deben ser capacitados para que cuenten la historia de Penco a través de sus platos, su decoración debe demostrar la historia y las personas que atienden al cliente también deben ser capaces de transmitirla para darle un valor agregado a la visita a un restorán.
- Los cafés y restorán no ofrecen ningún servicio adicional a sus clientes, sería un valor agregado que ofrecieran internet para sus clientes, no todos sus clientes tienen internet en sus teléfonos.
- Muchos de los emprendedores tienen miedo a la estacionalidad de la comuna, en verano reciben muchos visitantes y las ganancias son buenas pero en invierno solo les alcanza para mantener funcionando sus negocios pero a un costado de Playa Negra se encuentra el terminal portuario Playa Negra<sup>1</sup>, ellos tienen trabajadores todo el año, lo que abre la puerta para que puedan vender almuerzos o colaciones a sus trabajadores, ayudando a la estacionalidad propia de la comuna.

La asociatividad es un tema de vital importancia actualmente en el mundo, por lo tanto es necesario conocerlo y apoyarlo.

- La mayoría de los emprendedores compran sus productos del mar a pescadores artesanales de la misma comunidad, esto significa que están creando asociatividad sin saberlo, esto se produce solo con los productos provenientes del mar, con los productos vegetales no pasa lo mismo, sería un aporte fomentar la creación de una vega que venda de manera mayorista productos que puedan ser cultivados en la misma comuna, así dar trabajo a más personas y evitar el viaje a Concepción para comprar sus productos.

El financiamiento es quizás la traba más grande para los emprendedores, la mayoría de ellos no cuentan con los fondos necesarios para emprender por lo tanto depende exclusivamente de los concursos a los que puedan postular y ganar, hasta el momento seis de ellos han logrado adjudicarse algún tipo de beneficio estatal y los demás sigues esperando su oportunidad, esto hace un poco más demoroso el surgimiento del sector.

- Los comerciantes ambulantes por ejemplo, no reciben ningún tipo de financiamiento, solo con sus recursos ellos elaboran sus pequeños puestos de trabajo y sus productos, trabajan con frio o lluvia en la plaza de la comuna, la idea del municipio es erradicar el comercio ambulante de la plaza, por lo tanto es necesario gestionar un espacio donde ellos puedan vender sus productos y fomentar el trabajo de los artesanos, las artesanías son algo clásico que visitan los turistas, así que un pueblito sería muy útil porque trabajarían en mejores condiciones y se erradican de la plaza.
- Los vendedores ambulantes están sindicalizados en sindicato de artesanos, comerciantes ambulantes, microempresarios y emprendedores turísticos de Penco (SACTEP) por lo tanto se podría capacitar para que postulen a algún tipo de concursos de educación, saludos o inclusión laboral.

- Los emprendedores están postulando a los concursos de manera individual y no todos pueden gar, por lo tanto es importante evaluar la opción de postular a NODOS en forma conjunta, tal como se está haciendo en Lirquén

La cercanía del municipio, el alcalde y sus ayudantes es algo que tiene a la comunidad muy contenta, darles capacitación es muy importante así como también mantenerse cerca y conocer sus realidades.

Existe en Penco la agrupación Koñintu Lafken Mapu, una comunidad mapuche de cerca de cuatro mil personas de ascendencia mapuche que no son apoyados como debiese, aunque se debe reconocer que el año 2014 se adjudicaron el Programa Especial de Salud Indígena, (PESPI) lo cual permitirá entregar recursos para que la medicina mapuche siga formando parte del sistema de salud de la comuna.

- Se deben fomentar celebraciones propias de los mapuches como el año nuevo mapuche (We Tripantu) haciendo participar a toda la comunidad.
- Crear los espacios donde puedan mostrar sus artesanías, su gastronomía, costumbres y deportes, todo esto puede formar parte de una ruta turística que muestre la historia desde la perspectiva mapuche

### **3.8 Análisis grupo emprendedores Playa Negra**

#### **3.8.1 Introducción**

Playa Negra, pequeña caleta conformada por una sola hilera de casas rodeadas por el frente por la línea férrea y por atrás por la playa y que recibe ese nombre por el color oscuro de sus arenas, está constituida por alrededor de cuarenta familias, en su mayoría adultos maduros ya jubilados que se dedican a diversas actividades para la obtención de ingresos adicionales como pesca, trabajos particulares, de cocina entre otros.



*Ilustración n°26. Avenida principal Playa Negra. Elaboración propia.*

Pese a ser poseedores de una vista privilegiada y su cercanía a la playa, que literalmente se encuentra cruzando la calle, no tiene un mayor reconocimiento dentro ni fuera de la comuna. No se saca partido de su ubicación, paisaje y tranquilidad que entrega.

Pero el año 2012 el alcalde Víctor Hugo Figueroa observó sus atributos y tuvo la visión de dar a conocer la caleta a través del proyecto de la creación de un “Polo Gastronómico” para potenciar y cambiar la actual imagen no solo de Playa Negra sino que de toda la comuna.



*Ilustración n°27. Atardecer Playa Negra. Elaboración propia.*

Después de diversas reuniones con los habitantes del sector, trece personas decidieron embarcarse en este desafío, emprendedores con distintas edades, rubros, nivel educacional, aspiraciones y sueños pero con algo en común, las ganas de emprender y surgir.

A continuación estudiaremos los datos entregados por los participantes acerca de sus intereses y del sector en general.

### 3.8.2 Diagnóstico del sector

Playa Negra comparte la playa junto al fuerte “La planchada”, monumento histórico de más de 300 años de antigüedad. Ubicado a algunos metros de la caleta con ellos también comparte el espacio frente al mar la plaza de patinaje, otro de los proyectos del alcalde y que fue inaugurada en febrero de este año.



*Ilustración n°28. Cancha de Patinaje. Elaboración Propia*

Presenta un claro problema de señalización para poder llegar ya que no se observan letreros, hay una en la intersección de las calles Freire con San Vicente pero indican hacia la COSAF (Compañía Sudamericana de Fosfato) y los muelles que están en la misma dirección y otra más cercana se ubica en el cruce de la línea férrea que indica el autódromo y la playa de Penco, pero tampoco Playa Negra.



*Ilustración n°29. Señalética a Playa Negra. Elaboración Propia*

La luminaria de las avenidas que recorren la caleta es antigua y su potencia es baja, lo que puede ser un factor importante para que ocurran robos y asaltos, es imperioso que sean renovadas y mejoradas.

La calle que recorre la playa es de tierra y considerando el tránsito diario de los habitantes que poseen autos y los trabajadores del muelle, para mejorar tanto la viabilidad como la apariencia es necesario pavimentarla.



*Ilustración n° 22. Calle Playa Negra frente a la playa. Elaboración Propia*

Parte de los habitantes no estaban conectados a alcantarillado o tenían un servicio deficiente que les provocaba problemas de rebalse en invierno. Esto provocó el desarrollo de trabajo por parte de ESSBIO<sup>14</sup> en la avenida que da a la calle de la playa, gracias a este trabajo es que ahora todos los participantes del proyecto si cuentan con alcantarillado.

Tabla N°12: Alcantarillado

Etiquetas de fila	Alcantarillado
Si	100%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.



Ilustración n°29. Alcantarillado. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Anterior al terremoto del año 2010, Playa Negra contaba con árboles que servía como sector para picnic y camping pero eso fue barrido por el agua, dejando solo arena.

<sup>14</sup> ESSBIO (Empresa de Servicio Sanitario del Biobío)

### 3.8.3 Diagnóstico de los emprendedores

La mayoría de los emprendedores son personas pensionadas, poseen casas con un amplio patio que da a la playa. Es este espacio el que se quiere ocupar para desarrollar los emprendimientos para ello es necesario contar con los permisos básicos como el del ministerio de salud. El actual estado de algunas de las casas o más bien de los cercos de éstas están deteriorados y el hecho de que cada persona lo arregla como gusta o puede es que se produce un desorden visual al observar las casas. Se ve desordenado, poco armonioso.



*Ilustración n°30. Fachada Casas Playa Negra. Elaboración Propia*

La mayoría de los emprendedores quieren optar a cocinerías que pueden construir en sus amplios patios que dan a la playa o simplemente adecuarlos, varios cuentan con algunos implementos y todos contestaron que pueden optar a capital si es necesario.

Tabla N°13: Capital

Etiquetas de fila	Cuenta con capital en caso de ser requerido
Si	100%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia



Ilustración n°31. Capital requerido. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

En general cada uno tiene clara la idea que quiere desarrollar, cuentan el espacio, con los servicios básicos de luz, agua y alcantarillado pero no todos tienen iniciación de actividades en el SII.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> SII (Servicio de Impuestos internos)

Tabla N°14: Servicios básicos

Etiquetas de fila	Cuenta con servicios básicos
Si	100%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.



Ilustración n°32. Servicios básicos. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Tabla N°15: Servicio de agua

Etiquetas de fila	Cuenta servicio de Agua
Si	100%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.



*Ilustración n°33. Servicio de agua. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N° 16: Servicio de electricidad

Etiquetas de fila	Cuenta con electricidad
Si	100%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*



*Ilustración n°34. Servicio de electricidad. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Al consultar a los emprendedores por conocimientos básicos para administrar un negocio, los futuros locatarios contestaron que le piden ayuda a familiares o tienen a un contador a su disposición. Lo que demuestra una falta de conocimiento por su parte y una dependencia de los demás para suplirla.

### 3.8.4 Conclusiones del sector

Dotada de un fácil acceso también cuenta con transporte colectivo a solo un par cuadras de distancia de la entrada a la playa. Esta es apta para el baño y hacer picnics. La pavimentación, iluminación, señalización y todo lo que trae de la mano el desarrollo del polo gastronómico claramente ayudará a cambiar la imagen de sector dormido, sin brillo y alejado del resto de la comuna por una imagen llamativa e integradora. Dado que no es la primera caleta que toma el rumbo de las cocinerías y restaurantes puede estudiar y sacar lo bueno de las experiencias de las ellas y evitar lo malo para ahorrar tiempo y capital



*Ilustración n°35. Sector para picnic de Playa Negra. Elaboración Propia*

La ubicación y los atractivos turísticos aledaños a Playa Negra la hacen un lugar ideal para pasar una tarde tranquila y disfrutar de los diversos panoramas y atributos que ofrece la playa de Penco en su totalidad: gastronómica, que está en vía de desarrollo y expansión cultural con el monumento nacional y recreativa con la plaza de patinaje y las actividades que se pueden realizar en la playa.

### 3.8.5 Conclusiones de los emprendedores

Todos los postulantes cuentan con el espacio y la infraestructura necesaria para desarrollar sus emprendimientos, con los servicios básicos y con la capacidad de obtener capital de ser necesario para continuar.

Tabla N°17: Infraestructura

Etiquetas de fila	Cuenta con infraestructura adecuada para la postulación
Si	100%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia



Ilustración n°36. Infraestructura para postulación. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Menos del 50% tiene iniciación de actividades y un porcentaje menor al 40% ha postulado a algún tipo de financiamiento anteriormente o tiene algún tipo de patente, lo que sí, más del 70% realiza otra actividad pese a ser pensionados o comerciantes y querer emprender.

Tabla N°18: Inicio de actividades

Etiquetas de fila	Inicio Actividades
Si	46%
No	54%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.



Ilustración n°37. Inicio de actividades. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Tabla N°19: Postulaciones a financiamientos

Etiquetas de fila	Ha postulado a algún tipo de financiamiento
Si	38%
No	62%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

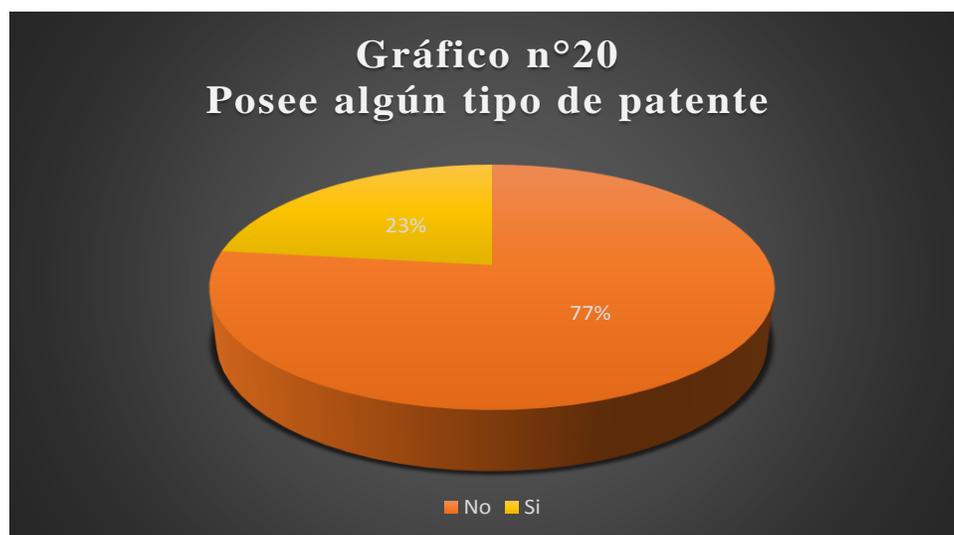


*Ilustración n°38. Postulaciones a financiamiento. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N° 20: Patentes

Etiquetas de fila	Posee algún tipo de patente
No	77%
Si	23%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*



*Ilustración n°39. Patentes. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N°21: Patentes en trámite

Etiquetas de fila	Posee o tramita alguna patente
SI	38%
No	62%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

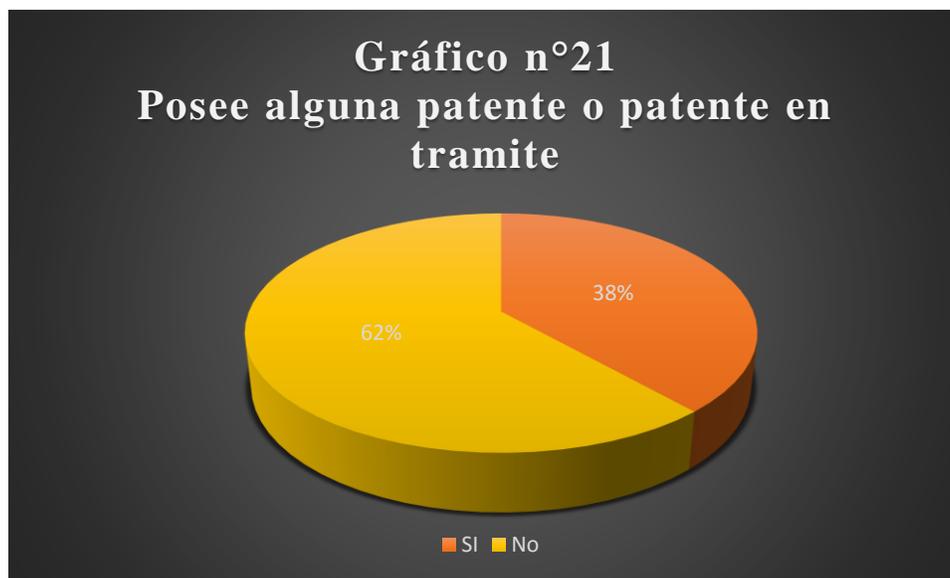


Ilustración n°40. Patentes en trámite. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Tabla N°22: Otra actividad

Etiquetas de fila	Realiza algún otro tipo de actividad
Si	77%
No	23%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.



*Ilustración n°41. Otras actividades. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

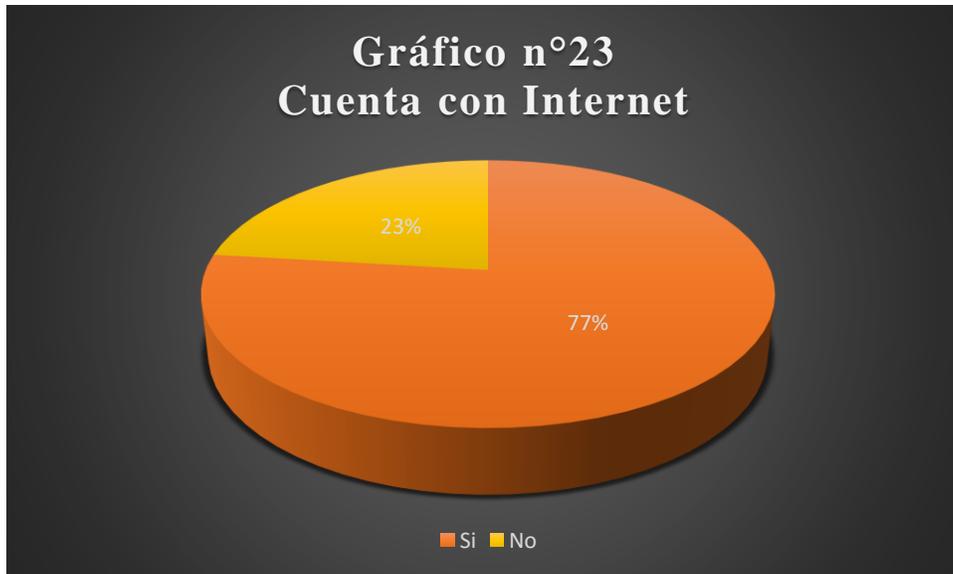
La primera medida para los que parten de cero es cumplir con los requisitos que solicita el ministerio de salud para poder otorgarles los certificados correspondientes (Ver Anexo 06). Por otro lado, personas que ya poseen cocinerías o realizan actividades relacionadas con la producción de alimentos cuentan con una cartera de clientes establecida para la venta y promoción de sus productos y por lo tanto cuentan con la patente municipal adecuada para su rubro.

La totalidad de los emprendedores cuentan con los servicios de luz, agua y alcantarillado, la diferencia se observa en el servicio telefónico donde un 54% tiene teléfono fijo mientras que el 85% tiene celular y un 77% tiene internet. En cuanto al gas, el utilizado por todos es en cilindro.

Tabla N°23: Servicio de internet

Etiquetas de fila	Cuenta con Internet
Si	77%
No	23%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

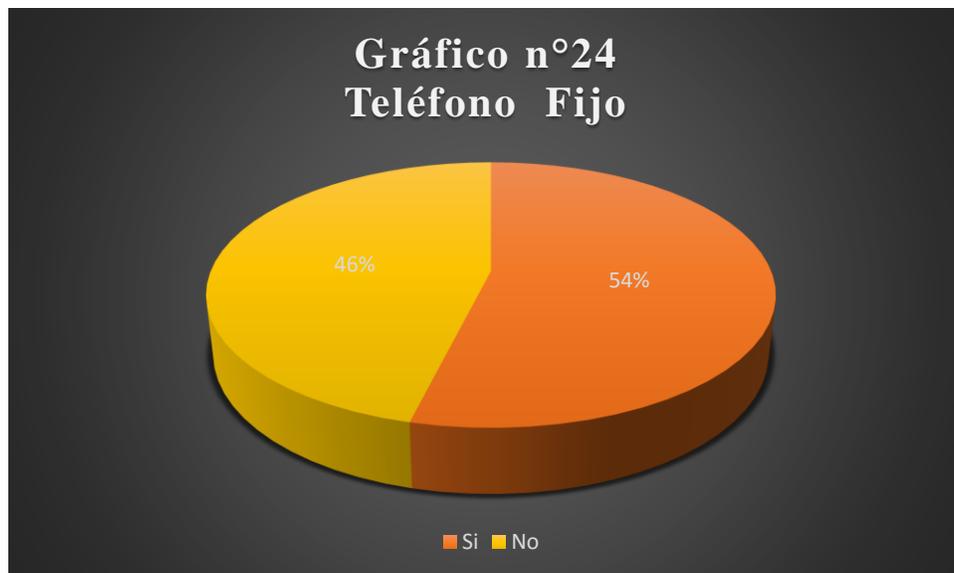


*Ilustración n°42. Servicio de internet. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N° 24: Servicio telefonía fija

Etiquetas de fila	Teléfono Fijo
Si	54%
No	46%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia*



*Ilustración n°43. Servicio telefonía fija. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N°25: Servicio de celular

Etiquetas de fila	Teléfono Celular
Si	85%
No	15%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.



Ilustración n°44. Servicio telefonía celular. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Es necesario realizar capacitaciones en áreas como publicidad o marketing, contabilidad, Word, Excel. Si bien algunos tienen alguna noción sobre estos términos, sobre el 60% de entrevistados tiene un nulo manejo de ellos considerando que son conocimientos relacionados al rubro que todo emprendedor debería conocer.

Tabla N°26: Dominio de excel

Etiquetas de fila	Excel
Bajo	15%
Nulo	77%
Regular	8%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

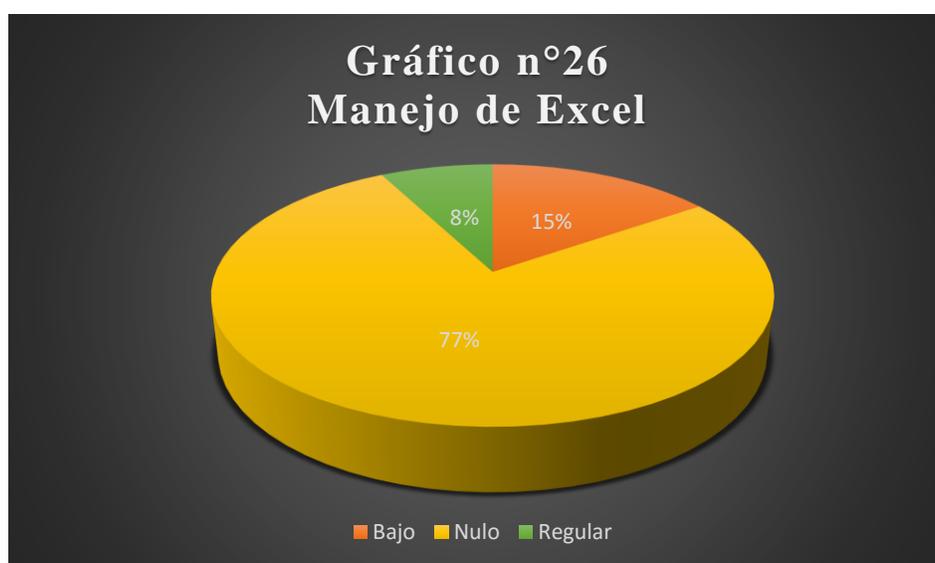
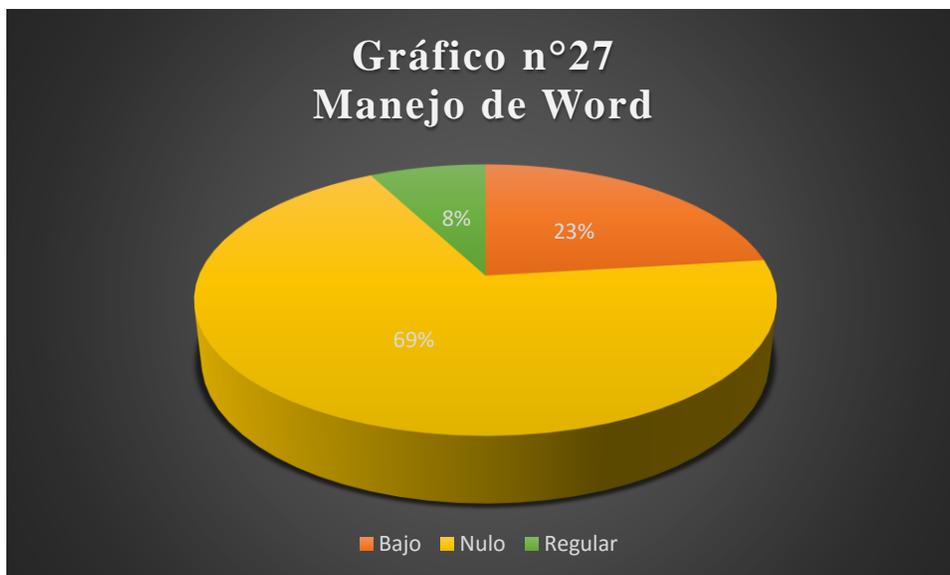


Ilustración n°45. Dominio excel. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

Tabla N°27: Dominio de word

Etiquetas de fila	Word
Bajo	23%
Nulo	69%
Regular	8%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.

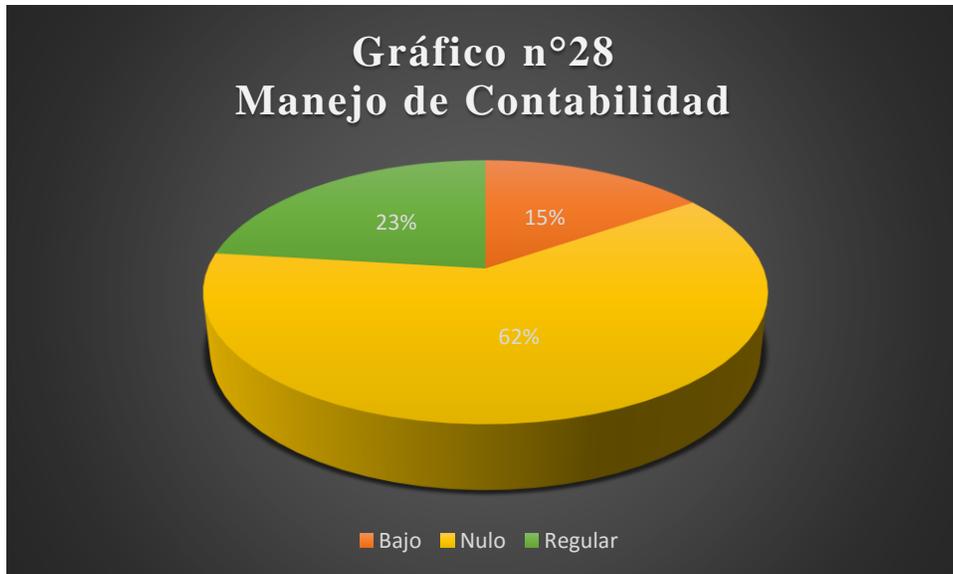


*Ilustración n°46. Dominio word. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N°28: Dominio de contabilidad

Etiquetas de fila	Contabilidad
Bajo	15%
Nulo	62%
Regular	23%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*



*Ilustración n°47. Dominio word. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Tabla N°29: Dominio de marketing/publicidad

Etiquetas de fila	Marketing/ Publicidad
Nulo	77%
Regular	23%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>



*Ilustración n°48. Dominio marketing/publicidad. Fuente: encuestas realizadas a emprendedores de Playa Negra. Elaboración propia.*

Actualmente son dos los locales de comida que funcionan en Playa Negra: El Chatán y El rincón de San Martín, siendo este último quien mantiene sus actividades de forma constante en un horario fijo y diario mientras que el primero funciona solo unas pocas horas al día de forma indefinida. Pese a todo, claramente para ellos es una oportunidad de mejorar sus ventas si le logra atraer más clientes emprendiendo en más negocios, renovando y hermoseando el sector.

### 3.9 Propuestas.

Para poder crear propuestas a la comuna era necesario conocer la realidad de esta, de los emprendedores, de la comunidad, de las personas que trabajan en ella y de sus autoridades, por este motivo se realizaron distintos tipos de entrevistas dirigidas a los protagonistas de la comuna, era imposible entrevistar al total de habitantes de la comuna, por lo tanto se entrevistó en primer lugar a los emprendedores que forman parte del proyecto, a las autoridades comunales, quienes han apoyado no solo a la comunidad de Playa negra, sino también al resto de la comuna y también a todos los involucrados en esta Memoria de Título, se entrevistó también a los dueños de algunos locales comerciales del rubro de la gastronomía, a vendedores ambulantes, a trabajadores del rubro de la locomoción, así como también se realizaron conversaciones con jóvenes que viven o estaban de paso por la comuna para poder tener una imagen de la misma.

A raíz de estas entrevistas que son desarrolladas en extenso en el ANEXO 02 se logró tener información acerca de las debilidades y fortalezas de la comuna, así como también de las ausencias e inseguridades que hay entre las personas.

Cada entrevistado aportaba un distinto enfoque que ayudo a desarrollar las propuestas para distintos temas, no solo para la comunidad de Playa Negra y su proyecto gastronómico, sino para toda la comuna, siendo el deporte, la cultura, la seguridad, el turismo los temas que más se repetían.

Una vez analizadas todas las entrevistas, se realizaron diversas propuestas, algunas de las cuales iban más bien dirigidas a la Municipalidad porque eran de infraestructura, mejoramiento de calles, señalización, iluminación de las calles y seguridad, estas propuestas dependen exclusivamente del Municipio y no exclusivamente de la personas, otras más bien dependerían de emprendedores con autorización de las autoridades, como por ejemplo:

Propuestas Culturales, la mayoría de los entrevistados coinciden en que la historia de Penco es su mayor riqueza y se le debe sacar provecho y debe verse reflejado en todas las

actividades de la comuna. En la comuna de Penco se han descubierto restos arqueológicos, prehistóricos, asentamientos humanos antiguos, entre otros, los cuales se deben aprovechar con rutas o parques atractivos para la comunidad, con relación a la historia más actual, relacionada con la historia de Chile, también se debe potenciar, con charlas para los habitantes con el fin de que aprendan a traspasar esa historia a sus emprendimientos y a los futuros clientes. Y para terminar es necesario también plasmar toda esta historia en un lugar común, el museo de Penco es una prioridad y afortunadamente durante la realización de esta memoria de título se oficializó la construcción del museo, esto demuestra que las propuestas realizadas en este trabajo no están tan alejadas de la realidad.

Propuestas Deportivas, en conversaciones con los jóvenes de la comuna y de los turistas también, nos damos cuenta que el mayor atractivo de la comuna, para ellos, es la playa, la cual no es aprovechada al máximo, en verano si se realizan actividades en ella de manera regular pero durante el resto del año se pierde vida, por lo mismo es necesario devolverle la vida a la playa mediante el deporte, los paseos por la playa son una de las actividades favoritas de los jóvenes, las cuales pueden ser fomentadas con ciclovías, arriendos de bicicletas para juntar la recreación con la vida sana. En la antigua plaza de Penco existía un parque de Skate, la plaza en estos momentos se encuentra en remodelación con un enfoque más colonial y la plaza de skate podría no ser apropiada en este nuevo diseño, por lo tanto puede ser trasladada a la playa, uniéndose así a la cancha de patinaje ya existente y las posibles ciclovías.

Propuestas Inclusivas, la sociedad se encuentra cada vez más consiente en que debe ser inclusiva, ayudar y apoyar a las personas que sufran de alguna discapacidad, hacerles más fácil circular por la playa y que puedan llegar al mar mismo es una de nuestras propuestas para la playa pero también se deben mejorar las plazas con juegos inclusivos o mejorar también las calles y hacerles el tránsito más fácil apenas lleguen a la comuna.

Relacionado con la inclusión para personas con discapacidad, también se deben incluir a las etnias o pueblos originarios, en la comuna existe una comunidad mapuche que cuenta con un lugar pequeño para sus reuniones y demás eventos pero sería de utilidad para la comunidad en general que tuvieran un lugar donde poder vender sus artesanías, comida, medicamentos, entre otros. En la antigua plaza de armas de la comuna existían stands para

vendedores ambulantes, donde vendían artesanías, alimentos y otros productos que construían ellos mismos pero con la remodelación de la plaza ellos necesitan un lugar donde puedan vender sus artesanías, así los ubicaríamos a todos en un lugar específico, sin que intervengan en la nueva plaza.

Por último la gastronomía, que es nuestro foco de atención, se deben realizar actividades que en primer lugar den a conocer la localidad, tal cual se hizo este verano, en donde se montaron una especie de casa que permitió que los emprendedores vendieran sus productos alimenticios, este evento sirvió para que se conociera el lugar y nuevas personas se sintieran atraídas a emprender.

Es por estos motivos que se desarrollaron las siguientes propuestas:

Propuesta n°1	Ciclo vía
Lugar	Playa Negra-Lirquén
Objetivo	Potenciar el deporte y el turismo en Penco
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano/largo plazo
Precio	Libre acceso
Descripción	Crear una ciclo vía que tendrá de beneficiarios a turistas y personas de la comuna, esta constará de 3km desde donde comienza la costanera a la altura de la calle Hierbas buenas hasta Playa Negra.

Propuesta n°2	Parque de skate
Lugar	Plaza de armas Penco
Objetivo	Potenciar el deporte y el turismo en Penco
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Corto mediano plazo

Precio	Libre acceso
Descripción	Recuperar el parque de skate existente en la plaza, consta de aproximadamente 20 mts <sup>2</sup> en una de las esquinas de plaza, junto con la cancha de patinaje y la ciclo vía, se reconocerá a Penco como una comuna deportiva.

Propuesta n°3	juegos inclusivos
Lugar	plaza de armas Penco
Objetivo	fomentar la diversión e inclusión infantil
Beneficiaria	comuna de Penco
Plazo	corto mediano plazo
Precio	libre acceso
Descripción	hacer una plaza con juegos infantiles inclusivos, que sea de fácil acceso para menores con algún tipo de discapacidad, ubicada en la plaza de armas con aproximadamente 20 mts <sup>2</sup>

Propuesta n°4	Arriendos de sillas de ruedas para la playa
Lugar	Playa de Penco
Objetivo	Facilitar el acceso a la orilla de la playa a personas con discapacidad para caminar o para personas de la tercera edad.
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Corto mediano plazo
Precio	El arriendo de estas sillas dependerá del tiempo que quieran utilizarlas, se realizara el arriendo mediante la entrega de la cédula de identidad de quien la usara.

Descripción	Asegurar que toda persona sin importar la edad o discapacidad pueda acceder a la orilla de la playa de manera fácil y segura mediante sillas de ruedas especiales para este fin, las cuales serán arrendadas en la playa misma.
-------------	---

Propuesta n°5	Visitas guiadas a fuerte La Planchada
Lugar	Fuerte la planchada
Objetivo	Enseñar un lugar histórico con más de trescientos años
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano o largo plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Enseñar a los visitantes, mediante un guía turístico, la importancia y la historia detrás del fuerte La Planchada, enseñar a cuidarlo y valorar la historia. Esta visita tendrá horarios fijos cada fin de semana del año.

Propuesta n° 6	Parque Arqueológico
Lugar	A diez km de Concepción en la ruta interportuaria
Objetivo	Enseñar la vida de una comunidad pencona hace más de tres mil años de antigüedad.
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano o largo plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Crear un parque en el sector donde se encontraron los restos humanos, esculturas de cómo deben haber vivido ellos

Propuesta n° 7	Parque Prehistórico
Lugar	Playa La Cata, Lirquén.
Objetivo	Aprovechar el hallazgo de un fósil de dinosaurio para crear un parque que siga esta temática.
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano o largo plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Se encontraron en Penco fósiles de dinosaurios, este hallazgo permite la creación de un pequeño parque relacionado con este tema, usando réplicas de este dinosaurio y su entorno.

Propuesta n° 8	Búsqueda de los gobernadores
Lugar	Plaza de Penco
Objetivo	Fomentar el aprendizaje de la historia de la región a través de la comuna
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano corto mediano plazo largo plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Existen documentos que señalan que los restos de los gobernadores Francisco Villagra y Alonso de Ribera se encontraban en la comuna, textos que deben ser presentados a la comunidad para que puedan contribuir con la búsqueda, enseñar en lugar donde pudiesen estar.

Propuesta n° 9	Charlas Historia de Penco
Lugar	Municipalidad de Penco
Objetivo	Enseñar a los habitantes de Penco su historia para que sean capaces de transmitirla a los turistas
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Corto plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Realizar charlas de la historia, patrimonio y lugares turísticos de la comuna, una vez a la semana, con clases de dos horas durante todo un mes, estas charlas estarán dirigidas a locatarios, pobladores y toda persona que quiera participar, todo con el fin que la historia sea traspasada a los turistas.

Propuesta n° 10	Ruta Arqueológica
Lugar	Comuna de Penco y alrededores
Objetivo	Enseñar a la comunidad todos los hallazgos Arqueológicos de la comuna
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano largo plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Crear una ruta a los lugares arqueológicos más reconocidos de la comuna como por ejemplo el fuerte la planchada, visita al lugar donde se podrían encontrar los restos de los gobernadores y los lugares de hallazgos prehistóricos.

Propuesta n° 11	Ruta Gastronómica
Lugar	De Playa Negra a Lirquén
Objetivo	Dar a conocer la comida típica de la zona
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano largo plazo
Precio	Gratuito
Descripción	Crear un lugar que por sí mismo se convierta en una ruta turística, comenzando por los restorán de Playa Negra, restorán del resto de la comuna para terminar en el barrio chino de Lirquén

Propuesta n° 12	Arriendo de bicicletas
Lugar	Playa de Penco
Objetivo	Fomentar el deporte y facilitar el transporte Dentro de la comuna
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Mediano largo plazo
Precio	Desde los \$5000 dependiendo del modelo de bicicleta y duración, mediante la entrega de la cédula de identidad de quien la usara.
Descripción	El arriendo de bicicletas fomentara el uso de las ciclo vías y también el deporte a orillas de la playa, estas bicicletas también pueden ser usadas para que los turistas realicen las rutas antes mencionadas.

Propuesta n° 13	Creación de un espacio físico para la comunidad mapuche
Lugar	Cercanías a la plaza de armas
Objetivo	Dar un lugar físico para que la comunidad pueda mostrar sus artesanías y comida.
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Corto mediano plazo
Precio	Entrada gratuita.
Descripción	Dar a la comunidad mapuche un lugar físico donde puedan vender sus artesanías, productos alimenticios, farmacéuticos, entre otros.

Propuesta n° 14	Stands para vendedores ambulantes y artesanos
Lugar	cercanías a la plaza de armas
Objetivo	crear un lugar físico donde se pueda agrupar a todos los vendedores ambulantes para darles un lugar estable, seguro y acogedor y así liberar la plaza
Beneficiaria	comuna de Penco
Plazo	corto mediano plazo
Precio	Entrada gratuita.
Descripción	En la plaza de armas se concentra gran parte de los vendedores ambulantes, trabajando con frío y lluvia, el municipio quiere sacar a los vendedores de la plaza para poder reacondicionarla, por lo tanto sería beneficioso para todos, que tuvieran un lugar fijo para trabajar.

Propuesta n° 15	Museo de Penco
Lugar	Calle Las Heras esquina calle Penco
Objetivo	Tener un lugar físico donde enseñar la historia de Penco a la comunidad
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Corto plazo
Precio	\$2.000 adultos, niños gratis, precios fijados en relación a otros museos de la zona como el Museo Hualpén.
Descripción	Durante el proceso de estudio de este proyecto para memoria de título, esta propuesta se volvió una realidad, por lo tanto en los próximos meses el museo debería abrir sus puertas.

Propuesta n° 16	Paseo colonial en carroza
Lugar	Penco-Lirquén
Objetivo	Potenciar el turismo, el legado histórico de Penco y el trabajo en la comuna.
Beneficiaria	Comuna de Penco
Plazo	Corto mediano plazo
Precio	Desde los \$10.000 los adultos, dependiendo si desean utilizar vestimentas coloniales, niños/as gratis. Precios fijados en relación a otros city tour de la zona como city tour Concepción.
Descripción	Crear una ruta turística entre Penco y Lirquén pasando por los lugares históricos y turísticos en carrozas tiradas por caballos y con vestimentas de la época colonial. Tendrá una duración de dos a dos horas y media y contará con convenios con restaurantes y cafés asociados al tour.

Para poder realizar cualquier proyecto por parte de nuestros emprendedores es necesario algún tipo de financiamiento, durante la realización de este trabajo fueron varios los concursos que se abrieron y estos fueron los resultados obtenidos por los emprendedores:

<b>Nombre</b>	<b>Idea Emprendedora</b>	<b>A qué postularon</b>
Blanca Ruiz	Tiene un hospedaje con capacidad para seis personas pero quiere una cocinería, tiene varios implementos pero debe cumplir con las normas de sanidad.	.No recuerda a los programas que postulo pero ganó una capacitación gastronómica de CORFO
Cecilia Cárcamo	Quiere crear una cafetería y galantería, a largo plazo pasar a restorán. Quiere potenciar la cultura a través de exposiciones. El marido de la Sra. Cecilia es pintor y ha participado en diversas exposiciones tanto nacionales como internacionales	Postulo a CORFO no recuerda bien a qué programa pero salió seleccionada, antes postuló a las terrazas y ganó y ahora último postulo para participar en la fiesta de la chilenidad.
Edith Arriagada	Quiere repara y mejorar su actual cocinería y pasar a restorán. Trabaja en conjunto con su familia.	No fue posible comunicarse con ella, el número de contacto no está completo.
Emiliano Vásquez	Tiene una comercial de venta de calzado y una cocinería la cual arrienda. Es esta última la que quiere ampliar para pasar a restorán. Necesita regularizar la construcción para obtener el permiso municipal correspondiente. Además de asesoramiento en tema de planos en todo la infraestructura tanto interna como externa (luz, agua, etc.)	No postulo a ninguno los programas porque le explicaron que no era compatible con su idea. Postulo para participar en la fiesta de la chilenidad y salió beneficiado.
Eugenia Ortega	Fue operada de cáncer al páncreas y de una hernia, producto de lo anterior sufre de episodios de agotamiento físico. Por lo mismo desea emprender en algo que pueda trabajar por temporada.	Solo postuló a FOSIS y no quedó seleccionada. Anteriormente no quiso postular a las terrazas pero ahora postuló para poner un puesto en la fiesta de la chilenidad y salió aceptada.
Iliana Ulloa	Quiere una cocinería, tiene experiencia en el rubro, no posee todos los implementos y los hijos la ayudarían con el tema de computación.	No fue posible comunicarse con ella, el número móvil siempre está apagado.

Luis Soto B.	Quiere un restorán, solo posee el terreno sin construir de 450 mts <sup>2</sup> aprox. Hacia la playa. Conoce el rubro de la cocina, trabajaría con su hijo mayor por lo que le gustaría comenzar con una cocinería.	No recuerda a las cosas que postulo pero no termino las postulaciones por temas de salud
Luis Soto T.	Desea instalar dos cabañas, necesita capacitación en office y computación en general.	No recuerda a qué programas iba a postular pero decidió no hacer los trámites porque le pedían tener un capital mayor al beneficio que podía obtener. Además dijo que afectos a descuentos por lo que no le era conveniente.
María Aguayo	Se dedica a vender empanadas y productos preparados en su horno de barro. Quiere ocupar un espacio rustico para hacer eventos, cocinar y vender alcohol. Posee implementos para el almacenamiento de alimentos y bebidas. Le gustaría utilizar espacios neutros dentro de su hogar para construir lavaderos y mejorar su cocina.	Postulo a CORFO, SERCOTEC y FOSIS, en este último quedo preseleccionada. Quiere el beneficio para comprar un mesón metálico para obtener la resolución sanitaria.
María Elena Asencio	Quiere establecer una cocinería. Actualmente vive sola pero recibe ayuda de sus hijos. Tiene una cocinería en la cual para vender sus productos llama a sus clientes para ofrecerlos. Posee infraestructura y espacio para cocinar y atender público.	No postulo a ninguno los programas porque no supo las fechas. Anteriormente postuló a las terrazas entregadas por el municipio pero no quedó seleccionada.
Mario San Martín	Tiene un restorán, "el rincón de San Martín" donde trabaja con su señora e hija, quiere ampliar el local construyendo el segundo piso.	Postulo a SERCOTEC pero no quedo seleccionado, también postuló a FOSIS y ahí sí quedo seleccionad para una capacitación gastronómica , a la cual enviará a su hija, Jessica San Martín quien trabaja con él

Misael Vega	Quiere crear una cocinería y después pasar a restorán. Actualmente está postulando a un kiosco para poder trabajar durante el verano y reunir capital.	Postulo a Capital Semilla pero no salió seleccionado por no cumplir los requisitos, en CORFO le pidieron algunos pero no los fueron a buscar. Actualmente salió seleccionado en la postulación para participar con un puesto en la fiesta de la chilenidad.
Paola Vega	Quiere una cocinería para vender colaciones, pastelería y preparación para eventos de cocteles. Cuenta con congeladora, refrigerador e implementos para el almacenamiento de comida. También tendría cómo transportar dichos alimentos.	Postuló en CORFO y SERCOTEC pero no quedó seleccionada en ninguno de los programas. Actualmente está seleccionada para poner un puesto en la fiesta de la chilenidad.

### 3.10 Mecanismos de apoyo al emprendimiento.

Muchos de los emprendedores olvidaron o nunca supieron a lo que estaban postulando, ni los beneficios que otorgaban por esta razón son detallados a continuación:

#### 3.10.1 CORFO (Corporación de fomento de la producción)

Creada tres meses después del terremoto que afectó nuestro país el año 1939, tiene como objetivo mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, fortaleciendo el capital humano y las capacidades tecnológicas para alcanzar el desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado.

Para lograr su objetivo es que cuenta con una amplia gama de programas para distintos ámbitos, emprendimiento, financiamiento, crecimiento, tecnología, administrativos, etc.

A continuación describiremos los que están dirigidos a apoyar a los emprendedores.

- Concurso capital semilla

Está dirigido a personas jurídicas, con esto nos referimos a un ente ficticio creado por la ley que tiene la capacidad de tener y contraer derechos y deberes que haya sido constituido en Chile, que tenga menos de dos años de antigüedad y que sea con fines de lucro; y a personas naturales mayores de 18 años.

Las postulaciones pueden ser realizadas por los emprendedores o por las entidades patrocinadoras, que son instituciones que actúan como intermediarios especializados para el apoyo de los emprendedores. Éstos pueden ser incubadoras de negocios u otras instituciones que apoyen el desarrollo de emprendimientos, los cuales deben estar registrados en CORFO.

Los beneficiarios pueden obtener un monto máximo de \$25.000.000 de pesos que no pueden ser mayores al 75% del total de dinero que necesitan para su emprendimiento, siendo su responsabilidad aportar como mínimo el 25% en dinero de lo que su inversión necesita.

Los montos asignados no son reembolsables u son entregados directamente a las entidades patrocinadoras previa entrega de las garantías necesarias que pueden ser garantía por anticipo o garantía por fiel cumplimiento del convenio.

Las postulaciones tienen una fecha y plazos determinados, se realizan a través de la página web de CORFO y en el mismo lugar se pueden descargar las bases, guías y revisar las preguntas frecuentes.

- Concurso semilla expansión

A diferencia del concurso Capital Semilla que está dirigido a personas jurídicas y naturales mayores de 18 años, este concurso está dirigido sólo a personas jurídicas constituidas en Chile y que dentro del mismo país deseen afianzar sus negocios, además deben cumplir con algunos requisitos como no tener iniciación de actividades por un periodo mayor de cuatro años al momento de postular. Existe una excepción para las personas que tengan iniciación de actividades de más de cuatro años y que tengan emitida alguna primera factura, boleta de ventas o servicios o guía de despacho en algún giro relacionado con el objetivo del proyecto en un plazo menor a cuatro años.

Otro requisito es que demuestre que durante el año anterior a la fecha de postulación realizó ventas relacionadas con el objetivo del proyecto y/o tubo aportes de capital para poder desarrollarlo y finalmente que durante el mismo periodo sus ventas netas no superen los \$500.000.000 de pesos.

Cada postulante elige si necesita o no el apoyo de una entidad patrocinadora y quien de los dos realizará la postulación.

Los montos entregados pueden variar según las siguientes opciones:

a) Si la persona jurídica que postula puede acreditar ventas o levantamiento de capital privado el año anterior a la fecha de postulación, el monto máximo es de \$60.000.000 de pesos.

b) Si la persona jurídica puede acreditar las dos situaciones anteriores el año anterior a la fecha de postulación entonces el monto máximo asciende a \$100.000.000 de pesos.

En este concurso el beneficio otorgado no es reembolsable y puede ser equivalente a no más del 70% del total del proyecto quedando en manos del postulante cubrir el 30% de la inversión en dinero. Los recursos le son entregados directamente al postulante previa entrega de las garantías necesarias que son las mismas del Capital Semilla.

- Programa de apoyo a la inversión productiva para la reactivación (IPRO) - Región del Biobío.

Dirigido a empresas privadas, considerando con esto a personas naturales (empresarios individuales) y personas jurídicas, nacionales o extranjeras, que desarrollen proyectos de inversión productivas o de servicios dentro de la región.

El subsidio por cofinanciamiento será de \$30.000.000 de pesos por proyecto o de \$40.000.000 de pesos en caso de estar asociado a programas de innovación o estratégicos de CORFO. En ninguno de los dos casos el apoyo entregado puede superar el 40% del valor total de los componentes estimados por CORFO durante los primeros dos años de desarrollo del proyecto.

Por otro lado de los montos asignados solo puede ser utilizado para concepto de capital de trabajo no más del 20% de éste.

- Subsidio semilla de asignación flexible para el apoyo de emprendimientos sociales (SSAF-S)

Dirigida a personas jurídicas, con o sin fines de lucro constituidas en Chile que puedan demostrar que poseen experiencia apoyando emprendimientos de innovación social o de alto potencial y que cuentan con distintas formas para apoyar a emprendedores de innovación social.

En este caso al administrador del fondo se le otorgan recursos de hasta \$96.000.000 de pesos que no superarán el 80% del total requerido para el SSAF-S, dejando el 20% restante que debe ser cubierto por el administrador del fondo, los beneficiarios atendidos y/o por los asociados, y/o co-ejecutores en caso de haber que deben aportar al menos el 50% del 20% que falta.

Para los emprendedores o beneficiarios atendidos el monto entregado por el administrador del fondo no puede superar los \$12.000.000 de pesos manteniendo los mismos porcentajes que rigen al administrador del fondo, es decir, el monto entregados a los beneficiarios corresponderán al 80% para cubrir su emprendimiento y el 20% restante debe cubrirlo él.

### 3.10.2 INNOVA

El Fondo de Innovación Tecnológica de la región del Biobío, Innova Biobío, comenzó a operar en abril de 2001 en el marco del Convenio de Programación entre el Gobierno Regional, el Ministerio de Economía y la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO). El Fondo fue concebido como un mecanismo público de cofinanciamiento para el desarrollo y la innovación tecnológica, constituyendo, además, el primer fondo concursable de decisión regional de asignación de recursos existente en el país.

Su objetivo es ser un pilar fundamental en la consolidación de la Región del Biobío como Región de Emprendedores Innovadores, además de promover la innovación, el traspaso de conocimiento y las capacidades tecnológicas en la Región del Biobío, para contribuir a la competitividad regional y a la creación futura de fuentes sustentables de empleo, a través del fortalecimiento de la innovación y el desarrollo tecnológico.

- Capital para el emprendimiento innovador

Esta línea nace para apoyar a los emprendedores innovadores en la búsqueda, creación y desarrollo de sus ideas de negocio, mediante el cofinanciamiento de las actividades que se necesitan para ello.

La modalidad para otorgar beneficios consta con las modalidades, con plazos y diversas condiciones de financiamiento.

- Modalidad perfil

Dirigido a personas naturales o jurídicas, su objetivo es fortalecer la definición y formulación de proyectos de nuevos negocios, cofinanciando diversas actividades como por ejemplo estudios de mercado, fortalecimiento del plan de negocios entre otros, con el fin de reducir las inseguridades que conlleva desarrollar un nuevo negocio, favorecer el emprendimiento, ayudar a postular a Capital Semilla y/o presentar proyectos a inversionistas u otras fuentes de financiamiento que sean públicas o privadas.

Para el desarrollo de las actividades se otorga un beneficio de hasta \$10.000.000 de pesos, no reembolsables que no exceda el 90% del total de capital requerido, el 10% restante debe ser cubierto por los postulantes que sean sólo aportes en dinero. La postulación es realizada por el interesado o por la entidad patrocinadora.

- Modalidad semilla

Su objetivo es apoyar la puesta en marcha y despegue del negocio del postulante, cofinanciando actividades primordiales de la puesta en marcha como: publicidad, compra de activos, etc.

Se otorgan hasta \$50.000.000 de pesos correspondientes al 80% del monto total necesario, no son reembolsables. El 20% restante lo cubre el postulante con aporte monetario o no monetario.

### **3.10.3 FOSIS (Fondo de solidaridad e inversión social)**

Es un servicio del gobierno de Chile creado en octubre de 1990 con el objetivo de liderar estrategias de superación de la pobreza y vulnerabilidad de las personas, familias y comunidades, ayudando a disminuir la desigualdad de manera innovadora y participativa.

Los programas de apoyo que ofrecen a las personas tres ámbitos: emprendimiento, trabajo y habilitación social.

En el ámbito de emprendimiento encontramos los siguientes programas:

- Yo emprendo

Enfocada en personas que tengan negocios funcionando, en etapas iniciales o en condiciones precarias.

Es necesario que tengan su ficha de protección social al día, cuenten con al menos un activo asociado al negocio y/o información importante que permita su desarrollo.

El programa ayuda con capacitación y asesoría técnica, elaboración de un plan de negocio y financiamiento del plan de negocio.

- Yo emprendo semilla

Enfocado en las personas mayores de 18 años que tengan su ficha de protección social vigente y que formen parte de una familia de bajos ingresos y/o que presenten alguna situación de vulnerabilidad, en especial aquellos sin estudios o con ellos incompletos o completos y que al momento de postular no estén trabajando, lo más importante es que tengan una idea de negocio.

La ayuda consiste en formación y asistencia técnica, elaboración de plan de negocios, acompañamiento y financiamiento del plan de negocios.

- Yo emprendo en comunidad

Este programa busca que todos y cada uno de los miembros de una organización que postulen aumente sus ingresos y mejoren las condiciones en que desarrollan sus actividades.

Los integrantes deben formar parte de un grupo organizado de más de cinco personas que sean mayores de 18 años y tengan su ficha de protección social aplicada.

#### **3.10.4 SERCOTEC (Servicio de cooperación técnica)**

Es un servicio técnico público creado en junio de 1952 dedicado a apoyar a los micros y pequeñas empresas y a los emprendedores de nuestro país mejorando las capacidades y oportunidades para iniciar y aumentar de manera sostenible el valor de sus negocios, acompañando sus esfuerzos y evaluando el apoyo brindado por la institución. Los postulantes deben ser personas naturales mayores de 18 años de edad que no cuenten con iniciación de actividades en primera categoría en el servicio de impuestos internos (SII).

- Capital semilla emprende

Este fondo apoya a emprendedores y micro y pequeños empresarios que necesitan ingresos para crear nuevos negocios así como los que necesitan hacer crecer y/o consolidar el que ya poseen.

- Capital semilla empresas

Orientado a aquellas empresas que tienen más de un año de iniciación de actividades.

Los montos otorgados van desde los \$3.000.000 de pesos hasta los \$6.000.000 de pesos, los cuales no pueden superar el 80% del total del proyecto. Debiendo cubrir el 20% restante el postulante.

- Capital semilla emprendimiento, Línea 1

Dirigidos a aquellos que tienen ideas de negocios. Los montos otorgados van desde \$1.000.000 de pesos hasta \$2.000.000 de pesos, como en el caso anterior los porcentajes son 80% aporte máximo SERCOTEC y 20% el postulante

- Capital semilla emprendimiento, Línea 2

Dirigida a empresas que tengan menos de un año de funcionamiento. Los montos van desde \$2.000.000 de pesos hasta \$3.000.000 de pesos, los porcentajes de aporte se mantienen como en los casos anteriores, 80% y 20%.

Todos los postulantes, independiente del programa que postulen están sujetos a plazos y etapas establecidas debidamente informadas en la página web de SERCOTEC pero el primer paso es registrarse en ella y crear una cuenta de usuario.

- Capital abeja emprende

Dirigido exclusivamente a mujeres que quieran poner en marcha nuevos negocios, que sean mayores de edad sin inicio de actividades en primera categoría en el servicio de impuestos internos (SII).

El financiamiento otorgado tiene un máximo de \$3.500.000 de pesos, de los cuales un tope de \$2.000.000 de pesos puede ser para inversiones y el resto para actividades de gestión.

El beneficio otorgado no puede superar el 80% del total del proyecto, quedando el 20% restante en manos del postulante.

### **3.10.5 Fondo esperanza**

Es una institución de desarrollo social creada el año 2002 con el objetivo de apoyar el emprendimiento de hombres y mujeres de sectores vulnerables a través de diversos mecanismos de apoyo para contribuir en la mejora de condiciones de vida, de sus familias y comunidad.

La ayuda que ofrece es una ayuda integral que consiste en servicios micro financieros, capacitación y redes de apoyo.

Los postulantes tienen que ser personas mayores de 18 años que trabajen de forma independiente, que tengan negocio propio funcionando con oportunidades de crecimiento o emprendedores. Además deben participar en forma activa de las reuniones de conformación del banco comunal.

- Productos micro financieros/ micro financiamiento

Es ayuda que se entrega para fines productivos, a través de un plan de créditos sucesivos y progresivos. Las características de este programa es que los créditos son continuos, de fácil acceso, de plazos cortos y los montos van aumentando en cada crédito.

Este programa cuenta con cuatro tipos de micro financiamiento:

- Crédito de banco comunal

Es el primer crédito al que acceden los emprendedores al ingresar al Fondo Esperanza y va desde los \$70.000 pesos a los \$150.000 pesos, el plazo para pagar el crédito lo elige el emprendedor y puede ser entre 14 y 24 semanas, dichos pagos pueden ser semanales o quincenales.

Tras dos años en la institución el monto máximo al que pueden acceder los emprendedores es de \$900.000 pesos.

- Crédito oportunidad

Pueden acceder a él personas que pertenezcan a bancos comunales y se otorga de forma paralela al crédito de banco comunal, como una forma de apoyo de capital extra.

Los créditos van de \$60.000 pesos hasta \$300.000 pesos deben ser equivalentes a no más del 50% del crédito del banco comunal. Al igual que el crédito anterior los plazos para cancelar los escoge el emprendedor y también pueden ser semanales o quincenales.

- Crédito de desarrollo

Otorgado a personas o emprendedores que han logrado un mayor desarrollo de sus negocios y por lo mismo necesitan mayor financiamiento para seguir creciendo.

El primer crédito otorgado por este ítem comienza desde \$1.000.000 de pesos hasta \$2.500.000 de pesos y desde el segundo crédito el monto máximo al que pueden acceder llega a los \$4.800.000 de pesos. El plazo para cancelar va de los 6 meses hasta los 24 meses y pueden ser pagos mensuales o quincenales.

- Micro seguro “Mi familia protegida”

Este seguro es para que los emprendedores tengan un apoyo financiero en caso de que les ocurra algo y no se vean afectados en sus ingresos.

La prima de pagos se observa en la siguiente tabla:

Coberturas Microseguro	Capital asegurados	Prima mensual por cobertura
Muerte accidental	UF 50	UF 0,0136
Incapacidad total y permanente por accidente. Desmembramiento por accidente.	(equivalente a (*) \$1.286.091 aprox.)	UF 0,0024
Gastos funerarios por accidente o enfermedad sin preexistencia.	UF 20 (Equivalente a (*) \$514.436 aprox.)	UF 0,0133
IVA		UF 0,0030
Prima Mensual Plan Mi Familia Protegida		UF 0,0323(Equivalente a (*) \$831 aprox.)

(\*) Valor referencial en base a UF del 01/03/2016 (\$25.791,82)

*Ilustración n°49. Tabla de valores de microseguro. Fuente: [www.fondoesperanza.cl](http://www.fondoesperanza.cl). Elaboración propia.*

Este mini seguro puede ser contratado por cualquier emprendedor al momento de solicitar un crédito o un re-crédito que sea mayor de 18 años de edad y menor de 65 años; se rige bajo las mismas normas que cualquier otro seguro de esta índole, las bases y condiciones pueden ser revisadas en la página web del Fondo Esperanza.

- Capacitación/ Escuela de emprendimiento

Creada el año 2007 para contribuir con la adjudicación y desarrollo de los negocios acorde a las necesidades de los emprendedores.

Las capacitaciones tienen una duración de dos años y abarcan cuatro áreas: empoderamiento, bienestar familiar, desarrollo del negocio y capital social; son continuas y al finalizar cada año los emprendedores obtienen una certificación. Lo más importante es la metodología utilizada ya que ha sido adaptada para los adultos para una mayor y mejor comprensión.

- Redes de apoyo

Su objetivo es generar y fortalecer los vínculos de apoyo y colaboración en los emprendedores que forman parte de la comunidad de Fondo Esperanza enfocada en el emprendimiento solidario, así como también vinculando a otros actores sociales públicos y sociales.

Las redes se caracterizan por enfocarse en tres ámbitos: aprendizaje, comercio y protección social. Las actividades que se realizan para crear estas redes son: encuentros entre emprendedores, capacitaciones avanzadas con entidades externas, apoyos al acceso de programas públicos y privados de empresas e instituciones y acceso a beneficios y descuentos de empresas e instituciones.

### **3.11 Requisitos para la creación de un restorán**

Del grupo de emprendedores de Playa Negra el 93% está optando por la creación de un restorán, solo uno de los emprendedores del grupo está optando por otra cosa, existen normas que deben ser cumplidas, hay requisitos técnicos y de infraestructura que también deben ser cumplidos, por lo tanto deben ser enumerados para ponerlos en conocimiento de cada emprendedor.

A continuación se presentan algunos pasos para poder instalar un restorán, la información es extraída del Servicio de Impuestos Internos (SII), asimismo recordamos que estos pasos son solo una recomendación y ante cualquier duda, se recomienda acudir directamente a los organismos que corresponda.

#### **3.11.1 Primera etapa: Definir la sociedad.**

Existen muchos tipos de empresa o sociedad pero los principales a los cuales optar para un restorán son los siguientes:

- **Empresa individual de responsabilidad limitada:** Toda persona natural se encuentra autorizada para el establecimiento de empresas individuales de responsabilidad limitada. De esta manera, cabe destacar en primer lugar que sólo las personas naturales, y no las jurídicas, pueden constituir tales empresas. Las empresas individuales de responsabilidad limitada (E.I.R.L.) son personas jurídicas, con patrimonio propio, distinto al del titular, siempre de carácter comercial y están sometidas a las normas del Código de Comercio cualquiera que sea su objeto; pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las reservadas por la ley a las sociedades anónimas (Art. 2° Ley N° 19.857). Para constituir este tipo de empresas debe tener presente los costos de la escritura notarial, la publicación en el Diario Oficial y la Inscripción en el Registro de Comercio. Desde el punto de vista patrimonial, éste queda limitado al señalado en la respectiva escritura.
- **Sociedad Anónima:** Es definida en la ley, como una persona jurídica formada por la reunión de un fondo común, suministrado por accionistas responsables sólo por sus respectivos aportes y administrada por un directorio integrado por miembros esencialmente revocables. La sociedad anónima tiene las mismas características que las otras sociedades: es una persona jurídica, sus socios accionistas aportan dinero o bienes estimados en dinero, persigue fines de lucro, las pérdidas las soporta el fondo constituido por los accionistas, pero se distinguen de las demás pues los derechos de los socios están representados por acciones que constan en un título. La administración se efectúa por dos órganos colegiados la junta de accionistas y el directorio, el cual designa un gerente. Los derechos de los socios son representados en acciones de libre cesibilidad. Estas sociedades son siempre comerciales, aun cuando se formen para fines civiles. La sociedad anónima es de carácter solemne, tanto en su constitución, modificación y disolución, pues se forma y prueba por escritura pública, cuyo extracto se inscribe en el Registro de Comercio y se publica en el Diario Oficial.

- **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Son sociedades de personas en que los socios responden hasta el monto de sus aportes. La sociedad de responsabilidad limitada sea civil o comercial es siempre solemne, debe constar en escritura pública, cuyo extracto debe inscribirse en el Registro de Comercio y publicarse en el Diario Oficial. Las modificaciones sociales son todos actos que deben cumplir las mismas formalidades de la constitución. En lo no previsto por la ley que trata las sociedades de responsabilidad limitada se rigen supletoriamente por las normas de la sociedad colectiva contempladas en el Código Civil y en el Código de Comercio.

### **3.11.2 Segunda etapa: Inscripción de la sociedad.**

Una vez decidido la sociedad o tipo de empresa se debe inscribir como persona jurídica

- **Escritura de constitución de Sociedad:** se debe establecer el tipo de sociedad o empresa, el giro, los aportes de capital, entre otras. Es necesario asesorarse por un abogado para que se redacte la escritura y el extracto, este trámite debe ser realizado en una notaría.
- **Legalización y extracto de la escritura:** todos los integrantes de la sociedad se deben dirigir a la notaria con sus documentos, escritura y extracto para firmar y legalizar, el extracto se publica en el diario oficial y se inscribe en el registro de comercio.
- **Inscripción de la sociedad en el registro de comercio:** cuando la escritura este legalizada, esta se debe inscribir en el registro de comercio (conservador de bienes raíces), el costo de este trámite dependerá del capital aportado, luego de esto se obtiene la protocolización con los datos de registro (número de inscripción y año).
- **Publicación en el diario oficial:** la publicación del Extracto protocolizado de la escritura se realiza en el Diario Oficial y una vez publicado se recomienda archivarlo como respaldo.

### **3.11.3 Tercera etapa: Iniciación de actividades.**

La iniciación de actividades es el requisito primordial para la instalación de cualquier giro comercial y se debe tener en cuenta lo siguiente

- Especificaciones de giro: en relación a los restorán, se debe tener claro las especificaciones del giro, o sea, el tipo de local que se quiere instalar, ya que de esto depende el código tributario bajo el cual trabajara.
- Tramitación: el trámite de iniciación de actividades se puede realizar de manera online en el sitio web del servicio de impuestos internos, o bien de manera presencial en las oficinas correspondientes de la comuna, en este caso Penco, y se debe solicitar el formulario 4415 (ver Anexo 07).
- Verificación de domicilio: cualquier actividad que tenga alguna relación con la recaudación y pago de IVA es una actividad de primera categorial por lo mismo requiere la verificación de domicilio, esta verificación se realiza, generalmente, dentro de los siguientes diez días hábiles de recibido el formulario, para esto mismo es necesario contar con la documentación que acredite la calidad del domicilio bajo el cual operara el giro, o sea, si es propia, arrendada o cedida. El trámite de iniciación de actividades no tiene costo y la demora de este solo dependerá que la correcta presentación de los documentos y la verificación del domicilio.

### **3.11.4 Cuarta etapa: Certificado de informaciones previas.**

Esto tiene relación con el inmueble donde va a operar el negocio y el tipo de inmueble puede asegurar el éxito o fracaso de este, se debe considerar lo siguiente:

- Análisis de factibilidad: si el inmueble ya hubiese operado bajo el mismo giro que se desea, probablemente no haya ningún problema pero en el caso de Playa Negra no es así, por lo tanto, es importante verificar la factibilidad, lo que depende del plan regulador de cada Municipio.

- Obtención de certificados de informaciones previas: este certificado se solicita en la dirección de obras municipales y especifica los antecedentes de zonificaciones, es decir, uso de suelo, exigencias de construcción, entre otras. Lo que permite verificar que el inmueble puede operar bajo la actividad comercial que se desea. Este certificado es sumamente importante para la posterior obtención del permiso sanitario y patente comercial. El costo y duración de este trámite, depende de cada municipio.

### **3.11.5 Quinta etapa: Solicitud de autorización sanitaria.**

Una vez teniendo el local, se debe ir a las oficinas del Seremi de Salud que corresponda a la comuna de Penco y pedir el formulario solicitud de autorización sanitaria para el local de “Elaboración y Expendio de Alimentos”, en el caso de los restorán se deben adjuntar los siguientes documentos:

- Plano o croquis de la planta y sus instalaciones sanitarias: debe ser solicitado a un Arquitecto en escala 1:50 o 1:100 y contener entre otras cosas la ubicación de los muebles del local y las instalaciones sanitarias (baños, cocina, hornos, refrigeradores, máquinas, vitrinas, etc.). Se debe especificar también, los lugares de mantenimiento o bodegaje de alimentos y materias primas.
- Croquis de los sistemas de eliminación de calor, Olor, vapor y sistema de frío: este croquis debe especificar la ubicación, materialidad y tipo de los sistemas de ventilación de baños, cocina, bodegas de almacenaje, etc.
- Sistema de eliminación de desechos: se debe tener en cuenta que los desechos deben mantenerse aislados, en botes de basura con tapa y en una bodega específica para tal efecto, por tanto debe detallarse en el croquis o plano de planta local.

- Certificado o comprobante de agua potable y alcantarillado público: este certificado es emitido por la empresa sanitaria correspondiente a la comuna donde se encuentra el local comercial. En el caso que requiera construir, se deberá pedir a la Seremi de Salud una autorización de las obras de agua potable y alcantarillado. Los certificados simples, emitidos por la empresa sanitaria no tienen costo, pero la entrega del documento puede tardar varios días.
- Certificado de zonificación: este documento es entregado por la Dirección de Obras de la Municipalidad correspondiente y es requisito para la obtención de Autorización Sanitaria y Patente Comercial. Especifica los antecedentes de zonificación de un predio, es decir, uso de suelo y exigencias para las construcciones en una determinada zona. Para su obtención, se debe presentar ante la D.O.M., el formulario de autorización sanitaria junto con los documentos indicados anteriormente.
- Costos y plazos: en cuanto al costo de la solicitud de autorización sanitaria se sugiere verificarlo en las oficinas correspondientes. Respecto al tiempo que demoran estos trámites, la resolución oscila entre 25 y 30 días hábiles, pero durante este período el personal de la Seremi de Salud realiza visitas y fiscaliza en terreno que todo concuerde con lo declarado en los planos y en ese procedimiento el fiscalizador puede sugerir ciertas modificaciones que suelen demorar la autorización. Por ello, es recomendable, antes de entregar los antecedentes, realizar todas las consultas previas.

### **3.11.6 Sexta etapa: Patente comercial.**

La patente es entregada por la Municipalidad donde esté instalado el local, en este caso La Ilustre Municipalidad de Penco.

- Requisitos: deben presentarse los documentos que indique el municipio además de la resolución sanitaria favorable que emite el Seremi de Salud.

- **Duración y valor del trámite:** El tiempo que tarda la aprobación puede variar entre 3 y 20 días hábiles contados desde la recepción del formulario y la entrega de todos los antecedentes. Durante este tiempo, inspectores municipales verifican en terreno que las instalaciones cumplan todos los requerimientos. Los valores dependen de cada Municipio y pueden fluctuar entre un 0,25% y un 0,5% del capital inicial declarado por la Empresa. Es importante considerar que hay que cancelar, junto con la patente, los derechos de aseo y publicidad. Estos últimos, varían y dependen, además, de las dimensiones y características de los letreros. En caso de que se requiera solicitar Patente de Alcoholes, se deben presentar también los antecedentes para este efecto, teniendo en cuenta que la aprobación de la solicitud depende del Concejo Municipal, que se reúne una vez al mes y evalúa el otorgamiento de estos permisos.

### **3.11.7 Séptima etapa: Timbraje de documentos tributarios.**

Para este trámite, el representante legal de la empresa o quien actúa como apoderado (a) debe concurrir a las oficinas del Servicio de Impuestos Internos correspondientes al domicilio del local y solicitar el Formulario pertinente 3230 (ver Anexo 08), el cual debe ser llenado y entregado junto con el material que se desea timbrar (boletas, facturas, etc.).

### **3.11.8 Octava etapa: Registros de marca.**

Esta no es una actividad obligatoria pero es recomendada cuando se quiere proteger la marca del negocio y se puede realizar en cualquier momento.

- **Registro de marca en INAPI:** una vez escogido y verificado el nombre de fantasía, marca y/o logotipo que utilizará el negocio, este trámite se realiza en las oficinas del Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) o bien de manera online en el Sitio Web de INAPI. El costo del proceso de registro depende de la cantidad de

categorías en que se desee proteger la marca y puede demorarse un mínimo de 120 días hábiles, de no mediar oposiciones u observaciones en el proceso de registro.

- Inscripción de dominio .cl: para la inscripción y registro de marca como dominio.cl, el trámite se puede realizar en línea directamente en el Sitio Web de NIC Chile (organismo dependiente de la Universidad de Chile) y tiene un costo inicial bastante económico.

### **3.11.9 Novena etapa: Inscripción en SERNATUR**

Esta es una actividad obligatoria para servicios de alojamiento turístico y turismo aventura pero voluntario para servicios de gastronomía, entre otros, y es una ayuda importante a la hora de promocionar nuestro servicio, estar presente en los registros de SERNATUR significa que cualquier turista tendrá acceso a información de nuestro emprendimiento a través de la página web.

- El principal requisito es ser formales, tener inicio de actividades y todas las patentes al día, necesario para asegurar los derechos de los consumidores.
- Este servicio es gratuito, no tiene costo en dinero, y debe realizarse por internet, en la página de SERNATUR. Para más información acerca del registro visitar: <http://registro.sernatur.cl/registro.php>
- Entre los beneficios del registro esta pasar a formar parte de la oferta turística nacional, la publicación gratuita en el buscador de SERNATUR, acceder a capacitaciones y otros beneficios de organismos públicos, tener acceso a herramientas de fomento al turismo y por ultimo ser parte de la promoción de SERNATUR en todos sus canales como oficinas, folletos, sitios web, entre otros.
- La validación del registro no es automática, demora alrededor de cuarenta y ocho horas hábiles, tomando en cuenta el horario de atención

### 3.12 Brechas entre situación actual y deseada

Una vez concluidas las entrevistas a los emprendedores, autoridades, locatarios y habitantes en general nos pudimos dar cuenta de la realidad de la comuna, de las falencias y de lo que quieren llegar a tener en un futuro, existen aspiraciones que son a corto o mediano plazo como mejoras en publicidad, conciencia en reciclaje, entre otras y aquellas que tardaría más en realizarse como las mejoras en infraestructura de la comuna o áreas verdes. Con estas mejoras realizadas se podrán mejorar aspectos como la estacionalidad y evitar que la comuna solo tenga vida durante el verano.

Es por esta razón que se decidió hacer una tabla comparativa entre lo que realmente tiene la comuna en estos momentos y de lo que quieren llegar a tener al momento en que este proceso termine, es largo el camino que se debe recorrer para que todo esté en funcionamiento, incluido el Polo Gastronómico que quieren tener pero tener esta tabla comparativa permite evaluar a grandes rasgos el tiempo que deben esperar para ver cumplidas sus metas.

Situación Actual Comuna de Penco	Situación Deseada Comuna de Penco
<i>Poco conocimiento acerca de la historia de su comuna.</i> Pese a ser la segunda ciudad fundada en nuestro país, tener hallazgos arqueológicos en la zona y la importancia que tuvo en la economía de antaño, Penco es conocida solo por sus playas en época de verano.	<i>Mayor conocimiento de la historia.</i> El nuevo eslogan de la comuna lo dice “Penco histórico”, se quiere devolver a Penco la importancia que merece mostrando a los turistas y visitantes la riqueza histórica de los diversos acontecimientos que ocurrieron en la localidad para transformarla en su identidad y reflejarla en su infraestructura, negocios y entorno.
<i>Estacionalidad.</i> Sin duda uno de los grandes problemas que afecta a Penco es que recibe la mayor parte de turistas y visitantes en verano y parte de la primavera, siendo las estaciones restantes las más críticas para los distintos negocios, en especial los dedicados a turismo y gastronomía.	<i>Eliminar problema de Estacionalidad.</i> Convertir la comuna en un lugar digno de visitar en cualquier época del año, creando actividades que atraigan a los turistas. Para ello está mejorando la infraestructura y cambiando la imagen de sus puntos más emblemáticos para una mayor atracción.
<i>Poca publicidad.</i> No siempre tienen la difusión esperada, pese al uso de gigantografías y carteles pero dentro la	<i>Mejor publicidad.</i> Motivar a los emprendedores a obtener certificados de calidad Q, enseñarles lo necesario para

<p>misma localidad, fuera son carteles que no están es puntos relevantes o de alto tránsito o no hay un buen uso de las redes sociales que hoy en día son una gran herramienta de publicidad.</p>	<p>aparecer en la página web de SERNATUR que es una plataforma gratuita y que utilicen de forma correcta las redes sociales para el beneficio de sus negocios y la interacción con dueños de otros tipo de locales para promocionar el propio.</p>
<p><i>Mala Infraestructura.</i> Tanto la señalética como el alumbrado público es deficiente, el lugar de llegada a Penco se centra en la plaza pero no hay mayor señalización de cómo llegar a los lugares turísticos, un claro ejemplo es que quienes quieran visitar Playa Negra no pueden seguir ninguna señalética ya que no existe, lo mismo la plaza de patinaje o el Fuerte La Planchada.</p>	<p><i>Mejor Infraestructura.</i> Mejor señalética, que indique claramente cómo llegar a los lugares turísticos, que estén ubicadas en distintos puntos de la comuna, mejores calles, ya que algunas están bastante deterioradas, mejor alumbrado público y en el caso puntual de Playa Negra, además, mejorar el alcantarillado.</p>
<p><i>Inseguridad en la Población.</i> En si Penco no es considerada una ciudad peligrosa pero los entrevistados dieron luces que durante la tarde-noche se sienten propensos a sufrir algún asalto ya que consideran que hay poco patrullaje de carabineros, por lo mismo son muy pocos los locales que atienden hasta tarde o funcionan como pubs.</p>	<p><i>Comuna Segura.</i> Con más carabineros, cámaras de seguridad, etc. Que los lugares menos transitados en la noche cuenten con mayor vigilancia para evitar problemas, de esa forma los locales nocturnos tanto ubicados frente a la playa como los que no, sean capaces de atender toda la noche sin miedo a la delincuencia y las personas se sientan con la tranquilidad de que no serán blanco de la delincuencia en los lugares menos transitados.</p>
<p><i>Poca Conciencia en relación a Reciclar.</i> Caminando por distintas calles es poca o casi nula la presencia de basureros y menos que estén adecuados para el reciclaje. Lo mismo ocurre en la playa donde se hace más evidente cuando se realizan actividades de concurrencia masiva y la basura queda esparcida al finalizar.</p>	<p><i>Comuna Verde.</i> Capaces de cuidar el medio ambiente, con conciencia ecológica, con centros de reciclajes, puntos verdes, entre otros. La presencia de basureros ayuda a que las personas se acostumbren en depositar ahí su basura y no en cualquier parte de la calle y los puntos verdes para realizar un cambio de conciencia.</p>
<p><i>Poca Inclusividad en la playa, plazas y calles para personas con discapacidad.</i> Se observan pocos pasos habilitados para personas con discapacidad, tercera edad o cualquiera con alguna dificultad tanto en calles como entradas a lugares turísticos</p>	<p><i>Inclusividad para todos.</i> Playas con acceso hasta el mar para personas con discapacidad sin importar la edad, plaza con juegos inclusivos, calles con aceras especiales para discapacitados y señalización clara también para ellos. La idea es lograr que ninguna</p>

como la playa, el fuerte La Planchada, la plaza de patinaje o Playa Negra	persona sienta que no puede disfrutar de los atractivos que tiene la comuna por su dificultad para acceder a ellos.
---	---

<i>Solo ideas y ganas.</i> Hasta el momento solo hay dos restorán funcionando en el sector de Playa Negra, uno de manera oficial con todas las patentes al día y otro de manera más informal. Varios de los emprendedores tienen ganas de realizar sus ideas pero no saben cómo ponerlas en marcha.	<i>Hechos concretos, no solo ideas.</i> Convertir todas esas ideas en proyectos reales, con un Polo Gastronómico funcional con patentes al día haciendo que más vecinos se integren al proyecto. Con el apoyo y dirección de diversas entidades los emprendedores pueden lograr poner en marcha sus ideas.
<i>Poco o Nulo manejo de ofimática, administración y redes sociales.</i> Estos conceptos son claves para que los emprendedores manejen de modo correcto sus negocios pero la mayoría de ellos no tienen conocimiento de cómo usar estas herramientas.	<i>Emprendedores con conocimientos.</i> Con esto sabrán cómo fijar sus precios, serán capaces de hacer publicidad a través de las redes sociales, capaces de usar los beneficios de internet y con los conocimientos necesarios para mantener sus negocios.
<i>Mala Infraestructura en Playa Negra.</i> Partiendo porque no existe señalética que indique cómo llegar, al cruzar la línea ferroviaria el camino es de tierra, lo que en invierno significa barro, el suelo es disperejo y la iluminación es mala.	<i>Mejor Infraestructura en Playa Negra.</i> Es fundamental mejorar las calles, los accesos, las señaléticas, la iluminación para que los turistas sean capaces de encontrar Playa Negra de manera fácil.
<i>Poca Armonía en las viviendas.</i> El problema no es el frontis de las viviendas si no la parte trasera de los patios, cada habitante ha cercado como ha podido lo que se traduce en una imagen dispar y poco armoniosa de la avenida que da frente a la playa.	<i>Cambio de imagen, mayor armonía.</i> Un lugar armonioso, con características similares, no iguales pero que todos los locales tengan una relación para que sean visto como un todo, no como un conglomerado de restoranes.
<i>Poco conocimiento a las formas de financiamiento que existen.</i> La mayoría de los emprendedores desconocen cómo funcionan instituciones como SERCOTEC, FOSIS, Fondo Esperanza, entre otros y de cómo pueden ayudar a financiar sus negocios. Por lo anterior su principal financiamiento corresponde a ahorros y	<i>Mejor difusión de formas de financiamiento.</i> Emprendedores consientes de cómo y cuándo postular a los fondos de financiamiento, que estén siempre revisando internet para no perder estas oportunidades por desconocimiento.

<p>préstamos en casas comerciales o bancos.</p>	
<p><i>Sin sellos de calidad Q ni aparición en los registros de SERNATUR.</i> Los negocios pierden la oportunidad de publicidad gratuita al estar inscritos en los registros de SERNATUR así como la opción de mejorar sus estándares de calidad al poseer el sello Q.</p>	<p><i>Negocios inscritos en SERNATUR con sellos Q.</i> Que los emprendedores ya existentes obtengan su sello Q y sirvan como ejemplo y motivación para los que están recién partiendo.</p>
<p><i>Muelle que entorpece la vista.</i> Al ser un sector aledaño al muelle es imposible no verlo al admirar el paisaje de la playa, lo que contrasta con la naturaleza presente.</p>	<p><i>Reducir impacto visual del muelle.</i> Crear barreras naturales para evitar el impacto visual de tener un muelle al lado.</p>
<p><i>Muy pocas áreas verdes.</i> Antes del terremoto detrás de las casas en Playa Negra había una gran extensión de árboles la que fue arrasado por las olas dejando un paisaje un tanto árido comparado con el verde del cerro que esta frente a la vía férrea. La falta de áreas verdes ayuda a la falta de conciencia ambiental.</p>	<p><i>Más áreas verdes.</i> Crear plazuela con pasto y árboles que no entorpezcan la vista hacia la playa, además del verde a la vista, ser verdes en cuanto a reciclaje y conciencia ecológica, cuidando el tratamiento de los desperdicios.</p>

Esta tabla comparativa fue realizada en base a información obtenida en terreno durante visitas realizadas a Penco donde hubo recorridos por las principales zonas de la comuna y toma de fotografías; además de entrevistas a diversas personas, entre ellos los emprendedores de Playa Negra, algunas elegidas al azar en la localidad pero con el denominador común que poseen algún tipo de emprendimiento; y otras con conocimientos relevantes y detallados sobre turismo, desarrollo y nuevos objetivos trazados para Penco en relación a su cambio de imagen y lograr ser una comuna con importancia histórica y lograr reflejarlo y potenciarlo en su área turística y gastronómica como lo son la jefa de turismo, cultura y fomento productivo, el coordinador de turismo y miembros de la Sociedad Histórica de Penco.

### 3.13 Experiencias similares: Caleta Alto del Rey, Boca Sur

#### Un poco de historia

Boca Sur es una población que cuenta con alrededor de treinta años de antigüedad, corresponde a la salida del río Bío- Bío al mar y como su nombre dice, se encuentra al sur del río y forma parte de la comuna de San Pedro de la Paz en la provincia de Concepción. Nació en 1983 como el lugar que albergaría a diversos barrios y poblaciones que fueron trasladados de su lugar originario de residencia en un intento por limpiar de campamentos y marginalidad a Concepción. En ese entonces era un terreno arenoso, con grandes dunas frente al mar, un nutrido bosque de pinos en uno de sus extremos y una gran cantidad de huertas, que proveían a buena parte de Concepción de verduras frescas y de buena calidad.



Figura...Mapa Boca Sur. Fuente...

#### Lo Pequén Alto

En 1984 fueron erradicados los pobladores de Lo Pequén Alto, barrio por el cual se accedía avanzando por la avenida Nonguén en la comuna de Concepción, debido a la orden dictada por el alcalde de aquel entonces, el señor Claudio Arteaga Reyes, quien fue edil de la comuna entre los años 1979 y 1988.

Las casi ciento cincuenta familias que constituían el barrio, eran de origen humilde, prueba de ello eran las pequeñas casas con techos oxidados de zinc o melanina y murallas de cartón o plástico que mostraban los crudos meses de invierno que debían soportar. Eran la población que se encontraban después del barrio de los chalets, donde se acababa el asfalto y comenzaba el barro. Sólo contaban con alumbrado público y domiciliario logrado por el edil Enrique Van Rysselberghe Martínez, antecesor de Claudio Arteaga Reyes y el agua la obtenían de una vertiente cercana.

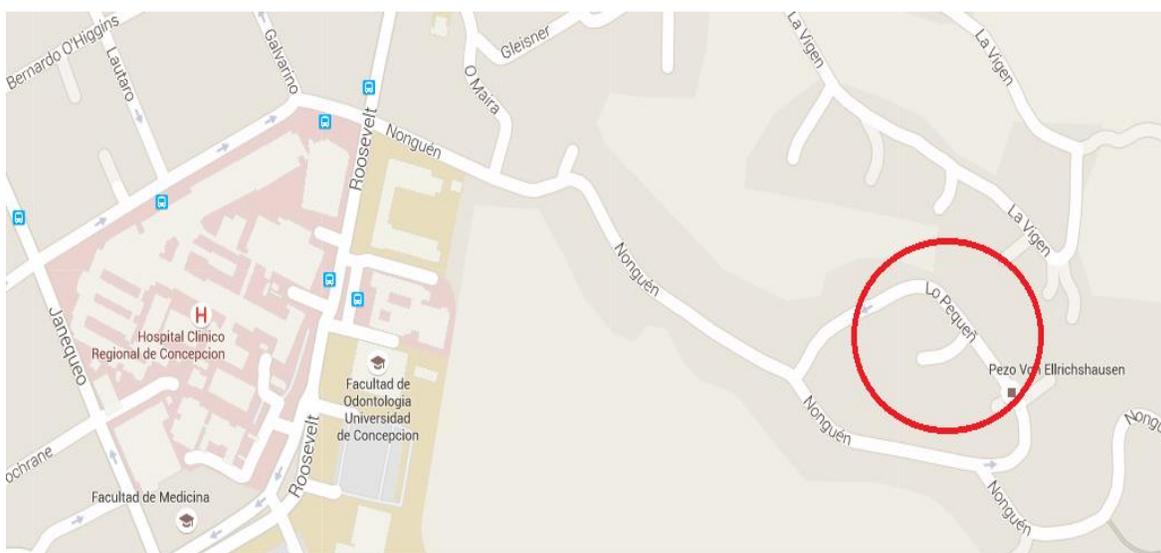


Figura...Ubicación Lo Pequeño. Fuente. ....

Según relatos de los antiguos pobladores de Lo Pequeño, ellos se asentaron en el lugar mucho antes que existieran chalet, escuelas o liceos cerca. Todo era cerro y pertenecía a un hombre de apellido Cíd, quien les dió trabajo elaborando ladrillos, pero a medida que personas de nivel socioeconómico alto comenzaron a llegar y construir sus casas, ellos se vieron en la necesidad de ir trasladándose más y más arriba en el cerro hasta terminar en Lo Pequeño.

### **El comienzo del fin**

Después de años de arduo trabajo para construir sus casas, que pese a lo humilde de sus edificaciones llevaban consigo el anhelo de un hogar tranquilo y sueños de una mejor vida para sus familias y los recuerdos construidos a lo largo del proceso, el fallecimiento del dueño de los terrenos, significó el comienzo del fin, ya que según los pobladores éste les había regalado los terrenos donde vivían pero les dejó el trabajo de realizar los trámites

para la obtención de los títulos de dominio; versión que se contrapone con la del Ministerio de Vivienda (MINVU) la cual dice que el dueño de los terrenos se negó a vender lo que imposibilitó la construcción de viviendas sociales. Por ende las construcciones existentes eran productos de una toma.

Es así como entre el 21 y el 24 de Junio de 1984 los habitantes de Lo Pequén llegaron a su nuevo hogar en Boca Sur, todos con sentimientos encontrados; algunos orgullosos de sus nuevas casas y otros con pena, rabia al sentirse engañados o forzados a dejar atrás años de esfuerzo.

### **Boca Sur en la actualidad**

Hasta 1986 duró la erradicación de campamentos y tomas correspondientes a los sectores de 21 de Mayo, Lo Pequén, Las Playas, Agüita de la Perdiz, la Colo Colo, la Libertad, etc. Posteriormente a esa fecha, entre 1987 y 1993 las familias que llegaron al sector lo hicieron a través postulaciones a programas de vivienda básica del Ministerio de Vivienda y Urbanismo.

A pesar de formar parte de la Comuna de San Pedro, la cual ha presentado un crecimiento a nivel residencial desde la época del año 2000, con el surgimiento de parques de Andalué, San Pedro del Valle, Conjunto Olas y el Fundo el Venado entre otras lo que ha producido un crecimiento económico y comercial que se ve reflejado en la diversificación de pubs y restaurantes, así como la apertura de clínicas, colegios, gimnasios, farmacias, boulevares y diversos supermercados; Boca Sur refleja la gran desigualdad socioeconómica presente en la comuna al ser un sector considerado altamente conflictivo.

Es fácil encontrar información constante acerca de robos, drogas, violencia y marginalidad del barrio así como la falta de recursos y necesidades de sus habitantes, su largo historial hace que hasta la policía dude en entrar al sector lo que facilita que sea una tierra de nadie donde la ley del más fuerte prevalece, aumentando su calificativo de sector altamente conflictivo. Lamentablemente se transformó en la cara de la moneda que nadie quiere ver.

## **Un rayo de esperanza**

Aunque la imagen y estado actual de la población es deprimente y desoladora, aún es posible encontrar personas que quieren ser mejores, jóvenes y adultos que desean cambiar sus futuros y para eso hay diversas instituciones que los apoyan desde religiosas como la Iglesia Católica, Los Testigos de Jehová, Los Mormones así como otras sin fines de lucro que son la Compañía de Bomberos, los Scouts. Pero sin duda, la parte más difícil es cambiar el estigma que hoy en día significa decir que viven en Boca Sur, ya que el peso de su historia, la gran mayoría de las veces hace que las puertas de posibilidades se cierren.

Es por esta razón que para cambiar la percepción que se tiene del sector, es que el gobierno lo incluyo en el proyecto de asociatividad gastronómica Ruta Borde Mar, el cual tiene como objetivo potenciar la identidad culinaria borde mar, generar animación, entretenimiento y cultura entre los polos gastronómicos, generar servicios gastronómico de excelencia y calidad, capacitar a los participantes, estandarizar y diferenciar la oferta gastronómica y fortalecer la asociatividad empresarial.

De este modo el 12 de Diciembre del año pasado se inauguró el Mercado Gastronómico de Caleta Alto del Rey, un moderno y amplio mercado gastronómico de platos típicos y productos del mar de los socios del sindicato de Pescadores Artesanales de caleta Alto del Rey como parte de Programa de Transferencia del Fondo de Administración Pesquera de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura.

Este pequeño mercado cuenta con cinco cocinerías totalmente equipadas y habilitadas con patio de comidas, lo que les brinda la opción de atender de manera fácil a más de 150 personas, generando con ello la posibilidad de desarrollar un polo gastronómico y turístico que permitirá abrir posibilidades de nuevos negocios asociados al sector.



*Ilustración n° 50. Caleta Alto del Rey. Fuente: <http://turismosanpedrodelapaz.cl/caleta-alto-del-rey/>*

### **Boca Sur v/s Penco**

Si comparamos el escenario actual de Boca Sur con el de Penco, son similares aunque con trasfondos distintos. Con esto nos referimos a que ambas son comunas que quedan “de paso” hacia otras, Boca Sur queda de camino a Coronel, ambas quieren cambiar la imagen que proyectan al resto de las comunas, impulsar el turismo y la gastronomía para atraer a las personas de los alrededores y foráneos y de ese modo potenciar su economía.

Ambas son comunas costeras por lo que quieren utilizar los insumos que el mar les pueda otorgar y a la vez compartir la belleza que el paisaje otorga, que es un privilegio que muchas comunas no poseen, tienen la posibilidad de entregar a los visitantes la identidad de sus comunas a través de los platos típicos realizados con productos que ellos mismos obtuvieron y que pueden asegurar son cien por ciento naturales.

No es un camino fácil ni sencillo, claramente deben sortear diversos obstáculos para lograr los objetivos que se han planteado.

#### **PARTE 4    Conclusiones**

Una vez terminado el estudio de los diferentes entes que intervienen en la creación de un Polo Gastronómico nos hemos podido dar cuenta que es absolutamente posible crearlo, el territorio donde se asentara este Polo cuenta con el potencial turístico para que el proyecto se desenvuelva de manera óptima, tomando en cuenta las variables sociales, económicas y geográficas ,cabe señalar que según observaciones de la oficina regional de SERNAUR la tendencia de los habitantes por desarrollar turismo va en crecimiento, tomando en cuenta las variables sociales, económicas y geográficas. Realizando esta investigación hemos notado también la importancia que tiene un proceso emprendedor a todo nivel, ya sea a nivel de territorio comunal, regional y nacional, por esto es fundamental el apoyo a estas ideas y proyectos a través de financiamiento y políticas públicas.

La diferenciación también es un aspecto fundamental en el estudio, deben ser capaces de entregar algo diferente que no vean comúnmente en el mercado, es por este motivo que el uso de la historia de la comuna se convirtió en una parte importante de las propuestas, debemos cuidar y enseñar esta historia y que el cliente así lo perciba.

Las autoridades son una parte importante en la realización de este proyecto, tomando en cuenta que son varios los problemas que se deben mejorar, como la iluminación, señaléticas, calles, entre otras. Es por lo mismo que se debe trabajar en conjunto y afortunadamente así ha sido, las autoridades comunales han estado pendientes de todo el proceso y siempre han estado dispuestos a responder las preguntas de la comunidad y de nosotros como alumnos tesistas.

La mayoría de los emprendedores son adultos mayores que tienen interés de trabajar en un emprendimiento con el que pueden sentirse cómodos y de paso contribuir a la comunidad que tanto quieren en la lucha por la superación, a pesar de ser ideas distintas se pueden unificar en solo fin, un polo gastronómico, pero su relación con estudios avanzados o relacionados a cómo desarrollar un negocio es deficiente, así como la relación con la tecnología, poco se familiarizan con términos como contabilidad, marketing, ofimática o el uso de internet, que actualmente resulta una gran herramienta para la difusión y publicidad, además el tema de cómo poder financiar sus emprendimiento les preocupa, ya que la

mayoría puede optar a créditos pero si sus proyectos no son fructíferos, además de perder lo invertido quedarían con una deuda mayor. Por todo lo anterior se diseñaron capacitaciones que fueron puesta a disposición de nuestro profesor guía para ser aplicadas a la comunidades, también durante el proceso de postulación a las entidades de fomento, desarrollo y apoyo al emprendimiento, un grupo de alumnos asesoró y guió a los emprendedores para que las realizaran de manera correcta.

El diagnóstico de Playa Negra y Penco fue elaborado en base a información entregada por los lugareños, visitas a terreno en la comuna y entrevistas a personal vinculado al área de historia, fomento y turismo y puede ser utilizado como una herramienta útil para el desarrollo del proyecto, ya que muestra los puntos favorables y desfavorables que inciden en la creación del polo gastronómico, aquellos que deben mejorar o definitivamente ser cambiados tanto el sector como la comuna. Con las entrevistas a los habitantes de Playa Negra se logró detectar a lo ellos aspiran llegar a futuro, de este modo se establecieron las brechas entre lo que quieren llegar a ser y lo que tienen actualmente, además es necesario mejorar el entorno, sus calles y señalética como partida para lograr la llegada de turistas al sector, y que los emprendedores cuenten con los servicios básicos adecuados para cumplir con las exigencias que sus emprendimientos requieren, en la actualidad ya se solucionó el problema de alcantarillado que algunos sufrían y posteriormente se trabajará en mejorar la luminaria y el entorno. En el caso de la comuna, también se detectó las brechas entre su estado actual y lo que se quiere obtener, de ese modo se definieron diversas líneas de acción para anularlas o disminuirlas, por ejemplo, para el caso de fomentar la historia en la actualidad se está construyendo un museo para que los visitantes puedan conocer la importancia histórica y la riqueza cultural de Penco, la plaza está siendo remodelada y su diseño tendrá relación con la época colonial para rescatar y resaltar la importancia y majestuosidad histórica de la comuna que a la vez sirva para impulsar el turismo del sector.

La playa es el mayor atractivo que tiene el sector pero se debe trabajar mucho con ella porque al lado existe un muelle y el impacto visual es grande, se debe hermosear y cubrir de manera natural el impacto de esta, el acceso a la playa debe ser para todos, el hecho de empezar de cero sirve para que todos los accesos sean pensados también para las personas con algún tipo de discapacidad o adultos mayores para que puedan llegar a la playa misma,

dentro de las reuniones sostenidas se tocó este punto y la municipalidad está comprometida con facilitar el acceso a la playa para todos, así como también la creaciones de plazas inclusivas en otros sectores de la comuna.

Sustentabilidad y asociatividad son términos desconocidos para las personas de la comunidad pero muy importantes para un negocio, que este sea sustentable significa que es capaz de mantenerse por sí mismo sin ayuda exterior y sin agotar los recursos disponibles, y asociatividad significa que como empresario soy capaz de asociarme con otros de distintos rubros sin perder la individualidad y que cada uno obtenga un beneficio, desde el taxista que recomienda un restorán, el pescador que surte de productos del mar o el agricultor que surtirá las verduras, es decir que el empresario es capaz de crear redes beneficiosas para todos.

Crear una conciencia verde es de vital importante para el turismo, los emprendedores deben ser capaces de reciclar su basura, ser conscientes del ciclo de vida de sus desechos y botarlos en los lugares que corresponda, cada vez los turistas son más conscientes del tema ecológico por lo tanto se debe dar una buena impresión.

Actualmente nuestro país cuenta con diversas instituciones y organismos para fomentar y apoyar a los emprendedores, pero si bien para las personas beneficiadas es un alivio obtener el financiamiento que requieren para la puesta en marcha o continuidad de sus emprendimientos que otorgan las entidades a través de programas como Capital Semilla, Capital Abeja, también sienten que el gobierno los perjudica con el cobro del IVA. Aunque en el presente, el fondo de utilidades tributarias (fut) incentiva a las personas a mantener sus utilidades al interior de las empresas, para que posteriormente sean reinvertidas en capital de trabajo y se genere un círculo virtuoso de crecimiento y desarrollo, algunos emprendedores consideran que no debería ser de este modo ya que en mucho de los casos su labor ayuda en el crecimiento de la localidad donde se desarrolla generando empleo, fomentando el turismo al ser visitados y siendo una vitrina para mostrar los atributos de su comuna. Por lo tanto se deberían crear políticas públicas que favorecieran a los emprendedores reduciendo el porcentaje de IVA que cancelan o eliminarlo, como es el caso de China, en donde los comerciantes del rubro hotelero y turístico no pagan impuestos, debido a la contribución en el desarrollo del país que realizan.

Pero con la reforma tributaria este descontento por parte de los emprendedores podría aumentar ya que al eliminarse el fondo de utilidad tributaria no tendrán los beneficios que el acceso a este fondo le otorgaba, es decir, contarán con menos incentivos para mantener el dinero dentro de sus empresas lo que se traduce en menos opciones de reinvertir en crecimiento y desarrollo, lo que en el caso de los pequeños y mediamos emprendedores les obliga a obtener el capital necesario a través de préstamos bancarios lo que genera una dependencia de la entidad bancaria y a obligación de aceptar las condiciones impuestas para el otorgamiento sin mayor reparo.

Como estudiante es muy provechoso entregar los conocimientos a la comunidad, el estudio debe ser aplicado y si esa aplicación resulta beneficiosa para la comunidad es mejor, es bueno participar de proyectos inclusivos no solo para los estudiantes, sino para la comunidad beneficiada, que ve en los alumnos una ayuda o una guía para sus proyectos, para la universidad que le da un valor agregado a la enseñanza con valores y una conciencia social a sus alumnos, haciendo que la educación que entrega no solo llegue a éstos, sino que también a las comunidades a quienes ayuda.

## **PARTE 5    Anexos**

### **5.1 Anexo 01**

Estas son las características que diferencian a los empresarios exitosos del resto.

1. Fijación continua de objetivos: Se trata de determinar metas claras, alcanzables y compatibles con los intereses; como también de reevaluar las mismas. El empresario de éxito siempre se plantea nuevos retos.
2. Perseverancia: Es la firmeza de carácter que los obliga a seguir esforzándose constantemente para alcanzar la meta, no importa con que barreras se encuentre.
3. Conocimiento del negocio: Cuando se está en un negocio, se debe conocer de él, todo lo posible, pero también debe saberse delegar. No se trata de acaparar todo, sino de comprender el funcionamiento de la compañía y los trabajos específicos de los colaboradores.
4. Fuerte ante el fracaso: Comprende que el fracaso es parte del éxito y no se desanima ante él; al contrario, transforma la experiencia en algo positivo, y construye sobre las ruinas.
5. Autonomía: La independencia no es la soledad. Se trata de tener un criterio formado, responsable e inteligente para pensar y decidir por sí mismo.
6. Toma de riesgos moderados: El empresario no es un jugador. El identifica los riesgos y mide las oportunidades. Luego decide si la meta es real o no. Solo así se lanza a aventurar algo.
7. Persistencia en la resolución de problemas: Aquí juega mucho la imaginación del individuo, su creatividad e ingenio. Muchas veces llegan muchos problemas a la vez y él tiene que estar en capacidad y disposición de solucionarlos óptimamente.

8. **Iniciativa:** No esperan que les den órdenes y confían plenamente en sí mismos; además tienen la voluntad de cooperar y probar su carácter ante la situación que se lo exige.
9. **Empuje y energía:** Los empresarios de éxito hacen gala de niveles altísimos de energía ya que a menudo son exigidos para trabajar largas jornadas e incluso sacrificarse para llegar a la cima.
10. **Aceptan que no lo saben todo:** Ellos piden ayuda cuando es necesario; el hecho de la independencia no significa que sea un experto en todo. Ellos reconocen y evitan esa trampa.
11. **Salud física:** No solo se trata de gozar naturalmente de buena salud, sino de cuidarla y mantenerse en forma para estar a la cabeza de la organización.
12. **Salud mental y emocional:** El entorno del empresario, de por sí es bastante tensionante y los desequilibrios mentales son comunes. Los empresarios exitosos cuentan con un ambiente familiar y social que los ayuda a relajar sus cerebros para la batalla en la oficina.
13. **Manejan la incertidumbre:** Entienden que no son empleados sino empresarios y como tal integran la incertidumbre como algo natural al negocio.
14. **Retroalimentación:** Son asiduos al Feedback a todo nivel. De hecho la relacionan como una herramienta de perfeccionamiento continuo.
15. **Autocompetencia:** Ellos no solo compiten con otros sino que están a prueba con ellos mismos a través de modelos y supuestos de rendimiento personal.
16. **Responsabilidad:** Ellos comprenden el poder. Saben que son responsables de los resultados y del proceso. Disfrutan del deber.
17. **Confianza:** Cuestión de Fe en sí mismo. Ellos creen en sus capacidades reales y confrontan la adversidad con la fuerza y la habilidad que provienen de ellos mismos.

18. Versatilidad: Demuestran capacidad de cumplir con diversos roles y de cambiar uno a otro según se necesita.

19. Deseo de independencia: Muestran clara inclinación a buscar ser sus propios jefes. Autodisciplina y esfuerzo propio, bajo normas propias, buscando objetivos propios. La relación con otros es más profesional.

20. Fantasías positivas: Permiten que sus mentes vuelen y construyan imágenes de sus metas. Esto funciona como una motivación constante.

21. Misión: Se trata de tener una finalidad clara, propia y precisa, este es el combustible para iniciar un proyecto empresarial. La plena identificación de esta intención reafirma su personalidad y estimula su esfuerzo como emprendedor.

22. Objetividad: Comúnmente llamado “Cabeza Fría”, un empresario no puede dejarse llevar por sus emociones y debe estar siempre en capacidad de reaccionar ante los problemas de una forma racional; inclusive si se trata de abordar fallas propias. La intuición es algo muy diferente a la subjetividad; sin embargo, no se trata tampoco de convertirse en un robot, ni en un témpano de hielo.

23. Buscan realizaciones: Se enfocan en el éxito y no en las situaciones hipotéticas de fracaso. Sin embargo siempre tienen presente un plan de contingencia. Se trata de probarse constantemente y llegar al límite de sus capacidades. Ellos saben que si se encuentran con alguna barrera hallarán una forma de superarla.

24. Flexibilidad: La imagen del gerente cuadrado, que rechaza el cambio y niega la evolución, ya no funciona. El empresario de éxito sabe que lo único continuo es el cambio; por eso su personalidad no es del corte conservador y más bien se muestra abierto a la nueva información que le permita amoldar sus objetivos y las acciones de la compañía.

25. Deseo creativo: Estos hombres y mujeres tienen mentes inquietas; sienten ansiedad por ser innovadores, por crear algo nuevo se devanan los sesos buscando una idea que pueda culminar en un producto vendible que lleve su marca personal.

26. Trabajadores de largo plazo: Una cualidad admirable de ellos es que son capaces de comprometerse en proyectos de largo plazo y no importa que la cuota de sacrificio sea alta. Ellos saben que todo depende de su trabajo y están ahí para hacerlo.

27. Autovaloración: Demuestran amor propio. No son narcisistas, ni egocéntricos, sino que se conocen a sí mismos y son felices de ser quienes son. Cuando identifican una debilidad entre ellos trabajan para superarla.

28. Compromiso: Se enfocan al objetivo final y no permiten que las interferencias externas los distraigan ni que los problemas los desanimen. Ellos seguirán firmes hasta lograr su meta.

29. Innovación: Ellos tienen gran capacidad para innovar en la conducción de la empresa; para idear mejores procedimientos. Su ingenio está siempre activo y en ocasiones suele ser la herramienta más valiosa para ellos.

30. Perspectivas de largo plazo: Esta es una cualidad importante para la compañía. Ellos comprenden las metas de largo plazo, de tal modo que su visión es más amplia, lo que les permite cumplir más fácilmente con las metas de corto plazo y les hace más llevadera su evolución.

31. Positivismo: El objetivismo del empresario debe estar matizado de esperanza. El positivismo es vital para poder soportar los fracasos y decepciones que puedan sucederle en el proceso de hacerse empresario.

32. Conocimiento técnico: Él debe saber lo que hace su compañía y como lo fabrica. El comprender la ingeniería del negocio, reduce el riesgo de fracasar. El empresario no es un burócrata.

33. Relaciones humanas: Siempre tiene presente que las empresas las conforman personas y no máquinas. Es capaz de congeniar con sus interlocutores y su interacción con el mundo social es acertada.

34. Acceso a recursos financieros: No solo se trata de aptitudes y actitudes, también debe considerar la relativa facilidad con que puede acceder al recurso financiero o su capacidad para obtener fondos.

35. **Apetencia por el dinero:** No se trata de ser un avaro sino de mostrar respeto por el dinero y ser capaz de manejarlo con responsabilidad dentro de una Concepción progresista y prudente.

36. **Capacidad de pensar:** Esta característica envuelve la creatividad, el análisis, la crítica, etc. Se refiere al potencial del individuo para resolver problemas y actuar bajo presión.

37. **Capacidad de vender:** El estará siempre activo y sabe que la negociación es un arte que se practica a diario. Convencerá a su cliente de que su producto es la mejor opción y cerrará la venta.

38. **Capacidad de comunicarse:** Oral y por escrito, no solo con sus socios, sino también con sus empleados y clientes o posibles nuevos aliados. De la claridad de expresión del empresario depende la interpretación de las metas y órdenes.

39. **Intrepidez:** No es un suicida, pero él arriesga la estabilidad de un puesto y una jubilación por lanzarse a lo desconocido y trabajar por su cuenta, pese a la oposición de sus parientes y amigos.

40. **Edad:** No hay una edad clave, pero las estadísticas muestran que entre los 30 a 35 y de los 50 a 55 es cuando la mayor parte de emprendedores toman la decisión de hacerse empresarios.

41. **La familia:** Por lo general los empresarios de éxito, cuentan con alguien en sus familias que los respalda y los alienta en su empresa, por lo general otro empresario.

42. **Costumbres étnicas:** No se habla de raza sino de la situación del grupo étnico y sus costumbres. Un ejemplo de esto son los inmigrantes, quienes trabajan independientes desde jóvenes para mejorar la situación económica, familiar.

43. **Costumbres laborales:** Los individuos empresarios, por lo general demuestran su capacidad ya sea trabajando desde jóvenes o superando la burocracia de su empleo actual.

44. **Educación:** No hablamos de formación académica, sino de formación como empresario, muchos empresarios de éxito no han pasado por las aulas universitarias

pero también encontramos de estos entre los profesionales. El factor común en ambos es el espíritu emprendedor que se les inculca y no sus conocimientos técnicos.

No está de más recordar que no se trata de una fórmula mágica que debe cumplirse al pie de la letra y paso por paso. Esta es una guía para mejorar nuestro desempeño a través de un enfoque teórico-práctico, es decir, que identificando estas características y mediante un ejercicio de introspección podemos mejorar aquellas, en las que somos débiles y aprovechar nuestras cualidades más desarrolladas.

## 5.2 Anexo 02

- Enfoque personalista

La tendencia personalista surge con el norteamericano C. Rogers en la década de los años cuarenta. La idea fundamental de este profesor y psicoterapeuta consiste en reconocer una disposición fundamental en los seres humanos, una necesidad de desarrollo personal que denominó “tendencia actualizante”, por lo mismo plantea que “todo organismo está animado por una tendencia inherente a desarrollar todas sus potencialidades de modo que favorezcan su conservación y enriquecimiento” así como también que “todo individuo tiene la capacidad ya sea latente o manifiesta de comprenderse a sí mismo y de resolver sus problemas de modo suficiente para lograr la satisfacción y la eficacia necesaria a un funcionamiento adecuado. La primera tendencia dirige el desarrollo de la persona haciéndole elaborar una imagen de sí mismo, como una forma dinámica de organización y reorganización, de elevación y de preservación, como un proceso, un todo. De esta forma vive en armonía mientras sea compatible la experiencia que vive y la que elabora progresivamente en su “yo”. Los elementos de experiencia que concuerdan con la imagen del “yo” se hallan a la disposición de la conciencia, en tanto que aquellos que no concuerdan con dicha imagen son interceptados. La idea del “yo” aparece por tanto, como un mecanismo regulador del comportamiento.

Para ejercer adecuadamente la función, la noción del “yo” debe ser realista y para esto es necesario que se fundamente en la experiencia auténtica del sujeto, cuya condición esencial es la “libertad de experiencia”. Otra de las nociones básicas de esta Concepción “consiste en que el sujeto se sienta libre de reaccionar y elaborar su experiencia y sus sentimientos personales como él cree que debe hacerlo.

En estas condiciones el sujeto puede mantener el afecto y el aprecio de las personas que le son importantes aun expresando sin alterar, sus opiniones y actitudes más íntimas.

Esta libertad existe cuando el sujeto se da cuenta que “le está permitido expresar su experiencia, sus sentimientos, nociones y deseos tal como él se siente e independientemente de su conformidad con las normas sociales y morales que rigen su ambiente”.

Inmanuel Kant:

A Kant se le considera precursor del Personalismo por sus aportes en torno a la Concepción de persona como valor absoluto, distinguiéndola radicalmente de las cosas u objetos. Estas intuiciones han servido para colocar cimientos a la propuesta filosófica y cultural del Personalismo.

- Enfoque situacional

La Teoría Situacional Es un modelo de liderazgo creado por Paul Hersey (1931 - 18 de diciembre de 2012) científico del comportamiento y empresario, y Ken Blanchard (nacido el 6 de mayo 1939) es un escritor estadounidense y experto en management. La teoría fue descrita por primera vez con el nombre de "Teoría del Ciclo de Vida de Liderazgo". Fue a mediados de la década de 1970 que "La vida Teoría del Ciclo de Liderazgo" pasó a llamarse "teoría de liderazgo situacional".

La teoría situacional es uno de los enfoques básicos de las teorías de la contingencia en el liderazgo, esta teoría se apoya principalmente en los estudios de Ohio State y en el

trabajo realizado por William Reddin. Al igual que Fiedler, Hersey y Blanchard adoptaron un enfoque situacional, sin embargo existe una gran diferencia. Ellos acentúan el uso por parte del líder de un estilo flexible de liderazgo, dependiendo del juicio que se realice en cuanto a la situación. Además la teoría sostiene que el estilo de liderazgo más eficiente sufre variaciones de acuerdo a la “disposición” o “madurez” de los subordinados. Hersey y Blanchard definen disposición o madurez como el deseo de superación, la voluntad para aceptar responsabilidades y la capacidad, las habilidades y la experiencia relativas a las tareas.

### 5.3 Anexo 03

#### Entrevista a Alfredo Viumisaca Cepeda, vendedor ambulante de ropa y juguetes en la plaza de Penco



*Ilustración n°51: Alfredo Viumisaca, vendedor ambulante, Plaza de armas. Elaboración propia*

#### *- ¿Es originario de Penco?*

Soy de la Republica de Ecuador pero vivo hace ocho, tengo mi residencia definitiva. Yo allá no me dedique al comercio, más me dedique a trabajar apatronado entonces no puedo dar una información muy clara de cómo era el comercio allá comparado con Chile peor si podría decir hablando dela economía que en Ecuador circula el dólar por lo tanto es mucha la diferencia con lo que es el peso chileno, por ejemplo ahora que está a más de \$600 el dólar y nos cuesta un poco o sea baja mucho el porcentaje del cambio pero antes cuando estaba a \$500 yo creo es un valor bueno para nosotros porque si yo quiero enviar \$100.000 era que llegaba US\$200 entonces US\$250, US\$300 es un sueldo base allá en Ecuador, entonces poco porque hablando en pesos chilenos serian como \$170.000

**- *Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

Yo llegue un año antes del terremoto, por primera vez vine a trabajar para otro caballero, igual ecuatoriano que me contrato directamente allá, me pago los pasajes y todo eso. Cuando llegamos hablábamos con mi esposa que trabajaríamos como mínimo tres o cuatro años para el caballero para juntar un poco de dinero porque él nos ofreció acá la estadía, todo. Nosotros supuestamente el sueldo que íbamos a ganar aquí que era de US\$200 seria para puro guardar, ahorrar porque acá no teníamos que gastar nada. Pero después cuando llegamos aquí sucede que trabajamos solo dos meses y medio y en ese tiempo nos pagó lo justo, los pasajes de ida y vuelta igual, al final de ese tiempo de los dos nos pagó como \$350.000

Nosotros llegamos aquí a Penco porque el caballero tenía como una feria, después de ahí nos fuimos porque el caballero nos dijo que ya no nos necesitaba, que éramos unos excelentes trabajadores, que si seguíamos así íbamos a superar todo, a triunfar en la vida y así nos despidió. Nosotros pensamos que íbamos a trabajar tres, cuatro años pero solo fueron dos meses y medio. Así que después empezamos acá y llevamos como siete años y medio. Tenemos los permisos municipales

Como le decía en Ecuador no me dedique al comercio porque allá se ve lo de ser un inversionista grande, no mini, poco, está prohibido el comercio ambulante al menos en las grandes ciudades lo cortaron como en Quito, Guayaquil están suspendidos los permisos para ambulantes. Otra cosa es que acá circula más plata que en Ecuador, yo siempre digo:” usted puede traer piedras y piedras vende aquí”, la gente es súper consumista y eso es favorable para nosotros, porque en el verano traemos otras cosas como pulseras para las lolas, collares.

**- *¿Cómo nació el nombre, el logo?, ¿Tiene conocimiento o capacitación en idiomas, mrk, finanzas, atención al clientes, manipulación de alimentos?***

Idiomas no se mucho, entiendo algunas palabras en inglés pero no estoy como para explicar en inglés y hace tiempo conocí la empresa que se dedica a la distribución de suplementos alimenticios Omnilife, ahí me integre, firme, me hice socio ellos le llaman empresario

omnilife y tienen diversos productos, para adelgazar, para el estreñimiento, para la defensa del cuerpo y muchas vitaminas naturales, así que como debo vender de alguna manera ahora estoy usando más facebook pero creo que necesitaría una pequeña capacitación de Word de todo eso para crear páginas, lo que es marketing seria excelente. En Ecuador termine el colegio y estuve en cuarto semestre estudiando administración de empresas y como ya estaba casado y por los recursos que estaban escasos tuve que dejarlo a medias y venirme para acá y aquí igual intente estudiar pero vi que los costos eran muy caros como \$80.000 mensuales y no me anime, me cuesta decidir y tengo miedo de poder cubrir otros gastos

***- En relación a los precios ¿cómo los fija, calcula los costos?***

Yo me dado cuenta en este tiempo de trabajo que la artesanía no resulta para fijar precios porque por ejemplo si Ud. quiere hacer un gorro tejido, Ud. compra la lana más barata que esta como \$1.200 y de un ovillo sale un gorro no más entonces al hacerlo ese gorro yo creo que debería triplicar o cuadruplicar el valor, en precio significa que debería vales unos \$3.000 o \$4.000 pero acá la gente no paga, entonces es preferible ir a Santiago y comprar cosas chinas como gorros a \$1.000 entonces no hay por donde perderse, invierto \$1.000 y lo vendo a \$2.000. como yo soy el que compra digo que siempre hay que sacarle el 100% al productos pero mi esposa dice “aquí pagan no más” y los vende a \$3.000 y yo a veces lo vendo a \$2.000, entonces el valor varía según la opinión entre yo y ella. Más porque soy el que abastezco la mercadería entonces sé los precios y cuando llegó yo le digo: “tanto vale esto” pero como está más ella que yo acá y está sola, nadie más vende de esto acá, ella decide el precio.

***- ¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

Trabajamos todo el año aquí, tenemos dos hijos que estudian y mi señora los va a dejar y a recoger y si nos vamos a otro lado no hay quien haga eso, por lo que ella es permanente aquí, estamos todo el año y cuando está bueno el día voy a trabajar a otro lado.

**- ¿Ha postulado a algún financiamiento alguna vez? De haberlo obtenido, ¿para qué lo utilizó?**

Nuestro financiamiento fue el dinero que el caballero con quien trabajamos por dos meses y medio nos canceló. Con eso compramos diversas cosas para comenzar a vender.

**- ¿Qué lo motivo a emprender, qué oportunidad vio? En relación a la comuna ¿qué esperan de ella, cómo le gustaría que fuera? ¿Esperan apoyo de la municipalidad, de Sernatur o instituciones como CORFO, SERCOTEC en sus negocios?**

Bueno nosotros acá tenemos un sindicato que se llama SACTEP, sindicato de artesanos, comerciantes ambulantes, microempresarios y emprendedores turísticos de Penco y bueno el alcalde nos ofreció la compra de un terreno y ojala se llegue a concretar eso porque sería una fuente de trabajo aunque en un lugar establecido en Penco yo no lo encuentro para tener mucha ganancia porque Penco es un lugar chico, ahí el centro son como tres cuadras y si uno está más allá de eso la gente no llega, como le paso a un supermercado que cerro varias veces aunque cambiaba de dueño. Como le digo nosotros estamos al lado del paradero y a la gente le gusta comprar al paso, no hacer colas ni perder tiempo, lo que vio le gusto, y lo compró. Si hace mucho frio la gente pasa y se compra un gorrito, una bufanda o guantes.

Como la campaña del alcalde fue de invertir en turismo, yo creo que sería bueno invertir en restaurantes, en cosas gastronómicas, en esa área porque eso llama a la gente, así se podría posicionar a Penco como unan ciudad con una gastronomía de calidad, porque igual ha hecho obras como el medio edificio para los carabineros, eta el museo pero la gente a donde quiera que vaya necesita comer algo, estar en un lugar cómodo, no sé dónde compartir un café, esas cosas no existen acá, yo pienso que en esa área deberían invertir, igual hace mucha falta un baño en la plaza, la mayoría de las plaza tienen y acá no tienen.

Por ejemplo en verano mucha gente llega y lo primero que hace es preguntar dónde hay baño y uno le dice que en la playa y el pobre tiene que caminar varias calles solo por un baño.

**- ¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?**

Yo creo que la fortaleza de Penco, comparado con Concepción, es una comuna, pero para que quejarse si es una comuna turística su fortaleza es que está en una ubicación excelente para hacer turismo pero las debilidades yo creo que serían falta de locales de gastronomía para llamar la atención porque como le digo yo todos los sábados y domingos voy a Lirquén, ahora sobre todo voy los domingos pero la gente llega y eso que es mucho más pequeño y es un lugar que como dirían acá hay patos malos, como dirían en Ecuador es una zona roja, peligrosa pero aun así la gente llega y es mucho mejor allá que acá por lo gastronómico.

**- ¿Quiénes son sus competidores, conoce la imagen que tiene la ciudad de su negocio, cómo mide su público, es recomendable su negocio?**

Los domingos yo voy a Liqueñ y ahí hay como veinte o treinta personas que venden de lo mismo que nosotros y acá en Penco los locales de ropa las cosas tienen precios más elevados o cuando va a las cosas comerciales tiene que hacer fila de pronto esperar, es demoroso y eso no le gusta a nadie. Así que no los considero tanta competencia, por ejemplo el año pasado llegamos a estar casi todo el año aquí y los comerciantes, los locatarios dijeron que el valor de los permisos que nosotros pagamos es muy poco, que ellos con los gastos de luz, agua, arriendo pagaban mucho más cuando en realidad el valor que ellos pagan por la patente es de \$70.000 al año aproximadamente mientras que nosotros aquí teníamos dos stand de tres metros cada uno, seis metros en total y por eso, por los dos pagábamos \$30.000 cada diez días así que sacando la cuenta pagábamos \$90.000 mensuales durante un año y así la gente de los locales decían que nosotros estábamos regalados acá.

**- ¿Cómo encuentra la seguridad en torno a su negocio?**

Yo creo que Penco como he dado cuenta, con las comunas aledañas, es un lugar tranquilo hasta ahora. Yo he escuchado de otras partes que no es tan así, una vez quería ir a medio camino y me equivoque de bus y llegue a Talcahuano arriba a los lobos viejos y me dijeron: “no, no, aquí no te bajes (porque yo andaba con unos bolsos con mercadería), si te bajas te

van a quietar todo, menos en la tarde”, comparado con eso Penco es tranquilo, bueno problemas mínimos con clientes a veces, que uno vende productos chinos que los clientes

Prueban y todo pero pasa que después se le cae o pasa algún accidente y se rompe y quieren que uno se los cambie y no me parece porque si a diez niños se le quiebran los juguetes y a esos diez niños debo devolverle el dinero o cambiarles el producto, cuál es mi ganancia. Entonces en ese sentido hay gente que me amenaza que va a ir donde carabineros y vienen peor yo les muestro mis papeles al día y les dicen a las personas que estoy ejerciendo mi trabajo legalmente, que no pueden decirme nada y que les entregue el producto en buenas condiciones. Pero las personas deben entender que por el precio que están pagando no pueden exigir una calidad mayor

**- *¿Cómo es su relación con la tecnología?***

Tengo mi celular con internet para mantener la comunicación con mi señora, mi familia en Ecuador, por facebook, cuando estoy en Lirquén hablo con mi señora para saber cómo van las ventas, anoto cosas para no olvidarlas como cuando viajo a Santiago, y esas cosas

**- *¿Tiene asociatividad con otros emprendedores? ¿Compra los insumos a otros pobladores de la localidad?***

Los productos como los chalecos que no puedo mostrar aquí por el espacio los traigo de Ecuador, igual hay algunos gorros que nosotros los tejemos con mi esposa a palillos o las pulseras con nombres también las hago yo así que en parte somos artesanos. Las otras cosas como guantes, los otros gorros los compramos hechos, viajamos a Santiago y compramos productos chinos.

## Entrevista a Sandra Burgos, vendedora ambulante de chocolates artesanales en la plaza de Penco.



*Ilustración n°52: Sandra Burgos, vendedora chocolates artesanales Plaza de armas Penco. Elaboración propia.*

***-¿Es originario de Penco?***

Si, nacida y criada en Penco.

***-¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

Llevo como unos seis años más o menos, todo ha sido con dinero mío, comencé vendiendo unos waffles, que son unas galletitas rellenas con manjar y me ganaba ahí en una esquina y después empecé a vender chocolates y así hasta lo que tengo hasta ahora gracias a Dios. Cuento con el permiso de la municipalidad, está al día, todo.

La idea nació por necesidad, no tenía trabajo y tenía que mantener a mi hija. En la casa me ayudan a hacer los chocolates, mi hija, una tía que tengo, es como un negocio familiar.

***-¿Cómo nació el nombre, el logo?, ¿Tiene conocimiento o capacitación en idiomas, mrk, finanzas, atención al clientes, manipulación de alimentos?***

En manipulación de alimentos sí, porque gracias a Dios tengo harta clientela y el cuchufli lo hago mismo, yo misma lo relleno, solo compro la vaina, mientras que los cuchufli de los negocios tienen , manjar de quien sabe cuánto tiempo en cambio yo me aseguro que mis productos sean frescos.

No tienen logo ni nada porque los clientes me conocen porque vendo aquí por lo mismo para la semana pencona hay gente que se pone a vender chocolates al lado pero la gente vuelve toda donde mi por lo que es los cuchufli, las mismas trufas saben que yo los vendo, cuando no vengo la gente me busca, me echa de menos, hace tontos días que no viene.

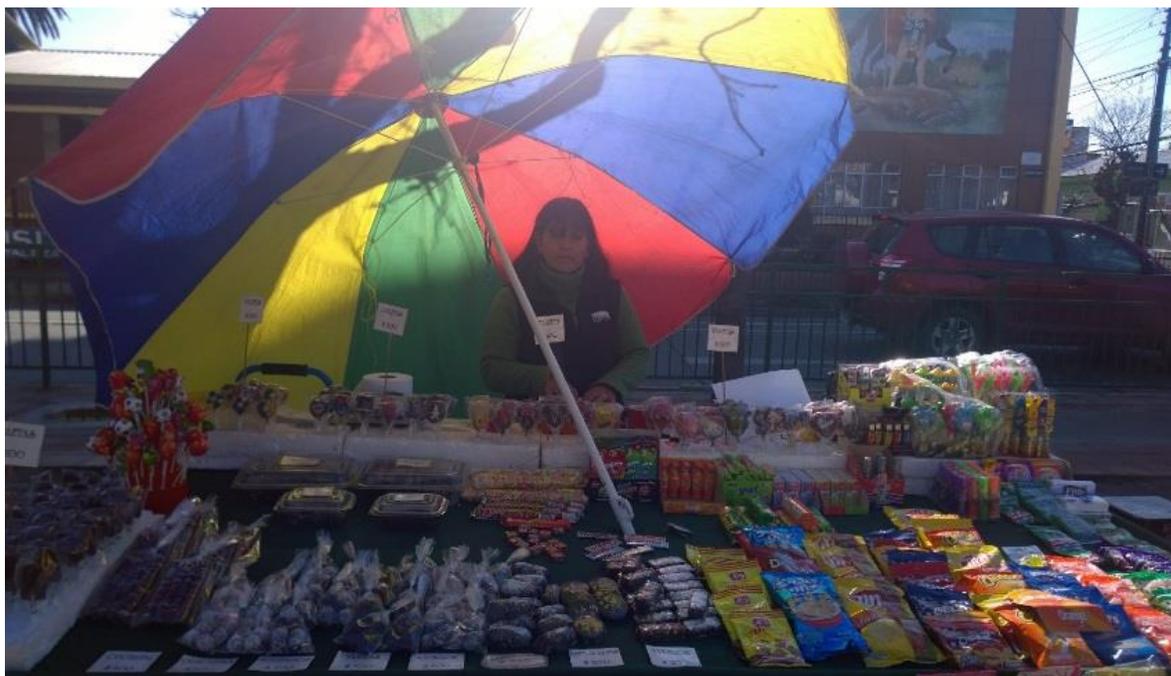
***- En relación a los precios ¿cómo los fija, calcula los costos?***

Los precios trato de que sean para que la gente pueda comprar porque si son muy caros nadie compra, así que veo que después de vender haya recuperado la plata que gaste en las cosas para prepararlos y que me quede otro poco para mí.

***-¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

En estos momentos yo estoy de ambulante, pero igual yo pertenezco un sindicato de aquí de Penco, no me lo sé muy bien el nombre pero es de todos de aquí de Penco, entonces para las fechas pick nosotros pedimos permiso a la municipalidad, ya sea para el día de la mamá, del papá, el niño y ahí nos ponemos con puestos, que cada uno se hace. Yo gracias a mis chocolates me pude hacer mi stand, uno pide la autorización y paga sus permisos. Como es por una semana lo de trabajar en los puestos después llevo a ambulante otra vez. Pero como sindicato estamos luchando para que la municipalidad nos compre un terreno que queda media cuadra más allá de la plaza y ahí instalarían a todos los ambulantes porque no quieren ambulantes en la calle, sería como una feria, un pueblito.

Yo llego entre 10.30 y 11.00 de la mañana y después me voy entre 19.30 y 20.00 horas., depende de las fechas de pago y el frío también, igual que trabajando aquí lloviendo no puedo, por ejemplo ayer vine a trabajar y me tuve que ir porque como a las 16.00hrs se puso a llover, entonces hay que andar poniendo nylon y todo eso.



*Ilustración n°53: Chocolates artesanales y confites, plaza de armas Penco. Elaboración propia.*

*-¿Qué lo motivo a emprender, qué oportunidad vio? En relación a la comuna ¿qué esperan de ella, cómo le gustaría que fuera? ¿Esperan apoyo de la municipalidad, de sernatur o instituciones como CORFO, SERCOTEC en sus negocios?*

Espero ojala más apoyo de la municipalidad para tener un local y estaríamos bajo techo, con frío o con lluvia vendríamos a trabajar igual

*- ¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?*

Algo malo es que no nos dejen trabajar en los puestos, hace que la plaza se vea muerta, nosotros recolectamos firmas cuando nos sacaron de aquí porque los que más alegan por nosotros es la cámara de comercio que le quitamos ventas y la gente nos apoyó caleta porque viste que sin nosotros la plaza está muerta. Le falta más vida, más iluminación yo creo que eso le faltaría a Penco, por lo menos la iluminación de la plaza es mala.

Algo bueno que tiene Penco es Lirquén como vendrían estando juntos, los mariscos. Ahí es donde la gente podría ir a visitar porque aquí Penco no hay mucho donde visitar

***-¿Qué oportunidades ve en su negocio dentro de la comuna o en la región?***

Tener un trabajo digno y poder trabajar tranquila, si sale lo del terreno podría trabajar todos los días y si arreglaran Penco vendría más gente y eso también me ayudaría a mí a vender más.

***-¿Quiénes son sus competidores, conoce la imagen que tiene la ciudad de su negocio, cómo mide su público, es recomendable su negocio?***

Gracias a Dios en mi sindicato soy la única que vende chocolates y eso también nosotros tratamos todos los que estamos que no se repitan mucho las cosas para que podamos vender.

Los supermercados o las otras partes donde venden chocolates no tanto porque mis chocolates son artesanales los hago yo, entonces por lo general los que están en los supermercados cuantos meses están, los míos lo voy haciendo a diario porque a medida que voy vendiendo los voy haciendo

***-¿Cómo encuentra la seguridad en torno a su negocio?***

Buena, a mí nunca me ha pasado nada gracias a Dios, en los puestos que a veces no falta que pasa alguien y se roba un gorro, un chaleco, pero poco se ve poco.

***- ¿Tiene asociatividad con otros emprendedores? ¿Compra los insumos a otros pobladores de la localidad?***

Compro las vainas de los en un local que vende hartas cosas de dulces y el manjar y el chocolate en el supermercado, donde salga más barato.

## **Entrevista a Carlos Espinoza, taxista plaza de armas Penco.**

**- *¿Es originario de Penco?***

Si, nacido y criado en Penco, son 48 años en la comuna

**- *¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

Llevo más de diez años trabajando de taxista. Por años trabaje de bodeguero pero quede sin trabajo y por la necesidad tuve que buscar otro cosa y como no encontraba trabajo y tenía auto decidí trabajar como taxista.

**- *Además de sus productos o servicios básicos, ¿tiene servicios adicionales como wifi, folletos de información turística, de hostales, asociatividad con restaurantes, etc?***

Si algún turista pregunta dónde comer le digo que en el barrio chino de Lirquén puede encontrar todo tipo de comida con mariscos pero los dejo en la plaza no más y si preguntan por dónde dormir ahí no sé, a menos que ellos me digan donde llevarlos.

**- *En relación a los precios ¿cómo los fija, calcula los costos?***

Primero vemos el valor de la bencina, Ud. sabe que no se puede cobrar muy barato o no tendríamos ganancias y después hay precios fijos según el lado al que vaya la persona, mientras más lejos ahí se usa el taxímetro.

**- *¿El terremoto tuvo algún efecto o incidencia en el funcionamiento o surgimiento de su emprendimiento?***

No en realidad, porque trabajo hace muchos años antes del terremoto.

**- *¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

Diría que se mantiene el ritmo de gente todo el año, bueno cuando hace alguna cosa en la playa en verano anda más gente y se trabaja un poco más si es que es en la noche y el año pasado hicieron otra fiesta en Playa Negra y también se trabajó bastante pero los demás días son parecidos.

***-¿Qué lo motivo a emprender, qué oportunidad vio? En relación a la comuna ¿qué esperan de ella, cómo le gustaría que fuera? ¿Esperan apoyo de la municipalidad, de sernatur o instituciones como CORFO, SERCOTEC en sus negocios?***

Me gustaría que fuera más seguro. Que hicieran más cosas para llamar turistas y no solo en verano, para que todos podamos trabajar más.

***-¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?***

La playa creo yo, no todas las comunas tienen una playa, el barrio chino tiene hartos locales para comer productos del mar y la playa sigue hasta allá y el paisaje igual es bonito, de Penco se ven los muelles hasta el cerro Verde para el otro lado, se ven barcos. Algo malo es que los carabineros no se preocupan mucho de la seguridad, porque aquí el problema es el siguiente si uno no hace una demanda lo que pase queda en el aire, como que uno sabe que el funcionamiento de los carabineros es si una hace la demanda si no lo hace esto va a seguir, los carabineros se dedican otras cosas. Y eso también afecta a que turistas no quieran venir por el miedo que los puedan asaltar.

***-¿Qué oportunidades ve en su negocio dentro de la comuna o en la región?***

Oportunidades no muchas, más que nada sobrevivir porque los que más usan taxis son las personas de acá, en verano que se ve más gente pero vienen a la playa por el día y llegan y se van en bus.

***-¿Quiénes son sus competidores, conoce la imagen que tiene la ciudad de su negocio, cómo mide su público, es recomendable su negocio?***

Los buses creo que son nuestros competidores porque vienen de otras comunas y llevan y traen a la gente que trabaja fuera de Penco y nosotros por lo general trabajamos dentro de Penco y sus alrededores cercanos.

***-¿Utiliza algún tipo de publicidad, como radio, volantes, etc. cuánto tiempo, por qué?***

Por la radio comunitaria pasan avisos de radio taxi, dan el número y salimos en la guía de teléfonos y yo les doy mi número para que me llamen cuando necesiten taxi.

***-¿Cómo encuentra la seguridad en torno a su negocio?***

Ha ido cambiando a través de los años no es iguala como era años atrás cuando uno era chico que podía caminar por la plaza de Penco tranquilamente tarde pero ahora no es seguro caminar muy tarde, encuentro que es muy peligroso a no se puede salir con los niños en la noche. Por mi trabajo he tenido varios asaltos con armas y todo eso, bueno es a lo que uno se expone en este trabajo porque uno vive el día a día en esta pega, según como le vaya a uno en el día o los casos que pasen.

***-¿Cómo es su relación con la tecnología?***

Tengo mi celular para llamar no más, no me llama mucho la atención eso del facebook y esas cosas. Tampoco las manejo mucho.

**Entrevista a Sergio Pinilla, taxista plaza de armas Penco.**

***-¿Es originario de Penco?***

No, llevo como cincuenta años acá pero nací en Concepción, me vine a Penco por mi señora, me case y nos vinimos para acá.

***-¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

Antes trabaje en colectivos en Concepción y después aquí en taxi así que llevo como unos doce o quince años. Por la necesidad primero que nada, quedamos sin trabajo y como teníamos un autito se decidió trabajar en el rubro de taxis. Como soy el dueño, uno recorta menos y le alcanza para subsistir, no como cuando una tiene un chofer y se comparte la ganancia, la poca y nada de ganancia que se hace se debe compartir.

***-En relación a los precios ¿cómo los fija, calcula los costos?***

Casi un 80% de los clientes son personas del pueblo, se poco turista, acá tenemos playa pero los que vienen a la playa desde Concepción llegan en taxibus, los que vienen de Chiguayante vienen en taxibus al final todos se trasladan en transporte colectivo. Así que se

fijan precios según la distancia que se recorra, por ejemplo dentro de Penco tienen un precio, a Lirquén otro y así.

***-¿El terremoto tuvo algún efecto o incidencia en el funcionamiento o surgimiento de su emprendimiento?***

En realidad no, como le decía llevo como quince años trabajando en esto, en realidad fue complicado de primera por la locura que se desato por conseguir comida, agua potable y combustible, por lo que solo salía cuando era muy necesario después ya se normalizo.

***-¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

Generalmente son las personas del pueblo así que el ritmo del negocio es similar todo el año. En fechas como navidad y año nuevo hay un poco más de movimiento porque las personas compran todos sus regalos y es más cómodo llegar a la puerta de la casa que tener que caminar con muchas cosas y como le decía en verano hay más turistas pero vienen y se van en taxibus.

Ahora se está viendo el Penco histórico y esas cosas, incluso mucha gente de acá de Penco no teníamos idea de las cosas que teníamos y ahora están saliendo a la luz de a poquito por allá por acá pero son cosas puntuales, chiquititas que para lo historia tiene una gran importancia

***-¿Qué lo motivo a emprender, qué oportunidad vio? En relación a la comuna ¿qué esperan de ella, cómo le gustaría que fuera? ¿Esperan apoyo de la municipalidad, de sernatur o instituciones como CORFO, SERCOTEC en sus negocios?***

La necesidad de trabajar hizo que decidiéramos transformar el auto en taxi, gracias que ya lo teníamos no tuvimos que endeudarnos más de lo necesario, que fue pintarlo y pagar los permisos. De la ciudad que fuera más despierta, más llamativa de los años que llevo son muy pocos los cambios que he visto.

***-¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?***

Tiene la playa que es bastante amplia y recién hace un par de años atrás la arreglaron para que se vea más llamativa, tienen baños y juegos. Me dijeron que ahora están haciendo un museo, a ver si eso atrae a más turistas, igual sirve con lo que hablan de Penco histórico y

esas cosas, que uno no sabe mucho de historia así que sería bueno que nos dijeran. Una debilidad sería que hasta ahora el único lugar conocido para comer mariscos y esas cosas es el barrio chino de Lirquén, acá en Penco no mucho, aparte de algunos restaurantes pero no es tan llamativo como el barrio chino

***-¿Qué oportunidades ve en su negocio dentro de la comuna o en la región?***

En la región no mucho porque trabajo solo en Penco y sus alrededores y acá en Penco si hacen más cosas para atraer turistas que no solo sea en verano obviamente habría más trabajo y los ingresos aumentarían.

***-¿Quiénes son sus competidores, conoce la imagen que tiene la ciudad de su negocio, cómo mide su público, es recomendable su negocio?***

Los otros taxistas, porque mientras más taxistas somos menos oportunidad de trabajar tenemos y los taxibuses que traen gente desde Concepción, Talcahuano, a la gente que trabaja en esos lados y que aunque tengan que caminar unas cuadras gastan menos que bajándose en la plaza y después tomar un taxi.

***-¿Utiliza algún tipo de publicidad, como radio, volantes, etc. cuánto tiempo, por qué?***

La publicidad que se hace es por la radio comunitaria donde dan el número de la caseta de taxis donde las personas pueden llamar. Como guía turístico no, por ahora no hay mucho que mostrar además de la playa, pero si preguntan algún lugar para comer, les nombro el barrio chino de Lirquén y los llevo. Y tengo tarjetas de presentación que les entrego a los pasajeros para que me llamen en caso de necesitar taxi en la noche.

***-¿Cómo encuentra la seguridad en torno a su negocio?***

Actualmente no es muy buena, a pesar de que en la otra esquina está el edificio de carabineros en la noche trabajo hasta cierta hora por lo mismo, se juntan muchachos a tomar y fumar en la noche y no andan carabineros haciendo guardia ni nada. Hasta ahora a mí gracias a Dios no me ha pasado nada pero tengo colegas que los han asaltado más de una vez. Por eso prefiero estar en mi casa y si me llama algún cliente, salgo.

***-¿Cómo es su relación con la tecnología?***

Tengo mi celular para llamadas más que nada, como paso todo el día manejando no puedo distraerme con facebook y esas cosas, en los momentos libres, se conversa con los colegas, se fuma un cigarro, esas cosas.

**Entrevista a Gilda Soto, alumna en práctica de la carrera de administración de empresas, Universidad Santo Tomas en Restomar.**



*Ilustración n°54: Gilda Soto, trabajadora Restomar. Penco. Elaboración propia.*

***-¿Es originario de Penco?***

No, los arrendadores son de San Pedro aunque actualmente viven en Concepción

***-¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

El local es relativamente nuevo, está funcionando desde abril del año pasado y nace con la idea de dar una alternativa culinaria a las ya existentes, ya que actualmente Lirquén abarca la mayoría de la oferta gastronómica de Penco. Es un espacio para disfrutar con amigos

como con familia, en el día ofrece colaciones, almuerzos a la carta, onces desayunos etc. y en la noche música, karaoke, happy hours entre otros. El personal de cocina y atención a los clientes son personas contratadas por el dueño del restorán que también trabaja de administrador del local.

***-¿Utiliza redes sociales?, ¿Cómo nació el nombre, el logo?, ¿Tiene conocimiento o capacitación en idiomas, mrk, finanzas, atención al clientes, manipulación de alimentos?***

La red social usada es facebook, donde se ponen los precios y los menús cada día.

***- Además de sus productos o servicios básicos, ¿tiene servicios adicionales como wifi, folletos de información turística, de hostales, asociatividad con restoranes, etc?***

El local cuenta con baños.

***- En relación a los precios ¿cómo los fija, calcula los costos?***

Los precios están en la carta, van por año cada año los van renovando, o sea si van subiendo los costos de las cosas también se suben los precios

***-¿Cómo se escogió la decoración, tiene algún significado?***

La decoración estaba al momento de arrendar el local, pero el administrador tiene varias ideas para decorar el local, quieren renovar, incluso ahora están renovando la cocina y tiene varios proyectos más en el local

***-¿El terremoto tuvo algún efecto o incidencia en el funcionamiento o surgimiento de su emprendimiento?***

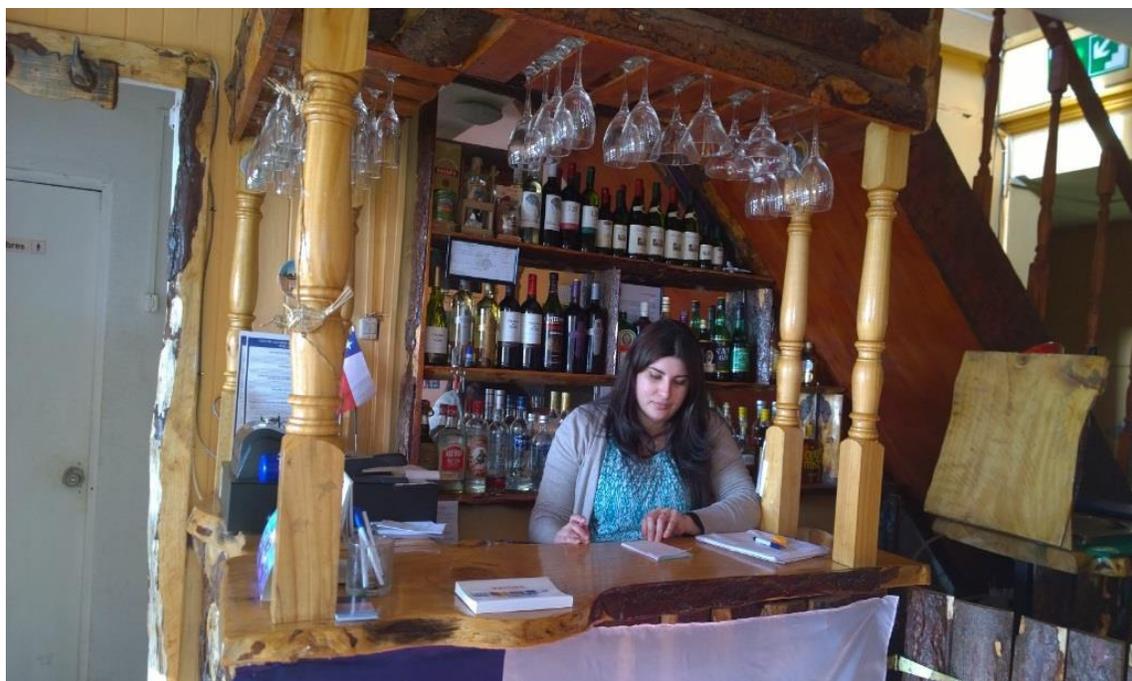
Se podría decir que sí, porque la dueña después del terremoto había dejado abandonado este lugar y después lo puso arriendo y es ahí donde llegan los actuales arrendadores por información de que se arrendaba el local

***-¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

Es complicado porque en el verano se ven las ganancias peor en el invierno es más complicado porque nada mucha menos gente, así que como que se mantienen con lo que ganan en el día

**- ¿Ha postulado a algún financiamiento alguna vez? De haberlo obtenido, ¿para qué lo utilizó?**

Para el arrendar el local tenían recursos propios pero para el tema de remodelar están con la dueña a medias, arreglo que hagan, la dueña le va descontando del precio arriendo, se puede decir que tienen un co-financiamiento.



*Ilustración n°55: Restomar. Penco. Elaboración propia.*

**- ¿Qué lo motivo a emprender, qué oportunidad vio? En relación a la comuna ¿qué esperan de ella, cómo le gustaría que fuera? ¿Esperan apoyo de la municipalidad, de sernatur o instituciones como CORFO, SERCOTEC en sus negocios?**

A corto plazo quieren que en la comuna los reconozcan como un restorán que ofrece productos y servicios de calidad y a largo plazo quieren ser reconocidos en la región y el país como un restaurant que ofrece productos y servicios de calidad

**-¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?**

Las fortalezas serían más en el verano porque viene más gente por la playa y las debilidades estarían en invierno, pero el local igual esta frente a la playa, en verano se pueden ver tranquilamente los espectáculos que hacen en el borde costero, además está a media cuadra

del transporte colectivo y a dos cuadras de la plaza. Otra debilidad puede ser que está un tanto escondido para los que andan más por el centro de Penco

***-¿Qué oportunidades ve en su negocio dentro de la comuna o en la región?***

Ser un local distinto al resto al mezclar la comida marina con la diversión nocturna y lograr el reconocimiento tanto a nivel local, regional y nacional

***-¿Quiénes son sus competidores, conoce la imagen que tiene la ciudad de su negocio, cómo mide su público, es recomendable su negocio?***

Los principales competidores serían el polo gastronómico de Lirquén y los restorán que están cerca de nosotros como uno que también está frente a la línea del tren u otro que está en el centro que es conocido y en menor escala pub cercanos y locales de comida rápida.

Por eso se quiere lograr una imagen de un restorán que pueda ser visitado en cualquier momento del día y que asegure que sus visitantes pasaran un rato agradable.

***-¿Utiliza algún tipo de publicidad, como radio, volantes, etc. cuánto tiempo, por qué?***

Tenemos facebook y las tarjetas de presentación que entregamos.

***-¿Cómo encuentra la seguridad en torno a su negocio?***

Del tiempo que lleva funcionando el restaurant nunca ha pasado nada pero me dicen que en la noche es peligroso como acá cierran tipo doce de la noche igual es complicado para la gente igual porque es oscuro y aislado y ahí podrían sufrir un robo o algo?

***-¿Cómo es su relación con la tecnología?***

El local tiene facebook, donde se publica todos los días el menú, pueden hacer reservas y también tiene correo y número telefónico

***-¿Tiene asociatividad con otros emprendedores? ¿Compra los insumos a otros pobladores de la localidad?***

El administrador es quien se encarga de comprar los insumos, generalmente va a la vega o donde vendan al por mayor y cuando no hay stock en el día compran a la gente de las

caletas o ellos mismos vienen a vender las machas, carapachos, y esas cosas así que se podría decir que tenemos proveedores fijos.

### **Entrevista a Jessica San Martín, hija de dueño de restorán “El rincón de San Martín” en Playa Negra**

***-¿Es originario de Penco?***

Si, somos nacidos y criados en Penco, aquí en Playa Negra.

***-¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

El local lleva más de diez años funcionando, comenzó como un quiosco donde se hacía comida rápida para afuera, se vendía el pan amasado, se vendían empanadas, papas fritas. Todo hacia afuera nada se servía acá y como había demanda de la gente que pedía que diera colaciones aquí por el mismo hecho de la fábrica acá al lado y mi papá siempre quiso tener un local, a pesar de que primero funcionaba como quiosco siempre se tenía como mira tener un local, había el anhelo de tener un restorán

***-¿Cómo nació el nombre, el logo?, ¿Tiene conocimiento o capacitación en idiomas, mrk, finanzas, atención al clientes, manipulación de alimentos?***

El nombre lo eligió mi papá y quiso mantener el apellido de la familia, acá trabaja pura familia, toda la familia, nadie externo, bueno hay una señora que trabaja externo y que yo la traje. Ella trabajaba en el mercado antiguamente pero como se quemó quedo sin trabajo y vive donde yo vivo en Lirquén, entonces como quedo sin trabajo y yo la conocía la traje para acá, es la única persona externa.

No tenemos manejo de idiomas y han llegado turistas de otros países y para saber que quieren les nombramos los platos por si ellos entienden, una vez un caballero nos hizo un dibujo, que andaba buscando Playa Negra y estaba aquí mismo, después de eso se dio la oportunidad de postular a unos cursos pero no sé qué paso con eso y de marketing y publicidad sabemos algo, yo creo que esa parte faltaría un poco, porque si te fijas es el único local que esta como establecido en Play Negra, porque hay uno a mitad de cuadra el

“Chatán” pero ese caballero no sé si tendrá patente no tengo idea pero ha estado funcionando por años así, pero local establecido como el de mi papá es este no más en Playa Negra, cuenta con todas las patente al día, habidas y por haber.

Mi prima y mi tía que hacen las empanadas y demás tienen su título de cocinería así que saben de manipulación de alimentos, pero de todos modos uno al manejar alimentos por inercia sabe que debe y no hacer. El otro día pasaron unos caballeros y nos felicitaron por la higiene y todo, que daba gusto entrar al local, que estaba limpiecito, impecable.

***- Además de sus productos o servicios básicos, ¿tiene servicios adicionales como wifi, folletos de información turística, de hostales, asociatividad con restaurantes, etc?***

Tenemos baños, que antes estaban fuera del local y ahora arreglamos y están dentro, no hay nada de wifi porque la mayoría de la gente que viene tiene en sus teléfonos. Cuando la gente pide platos como mariscal frío nosotros le damos como opción que vayan a Lirquén, porque nosotros no vendemos el mariscal frío y como Lirquén se caracteriza por ese plato les decimos que vayan como es lo más cercano de acá

***- En relación a los precios ¿cómo los fija, calcula los costos?***

Se ven los costos de los ingredientes se hace un costo, todo y se pone un precio promedio accesible al tipo de gente que llega acá, uno tampoco se puede enfocar a un precio que la gente no te va a pagar

***-¿Cómo escogió la decoración, tiene algún significado?***

La decoración la escogió mi mamá, quería tener un ambiente hogareño, de hecho los manteles que usamos los cocinó ella, las mesas y sillas las hizo un tío

***-¿El terremoto tuvo algún efecto o incidencia en el funcionamiento o surgimiento de su emprendimiento?***

Si, antes del terremoto era un quisco de comida rápida para llevar y después se decidió ampliar el local y se construyó la mitad, después con mucho sacrificio de mi papá, mi mamá de toda la familia se construyó la otra parte, el 2011 un año más o menos se demoró en que le dieran el permiso de sanidad, un montón. Se podría decir que con el terremoto fue una cosa por otra al final, surgió más rápido.

***-¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

Aquí lo fuerte se da en verano, con los turistas pero en invierno, llega más gente a trabajar a la cosa de choferes y camioneros y ahí se vende harta colación en la semana y el fin de semana vienen turistas así que no nos afecta tanto las estaciones.

***- ¿Ha postulado a algún financiamiento alguna vez? De haberlo obtenido, ¿para qué lo utilizó?***

Después del terremoto mi papá postulo a SERCOTEC pero le exigía una cantidad de plata de como dos o tres millones de pesos más o menos en la libreta y con eso le pasaron cuatro o cinco millones, eso no lo devolvía, lo otro eras más que nada un dinero base que le pedían tener para empezar como emprendedor

***-¿Qué lo motivo a emprender, qué oportunidad vio? En relación a la comuna ¿qué esperan de ella, cómo le gustaría que fuera? ¿Esperan apoyo de la municipalidad, de sernatur o instituciones como CORFO, SERCOTEC en sus negocios?***

Mi papá vio que las personas de la fábrica necesitaban un lugar donde comprar comida, más que el pan y un jugo, y vio una oportunidad de negocio pensando siempre en su sueño de llegar a tener un restaurante. La mira de mi papá y mi mamá ahora e hacer el segundo piso para lo cual se hizo una postulación a un proyecto, no recuerdo si era por SERCOTEC, no lo tengo muy claro pero era a través de una universidad, pero la cosa es que mi papá no salió favorecido, no sé por qué.

De la municipalidad antiguamente no se tenía tanto apoyo pero ahora sí, hay poquito más de apoyo pero de por si todo lo que ha seguido construyendo mi papi ha sido por la de él no más, no por la municipalidad. Postulo a SERCOTEC pero porque siempre ha tenido sus papeles al día, ha boleteado y todo entonces ahí salió automáticamente y lo vinieron a buscar para que postulara al SERCOTEC. Así que en ese sentido esperamos que nos sigan apoyando.

**- ¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?**

Aquí donde vivimos nosotros, falta el pavimento se supone que aquí van a seguir la costanera pero eso está el proyecto, se va a hacer si o si porque ya está aprobado, se tiene que hacer porque hasta donde llegaron, llegaron hasta el casino de La Planchada no más y de ahí para acá se supone que tienen que hacerla de aquí a un año, eso faltaría como fortaleza para que pudiera llegar más gente, más clientes y que la gente se siguiera instalando aquí también, esa es la idea que todos los vecinos se instalaran porque así llega más gente y tienen más posibilidades para optar a elegir.

El paisaje es una gran fortaleza, es bonito el paisaje acá, uno que ha vivido toda la vida en la playa, es lo que atrae a la gente, la tranquilidad

**- ¿Qué oportunidades ve en su negocio dentro de la comuna o en la región?**

Si llegan más turistas el local puede seguir creciendo, y eso pasaría si arreglan más la ciudad, como el borde costero que ahora van a continuar o la plaza que esta tan fea, con esas cosas Penco sería más atractiva y llegarían más turistas

**- ¿Quiénes son sus competidores, conoce la imagen que tiene la ciudad de su negocio, cómo mide su público, es recomendable su negocio?**

Aquí en Playa Negra no siento que tengamos competencia porque somos el único local establecido, el Chatán no sé si estará funcionando y hay otro que es de comida rápida que abre a veces, ahora si vemos más allá por la costanera pueden ser los restorán que están al frente a la playa y que se ven cuando llegan.

**- ¿Utiliza algún tipo de publicidad, como radio, volantes, etc. cuánto tiempo, por qué?**

Usamos tarjetitas de presentación más que nada y lo que se recomienda de boca en boca de las personas como publicidad pero si tenemos un facebook con el nombre del restorán. Mi papá dice que no es necesario gastar en anuncio de radio y esas cosas porque el mejor marketing es el de boca en boca que dan los clientes.

***-¿Cómo encuentra la seguridad en torno a su negocio?***

Aquí no hay ningún problema, bueno mi papá atiende hasta cierta hora no más, tiene patente de día y de noche hasta las cinco de la mañana pero él hace uso de la patente de noche solo cuando se hacen eventos como la fiesta de la chilenidad, unas bodas de oro que se celebraron hace poquito, más de cincuenta personas estuvieron acá y ahí se funcionó un poquito más tarde pero de funcionar de noche como pub mi papá no lo hace por el tema de seguridad per aquí viene harto carabinero a supervisar a hacer rondas.

***-¿Cómo es su relación con la tecnología?***

Manejo de facebook

***-¿Tiene asociatividad con otros emprendedores? ¿Compra los insumos a otros pobladores de la localidad?***

En el tema de los proveedores, tenemos una persona aquí en Penco que le compramos el pecado y hay un joven de la población que trabaja lo que es el marisco y acá se utiliza en lo que es empanadas y mariscales calientes se trata de asociar con las demás personas del sector para poder fortalecer los negocios de cada uno.

**Entrevista a Luis Méndez, docente Universidad del Bio Bío, miembro de la Sociedad Histórica de Penco y Co-propietario Café Del Palacio, Penco**

***¿Es originario de Penco?***

Yo nací en Santiago por un accidente no más, pero si soy oriundo de toda la vida, mi padre llevo a Penco, mi abuelo más bien. Las familias que tienen arraigo en Penco tienen un afecto especial por la localidad, un cariño.

***-¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?, ¿Cómo comenzó, cómo nació la idea, qué tipo de financiamiento utilizó, quienes trabajan en el local?***

El proyecto de mi señora nació hace dos años a la fecha, lo postulamos el 2013, a mediados del 2013 a un fondo financiamiento del SECOTEC, se lo adjudico y se implementó el 2014, marzo y lo inauguramos el 14 de diciembre del 2014.

Por un lado teníamos el local que era de la familia, nosotros somos una sucesión, mi hermano y yo y el local quedo disponible por una historia que es más larga, después de muchos años que una familia lo explotó y cuando lo quisimos arrendar las opciones que ofrecían las personas, los posibles arrendatarios eran máquinas de juego, peluquerías cosas que eran un poco, que a mí no ameritaban el uso del local. Está en pleno centro de la ciudad, tiene buena perspectiva comercial, se va a construir un boulevard ahora, muy bonito a la orilla del río. Todo esto está tomando auge por el área del turismo, la gastronomía, el desarrollo histórico, los servicios y mi señora además tenía la inquietud de trabajar, de hacer algún proyecto de negocio. Entonces se juntaron las cosas y ella me dijo: “mira quiero me gustaría hacer un negocio” y armando cabo llegamos a la creación de un café temático. La decoración lo demuestra, así se les llama a los cafés donde un recrea, yo diría, un relato, una historia, donde hay identidad, donde hay imágenes, donde hay recuerdos y en realidad un café tiene un objetivo explícito y uno implícito en general, los expertos en marketing describen eso, pero el producto explícito es el café, la repostería, los sándwich, los jugos de fruta, los helados, etc. Pero el producto implícito es el espacio que la gente busca para conversar, para compartir para hacer amistad, para hacer recuerdos y requieren de un lugar y entonces llegan ahí, yo me doy cuenta, que sienten que pasan horas conversando, se toman un café se sirven un Sándwich, pero el café es la excusa para conversar, para hacer amistad, para compartir, para hacer recuerdos.

Lo temático es importante porque he leído en algunos artículos de sciELO de turismo que hoy en día los turistas no solo buscan ir a tomarse un café o no solamente ir a tomar algo sino que el lugar donde se lo están sirviendo diga algo. Por eso era importante como Ud. decoro el café, como colonial, como que trae el recuerdo de una época pasada, las mesas tienen una forma específica, por lo que se ve en las fotos.

***-¿Tiene redes sociales?***

Sí, facebook, solo facebook

***-¿El nombre del café como se les ocurrió?***

Yo pertenezco en Penco a un grupo de vecinos y amigos y formamos la Sociedad Histórica de Penco el año 2011. Es una sociedad abierta con identidad jurídica, se puede postular a

proyectos a fondos públicos y tiene un directorio. Nosotros somos socios, la integramos unas treinta personas más o menos, abierta porque se pueden integrar nuevos socios, no es excluyente y que no necesariamente sean de Penco, también pueden ser de fuera de la ciudad, de hecho hay socios que son no pencones, pero el único interés o requisitos es que les guste la historia, en este caso de Penco y estar dispuesto a compartir y contribuir con algún grado de inquietud o conocimiento y en el seno de este grupo hemos ido aprendiendo muchísimo, entre todos hemos ido aportando información, hay socios que son abogados, ingenieros, arquitectos, comerciantes, vecinos de ahí, de todo y hemos ido aprendiendo mucho al punto que hemos elaborado documentación, hemos levantado información y hemos ido conociendo cosas que nosotros mismos ignorábamos y que mucha gente no sabía. Entre los hallazgos interesantes es que disponemos y se lo hemos hecho saber a la comunidad de un plano de cómo era la ciudad en 1712 cuando en Penco estaba la ciudad de Concepción y todavía era la capital del reino de Chile, eso se llamaba capitanía general del reino de Chile y en esa ciudad residía el gobernador, hubo alrededor de veinticinco gobernadores en todo el periodo colonial, el primero fue Pedro de Valdivia y el último fue Casimiro Marco Pont de lo cual tenemos triste memoria porque lo estudiamos en la época de la guerra de independencia y en ese mapa que encontramos, en ese plano en donde está como era el trazado de la ciudad están indicados con números y letras algunas cosas importantes que habían en la ciudad y entre las cosas interesantes indica que había un palacio que era la sede del gobernador una edificación construida el año 1631 por Francisco Lazo de la Vega que fue uno de los gobernadores y que fue la sede de la administración colonial hasta el año 1751 cuando se produjo el maremoto que provocó el traslado de la ciudad.

No hay mapa o croquis de cómo era ese palacio pero si hay descripciones, hemos encontrados crónicas y relatos que indican como era y este mapa lo señala que está ubicado exactamente donde nosotros tenemos instalado el café. Entonces le íbamos a poner Café Colonial al comienzo pero era muy ambicioso me parecía o no nos convencía, después Café del Palacio me parecía grandilocuente pero conversando con mi señora dijimos bueno si se trata de reivindicar la historia, Café del Palacio, porque corríamos el riesgo que hubiera otro más avisado que nosotros y que instale otro negocio y ellos le pongan del Palacio y justo propiedad y derecho y quedo café del palacio y el nombre a gustado muchísimo después de

que lo dimos a conocer todo el mundo nos felicitó por el diseño y el nombre lo encontraron pero muy apropiado porque eso tiene un relato.

***-¿En el local trabaja solamente su señora?***

No, tenemos una persona que contratamos, no tiene manejo de idiomas pero tiene alguna experiencia, ha trabajado en locales de pronto Copec donde venden café, comida rápida, que se yo, tenía alguna experiencia nosotros la hemos ido entrenando, peor no ha hecho una capacitación formal en marketing, manipulación de alimentos, idiomas.

Todos los cafés y restaurantes están regulados por la seremi de salud y hay normas estrictas de lavado de manos, de desechos y eliminación de basura, desechos líquidos, sólidos, como esterilizar las máquinas del café. Entonces todo eso se lo hemos enseñado y ha aprendido a operar.

***-¿Qué servicios tiene ud en el café?***

Hay baños, wifi, tenemos libros, en este momento estamos editando unas postales pasa que hicimos los individuales de las mesas, tienen impresa imágenes del palacio del gobernador, las imágenes de cómo era el Fuerte La Planchada antiguamente y hemos notado que le gusta mucho a la gente, la misma carta, el menú que ofrecemos está impreso en imágenes antiguas y se los llevan, nos lo piden de regalo y se los llevan, entonces lo que vamos a hacer ahora es imprimir tarjetas postales que las vamos a vender a un precio módico, no es negocio hacer postales, pero si vamos a dar más información vamos a ayudar a difundir la historia y el relato turístico y así queremos partir para sacar otros objetos como souvenir de venta para que la gente se lleve.

***-¿Tiene ud información de hostales o de restaurantes?***

No, estamos empezando a tomar contacto con los taxistas, nos hemos dado cuenta que el taxista es un nexo, de hecho mandamos a hacer volantes y me voy a acercar al gremio de los taxistas, le vamos a regalar volantes porque nuestros clientes también piden taxi, entonces es un servicio que se retroalimenta. La otra noche un cliente se quería ir y le mandamos a pedir un taxi y al revés la gente puede preguntar dónde ir y el taxista tráelos acá, se forma un negocio de asociatividad.

***-Hablando de eso, con los insumos que utiliza en su café ¿existe asociatividad, por ejemplo compra el café a un vendedor de café?***

No, como todavía el negocio es pequeño, uno no puede, no hemos tenido posibilidad de asociarnos por ejemplo con proveedores, hay proveedores mayoristas que le compramos ciertos insumos, hay supermercados mayoristas que ofrecen ofertas a precios más rebajados y eso lo tenemos localizado y tenemos algunos proveedores que nos dan precio, por ejemplo todo lo que es la repostería nos dan una rebaja del 15% menos que el precio al resto del público. Para que resulte la asociatividad se requiere un poco más de organización a través de la cámara de comercio que se yo, algo más, porque en el fondo a ti te van a dar mejores precios en la medida en que compres grandes cantidades, entonces en nuestro caso es a pequeña escala.

***-¿Los precios cómo los fija?***

Mira, hicimos un estudio de mercado de café temáticos en Concepción, en Penco no porque no hay ninguno pero aquí comparamos en café Rometsch, el café Roggendorf, las pastelerías finas que hay, las mismas cafeterías de la universidad y fijamos un precio intermedio. Tenemos también oferta, tu sabes que todo lo que es repostería hay que venderlo antes de que se venza, entonces cuando estamos a punto de que se venza el producto lo lanzamos a precio rebajado, se van vendiendo, no nos quedamos con stock sin vender.

***-¿Cómo escogió la decoración?***

Teníamos la idea básica que tenía que ser un café donde recreáramos la historia de Penco, entonces investigamos la historia, el local mismo tiene más de cien años, los muros son de adobe o sea el local mismo se ha prestado para reconstruir un relato al estilo colonial, no tengo una fecha exacta pero son más de cien años para saber con exactitud tendría que hacer un estudio con el conservador de bienes raíces, buscar indicios por ahí pero yo tengo fotografías mi familia compro la propiedad en 1950 y tenemos fotografías de Penco y de las casas del año 1933 y la casa ya estaba como esta hoy día .

***-¿Cómo mantuvo la infraestructura del edificio?***

Tuvimos que restáuralo, porque para el terremoto del 2010 quedo muy dañado, felizmente no tuvo un daño estructural grande pero los muros, algunos se partieron, tuvimos que restaurarlos, reforzar arreglar el piso, los muros. Para ello postulamos a SERCOTEC un financiamiento pequeño que nos sirvió más bien para arreglar los baños y un poco más. Pero el resto fueron fondos propios que invertimos. Antes de eso la casa siempre se estuvo usando pero los últimos años las personas que nos arrendaban eran ancianos, muy enferma y casi no pagaban arriendo, era una pequeña fuente de soda, entonces no pagaban arriendo.

***-¿El terremoto tuvo alguna incidencia para que restaurara esa casa?***

Si bien quedo muy dañada para el terremoto, la razón fundamental de arreglarla fue afectiva, mi familia tiene muchos recuerdos como hemos vivido toda la vida en Penco tenemos muchos amigos, muchos vecinos. Mi padre fue farmacéutico tuvo su farmacia alrededor de los años cincuenta entonces hay mucha gente que nos conoce y llegan al café y me dicen que conocían a mi papá, sus hermanos, la mamá y empezamos a hacer relatos muy simpáticos.

***-¿Tiene problemas con la estacionalidad, cómo lucha contra ella?***

De lo poquito que llevamos, comenzamos el 15 de diciembre hasta ahora, van como siete meses más o menos 7 y básicamente enero, febrero y marzo fueron buenos a pesar de que no éramos tan conocidos y la gente aún no tenía conocimiento y ahora en los meses de invierno se ha notado una baja, ahora lo que hemos hecho es ordenar un poco los horarios de atención y reducir algunos costos fijos como pensábamos que íbamos a tener más ventas y las ventas en invierno han sido menos de lo que esperábamos entonces hicimos un ajuste en la estructura de costos entonces por ahí nos hemos arreglado.

***-¿El financiamiento al que postulo con su señora para qué les alcanzó?***

Me alcanzó para habilitar los baños del local, postulamos a un segundo fondo pero fue fallido, y servicio de salud exige que este tipo de local tenga baños separados para hombres y para mujeres y el personal que trabaja en el local si hay hombres y mujeres debe haber baño para personal para hombres y para mujeres, en total cuatro baños, lo cual para un local como nosotros es complicado, había un año que lo refaccionamos y construimos dos baños

completamente nuevos. Si yo trabajara ahí por ejemplo y llegara un inspector del servicio de salud nos pasaría una multa porque no hay baño para personal masculino tienen que trabajar solo mujeres, entonces el financiamiento sirvió para el baño del público.

***-¿Qué oportunidad ve ud en el café cuando lo estaba desarrollando, qué esperaba de él, cómo cree que la comuna ve su café?***

Yo diría que en Penco se está produciendo un fenómeno de despertar del patrimonio histórico, un rescate del patrimonio histórico y es un privilegio, no todas las ciudades tienen la suerte de tener eso, entonces hay varios vecinos, el mismo alcalde, hay grupos culturales, hay una asociación indígena que no son pocos, son alrededor de cuatro mil personas que han ido preocupándose de rescatar la memoria histórica y esto ofrecerlo como un patrimonio a la ciudad entonces se van a dar otros, nosotros fuimos los pioneros y se va a inaugurar un museo en los próximos meses ya está construido de la ciudad, se va a remodelar la plaza de armas, se va restaurar el fuerte La Planchada, con un ámbito histórico hay una empresa que está haciendo todo un estudio previo, se van a hacer dos paseos boulevares en las calles del café y otra en la calle comercial entonces son proyectos que ya están y que el próximo año deberían empezar. Los boulevares son del SERVIU y ya nos mostraron las maquetas, lo planos y están llamando a licitación a fin de año así que las obras van a empezar luego.

***-¿Tiene competidores?***

Competidores, establecimientos exactamente como el de nosotros no hay, yo pienso que para todo lo que es gastronomía, turismo hay mercado porque hay que pensar que no solo el mercado de Penco si no que es toda la ciudad de Concepción, los clientes que están llegando al café algunos son de Concepción y eso genera, gastan más, si no s quedáramos solo con el ingreso promedio de Penco sería poco, entonces yo creo que hay espacio para más establecimientos de este tipo pero todavía no, nosotros somos los primeros así que no tenemos gran competencia.

***-¿Cómo encuentra Ud. el acceso al local, si hay señalética, si es fácil llegar, hay estacionamiento?***

Estacionamiento no hay y como en todas las ciudades de Chile hay problemas de dónde estacionarse, entonces eso es una dificultad que se va a resolver con el paseo que se va hacer porque los vehículos van a tener que estacionarse en otro lado.

***-¿Cómo es la seguridad?***

La seguridad, algunos vecinos se han quedado de problemas de seguridad por robos, felizmente nosotros no hemos tenido problemas, igual hemos pensado instalar cámaras de seguridad pero vamos a ver como se da.

***-Relación con la tecnología ¿se le hace fácil el ingreso a facebook u otras redes sociales?***

A mí sí, porque soy quien ve ese tema, mi señora no se maneja mucho en esos temas, lo que sí que el facebook tengo a aprender a manejarlo más, lo encuentro un poco rígido, no hay cosas que uno pueda colocar como en una página web, como en una página más interactiva, por ejemplo cuando la gente manda esos mensajes de “me gusta” no dice nada, no significa nada, entonces yo a veces les contesto quisiera yo tener un dialogo con aquellos que se inscriben, que se cree una conversación y yo no sé si se puede por facebook.

***-Con respecto a los canales de distribución ¿ud compra a mayorista?***

Si a mayorista, como algunos ALVI que hay aquí en Concepción, hay una empresa que vende productos de gourmet Euro algo, no recuerdo bien el nombre en la calle Barros Arana al llegar a Tucapel, Orompello por ahí es una empresa nueva que descubrimos, gente en el rubro nos lo recomendó, vende todo tipo de productos gourmet, entonces todos los chefs, la gente que sabe de cocina compra ahí y tienen buenos precios, precios de proveedor.

***-¿Qué fortalezas y debilidades ve en la comuna y que afecten en su negocio?***

Partiendo por la fortalezas de Penco está el patrimonio histórico, que cuando no es algo físico es un patrimonio histórico que se expresa en tradiciones, en memoria histórica, porque está escrito, escrito y hablada; otra fortaleza es su recurso de paisajes, no sé si será porque soy nativo del lugar, pero lo encuentro hermoso, no tanto la ciudad misma, porque

si uno la ves, la ves pobre, destruida si el paisaje natural porque no todas las comunas tienen una playa, mar, ríos, bosques, montañas, eso está ahí. Otra fortaleza que se ha estado formando en Penco es un movimiento social por recuperar la memoria histórica de la ciudad y que lo encabeza el alcalde, pero no solo el alcalde hay una serie de organizaciones que están surgiendo en Penco que están encargadas de recuperar el patrimonio histórico, uno de ellos la sociedad histórica, después hay grupos culturales, hay una sociedad indígena que reconoce como a cuatro mil personas que se reconocen como de origen mapuche y ellos se han ido encargando de ir recuperando fechas importantes como el año nuevo mapuche, el 23 de febrero también se hace una fiesta por la batalla de Penco, entonces eso se hace en reconocimiento. Se acaba de inaugurar un mural muy lindo del toqui Lautaro frente a la plaza, es una gigantografía que está hecho de cerámico espacial de un ceramista que trabajo en Fanalozza y eso es un patrimonio interesante. Yo no conozco a los de la agrupación pero puede que Rossana Toledo los conozca, a esa agrupación mapuche, son mapuche lafkenche. Hay grupos deportivos también, grupos que hacen grafitis, música están apareciendo en la comuna, entonces todo eso sirve para recuperar la memoria histórica, las tradiciones, la cultura y eso en algún momento va a germinar.

Debilidades, muchas, todavía no hay una conciencia nacional por impulsar, no obstante hay estos grupos que están, por otro lado hay mucha ignorancia entonces no hay políticas públicas que la impulsen, las políticas de emprendimiento a los aun pequeños empresarios aún son incipientes, falta capital humano por ejemplo si queremos fomentar el turismo habría que capacitar a la gente en la materia, si queremos impulsar la restauración física habría que juntar a los artesanos y rescatar todas las cosas, las practicas artesanales que existen, buscar escuelas, por ejemplo cuando nosotros quisimos restaurar nuestro café yo habría deseado tener algún grupo de carpinteros expertos en restauración colonial y no hay, por ejemplo las vigas, la restauración yo quería al estilo más antiguo y cuando a los maestros los concientice no resulto porque ellos están a trabajar la construcción al estilo moderno, entonces yo le decía al maestro hay que dejar el muro no liso pero lo dejaba liso y yo le decía que tenía que imaginarse como era la construcción en la época colonial, yo tenía fotos pero ellos no tenían el modelo, ese tipo de restauración no la habían hecho antes, entonces para poder hacer restauración al estilo colonial se necesita una escuela de artesanos, de carpinteros, de albañiles que se yo y de arquitectos y de gente que restaure

los edificios al estilo de cómo era en esa época, yo fui varias veces a la casa de Arturo Prat en Ninhue que es una casa del año 1800, de ahí saque muchas ideas pero ahí han trabajado arquitectos, reconstructores pero han venido de Santiago, entonces no hay capital humano ni en área de turismo, eso es una debilidad.

Respecto al negocio, al café, hay algunas de carácter físico todavía nos falta algunas estructuras, maquinaria, la cafetera que tenemos es una doméstica y necesitamos una cafetera comercial, industrial que son más caras, esas son debilidades. En materia de fortalezas, nuestro conocimiento histórico nos permitió reconstruir un espacio, nuestras experiencias personales de haber conocido otros lugares y uno puede comparar, por ejemplo yo he estado en Colombia, Brasil en España y esas vivencias te dan aprendizaje, visite cafés temáticos, museos, casas coloniales. En Colombia por ejemplo hay dos lugares, uno se llama Orilla de Leiva que es un lugar completo de carácter colonial, todo, todo está al estilo del 1500 y lo preservan, el pueblo completo y las edificaciones modernas que se hacen deben hacerse al estilo dieciséis, entonces tu entras al pueblo y es volver cuatrocientos años atrás, entonces ahí uno aprende mucho. Después hay otro pueblo que se llama Zipaquirá donde hay una catedral de sal, el casco antiguo la catedral de Zipaquirá también es muy colonial y me acuerdo que fuimos con mi señora a un restorán donde los dueños atendían ellos mismos el restorán, la señora mientras servía los platos iba relatando historias. Bueno, nosotros con mi señora somos un poco eso, somos los dueños del local, conocemos la casa, conocemos la historia y cuando la gente va le contamos eso y la gente le gusta, eso es una fortaleza. Otra debilidad que tenemos es que aún nos falta ser más conocidos y llegar a un mercado yo más diría de Concepción, el mercado de Penco aún es muy reprimido, nuestros clientes son profesionales, estudiantes universitarios, gente con cierta cultura, no es el trabajador, el obrero, el pescador, la gente no es de cultura de café entonces tenemos que llegar a un mercado que es medio profesional de Concepción y para eso tenemos que ser conocidos allá en Concepción, esta semana llegaron unos clientes que eran de Concepción y que eran conocidos nuestros y algunos de ellos nos dijeron que les dieron ganas de ir a tomarse un café y nos acordamos de uds y partimos a Penco, eso mismo necesitamos reproducirlo a gran escala y todavía no tenemos llegada al mercado penquista, al mercado de Concepción a la urbe de Concepción y cuando eso pase va a ser otra cosa.

***-Sobre la Sociedad de Historia de Penco, ¿cómo nace, como cuidan el patrimonio histórico, el rol turístico y cómo ve a Penco a través de la historia?***

Bueno esta sociedad surgió por la iniciativa espontanea de varios vecinos y amigos de Penco, algunos de familias tradicionales de Penco, en Penco hay algunos que uno reconoce ancestros que datan de cien años a la fecha o sea dos o tres generaciones atrás y hay miembros de esas familias que están formando parte de la sociedad, otro razón importante fue las inquietudes del actual alcalde que él es miembro de la sociedad de historia, es historiador aficionado como todos nosotros y con la ayuda de él pudimos formar, aunque no es oriundo de Penco, llevo en una época reciente pero también ha sido importante porque ha puesto la mirada de una persona externa, yo le digo que el mérito es haber visto lo que nosotros teníamos frente a nuestros propios ojos y no lo habíamos percibido, pero justamente por ser de afuera se dio cuenta por el contraste lo que había, entonces él ha sido un gran impulsor de este movimiento, pero también surgió por inquietudes de otros vecinos y se formó una entidad, una sociedad jurídica por lo tanto es una corporación que puede postular a fondos públicos a través de la municipalidad y otros organismos, tenemos nosotros un estatuto, es abierta a la comunidad porque se pueden incorporar nuevos socios, el único requisito es que sea patrocinado por un miembro que sea socio de la entidad pero está abierta a la comunidad y realiza actividades variadas desde conferencias, seminarios, programas de radio, tenemos un programa semanal todos los días martes de las 18 a 19 horas por radio fm, una radio local de Penco, tenemos una página web bien bonita con imágenes, hay un patrimonio fotográfico interesante que se ha ido recreando en Penco, hay más de tres mil imágenes de distinta época, pensamos editar un libro coeditado, va a ser una publicación coeditada porque uno de los programas de radio que hicimos tuvo ocho capítulos desde el pasado paleontológico de Penco porque hay historia ahí, hay vestigios de cinco mil años a la fecha, el pasado colonial, los gobernadores que residieron en Penco, la Universidad Pencopolitana, las actividades económicas y comerciales que se produjeron en Concepción cuando estaba en Penco, etc. hay ocho capítulos que los pasamos por radio en la universidad y que ahora queremos transformarlos en libro eso va a ser una actividad colectiva con varios miembros de la sociedad, también hemos estudiado un poco la historia contemporánea, el pasado industrial, la refinería de azúcar, la fábrica de loza, los puertos, las minas que hubo en los cerros, los yacimientos mineros, historia más contemporánea que

también se ha ido reconstruyendo. Todo eso al alero de la agrupación. Desde el 2011, entre noviembre y octubre del 2011 que se formó hasta hoy en día.

***-¿Qué participación tienen los jóvenes en esta agrupación?***

Hay estudiantes universitarios que han estado llegando y normalmente son gente inquieta por la historia, por la cultura, hay varias generaciones, gente madura y gente joven, están las puertas abiertas.

***-¿Tienen alguna forma de preservar el patrimonio histórico?***

De una manera indirecta porque se está colaborando con lo que va a hacer el museo de la ciudad que ya está construido, ya falta poco para que sea entregado a la comunidad y ahí la sociedad histórica va a tener un rol activo en la administración de la casa, se han hecho algunos aportes de conocimiento en lo que es la restauración del fuerte La Planchada, ese es un monumento nacional que hay ahí, la municipalidad llamo a licitación a un empresa para hacer un estudio de como debiera hacerse esa restauración porque en el fondo es intervenir el monumento y eso es muy delicado, entonces ahí nos han pedido información, nos hemos entrevistado y hemos estado dando ideas y datos para ir colaborando en el diseño de cómo debe hacerse.

Entonces se puede decir que la misión y visión de la sociedad histórica es promover la cultura, la historia, el cuidado, porque uno va a la plaza y esta doto rayado pero se va a restaurar, yo creo que a fin de año ya van a comenzar los trabajos de restauración. Dentro de la agrupación existe un directorio, un presidente, Jaime Roble, secretario es el señor Samuel Acuña esa es la directiva y el resto socios. Tenemos página web que es [www.historiadepenco.cl](http://www.historiadepenco.cl)

***-Trabajo de la Universidad en relación a la comuna ¿cómo surgió esta idea?***

Hay un convenio de colaboración que se tradujo en un proyecto de extensión relevante, así se llama que figura que se pueden hacer proyectos de extensión a través de la dirección de extensión. Ese proyecto surgió en instancia de los trabajos que había estado haciendo el profesor Sergio Bravo del departamento de sistemas de información de la facultad de ciencias empresariales. Él había hecho programas de alfabetización digital y otras cosas, cursos de inglés en Penco mientras fue alcalde el señor Guillermo Cáceres, entonces

integrando los esfuerzos que él había hecho con el trabajo nuestro se formuló un proyecto de extensión ya un poco más formal y se estableció un vínculo, entonces este proyecto esta extensión tiene objetivos, presupuestos, tiene que entregar resultados y se expresa en tres tipos de actividades, primero capacitación o sea asesoría en temas de proyectos a emprendedores, una asesoría en el área de arquitectura, en diseño arquitectónico y apoyo en la línea de capacitación, cursos, programas de capacitación. Estos programas duran dos años y hemos hecho ya varios encuentros con ellos, el último fue una asistencia para postular a proyectos vía SERCOTEC, hemos hecho visitas con los arquitectos y hemos hecho ahora entrevistas con el encargado de SERPLAC de la municipalidad, con los arquitectos de la municipalidad más nuestros arquitectos de la facultad de arquitectura y ahora se va a armar un plan de trabajo de terreno con alumnos de la carrera de arquitectura en el sector de Playa Negra para hacer talleres, levantar maquetas, ideas, eso ya está un poquito avanzado y la tercera actividad que queremos hacer a partir de agosto son actividades de capacitación en costos y manejo de pequeños negocios, marketing, manejo de clientes, gastronomía, turismo y cosas así, ofimática y alfabetización digital. Ahí tenemos un pequeño programa que estamos armando y esperamos empezar a partir de agosto eso es en el contexto de este programa de extensión relevante.

***-Dentro de la universidad ¿quiénes participan, qué facultades?***

Esto lo dirige el profesor Sergio Bravo que es el jefe de proyecto, yo soy jefe alterno y hemos integrado alumnos tanto de informática como del área nuestra y eventualmente otros profesores que se requieran pero la base está ahí.

Según como salgan los resultados este proyecto eventualmente se podría armar otro, reformular pero hay trabajo para mucho tiempo.

En este caso, en la página [historiadepenco.cl](http://historiadepenco.cl) salen videos, ahí la música que sale son recortes de artistas de la comuna con temas originales, que se refieren a historia, la tradición, los relatos.

***-¿Hay dinero de por medio?***

Hay un presupuesto asignado para ello pero no es mucho, la universidad no siempre maneja mucho, pero algo se puede cubrir

***-¿Hay un compromiso entre las partes?***

Claro hay un compromiso pero la municipalidad generalmente aportan bienes o tiempo de algún profesional, no hay contraparte monetaria el financiamiento es toda de la universidad, la contraparte aporta como digo con experiencia.

***-¿Cuál es el objetivo final, a qué se quiere llegar con esta sociedad?***

Es parte de las actividades de extensión que tiene la universidad o sea la universidad por su naturaleza de ser una universidad regional y local siempre se avoca a integrarse con la comunidad ya sea a través de actividades culturales, turísticas, trabajos académicos con los estudiantes, abrir campo de practica es parte de las cuatro o cinco funciones que tiene la universidad además de la docencia, la investigación están las extensiones. En caso de que se reformule el proyecto se puede haber seguimiento. En este caso el proyecto (polo gastronómico) tiene una duración de dos años.

La gestión del proyecto fue de la universidad a través del departamento de gestión bajo la inquietud directa del profesor Sergio Bravo.

## Entrevista a Manuel Castillo coordinador de turismo de la Ilustre Municipalidad de Penco.



*Ilustración n°56: Manuel Castillo. Oficina turismo Penco. Elaboración propia.*

***- ¿Cuánto lleva en el cargo, cómo ha sido la evolución del turismo en los últimos 10 años o en los años que lleva?***

Yo soy habitante de Penco de toda la vida, llevo dos años en el cargo pero siempre he notado que Penco tiene un letargo horrible en términos turísticos, porque Penco es o era la playa de la persona que en ocasiones, el fin de semana no tenía dónde ir y decía vamos a Penco, es económico, es muy barato venir acá, entonces no se trata de un tema de discriminación, de ninguna manera porque nosotros queremos que venga mucha gente pero por supuesto que tenga un comportamiento idóneo con las familias que vienen y todo eso, eso es lo que nosotros queremos cambiar, no queremos que vengan los chiquillos a tomar cerveza a la playa, nosotros queremos que venga la familia a compartir y a disfrutar, desde la familia más humilde a la familia que tiene más recursos, nosotros no queremos hacer discriminación, queremos evitar que vengan aquellos que hacen daño y solamente a beber a la playa.

A nosotros pone contentos que esta sea una playa de acceso fácil porque en Chile lamentablemente solo los privilegiados pueden salir de vacaciones y teniendo una playa cercana y haciendo la lucha de acercar el biotren porque lo está haciendo el alcalde hoy, haciendo la solicitud que venga el biotren va a tener muchas más facilidad que las familias vengán a penco, pero las familias, igual los chicos, los amigos que quieren disfrutar, lo que nosotros queremos evitar que las personas vengán a beber acá y eso por qué lo digo, porque dice relación con cómo nosotros utilizamos los espacios para alejar a la gente que tiene malos comportamientos. Si nosotros hacemos una playa familiar, si nosotros hacemos actividades culturales, si nosotros tenemos presencia constante la gente que tiene malos hábitos se aleja sola.

***- ¿Están alineados con la estrategia de turismo que tiene el gobierno?***

Claro que si, al trabajar en conjunto con SERNATUR y postular constantemente proyectos tanto a nivel regional como nacional para el fomento del turismo y la cultura seguimos los lineamientos establecidos para lograr el objetivo que es que los proyectos califiquen positivamente y obtengan los recursos necesarios para su desarrollo.

***- ¿Qué proyectos tienen en relación al turismo accesible, existe alguna medida para personas con discapacidad para facilitarle el acceso a la playa misma?***

Hay que hacer algunas precisiones importantes, hay que admitir por ejemplo que el proceso de la costanera, no es una situación que se hizo en la administración anterior, esto tiene veinte años de pensado y es un proceso de veinte años de que se lleve a cabo. Distintas situaciones evitaron que se instalara la costanera muchos años atrás, se instala ésta pero con algunas carencias, que nosotros hemos tenido que ir subsanando poco a poco, entrada a la playa muy poco accequible, bajadas de arena muy pocas también entonces esta administración ha hecho algunas reparaciones de manera que justamente poco a poco sea un sector integrador, inclusivo y nosotros queremos llegar al día de mañana con espacios justamente inclusivos es por eso que Playa Negra la estamos pensando de un sector muy accequible para la gente, nosotros queremos hablar no de personas minusválidas, hablamos de personas con capacidades diferentes, personas que tienen una forma distinta de desplazarse entonces queremos apuntar a la gente que tampoco tiene la facilidad, nosotros queremos entregárselas.

Nosotros estamos dando una mirada al turismo completamente distinta a como a como alguna vez se le dio, nosotros estamos aprovechando algo que teníamos desperdiciado que es la historia. Nosotros tenemos un monumento histórico nacional de 1687 declarado de 1977 o sea estamos hablando de casi cuarenta años de monumento histórico nacional que supuestamente lo protege la ley peor en total abandono, hay iluminación instalada ahí, hay unos postes, están rallados los cañones, eso no puede estar en una ciudad que se proyecta como ciudad turística, entonces qué se está haciendo con eso, porque todo queda en palabras, no, nosotros estamos postulando a fondos de reparación y puesta en valor. Esa puesta en valor es bien interesante porque junto con reparar este monumento histórico nacional que tiene más de trecientos años la idea es instalar un centro de interpretación, un lugar donde la gente vaya y digas qué es lo que es esto, por qué está ahí, yo les digo a los turistas este es un monumento histórico nacional tiene más de trecientos años y me dicen: pero ahí está roto. Eso es un falso histórico tiene treinta años y no dice relación con la estructura que tiene más de trecientos años, incluso nosotros la idea de estudio si se mantiene o se elimina porque es un falso no corresponde al monumento histórico nacional, se instaló no más, entonces es tipo de cosas nosotros tenemos que ir manejando. Ahora estamos manejando el tema de los gobernadores de Chile que tenemos claros indicios que están enterrados acá, gobernadores que gobernaron Chile desde Penco, son temas interesantes e importantes, hallazgos que si se dan serian a nivel noticia, internacional. Todo el reinado que hizo España en américa latina decía relación con Penco, Penco algo tenía que decir con eso, entonces es bien interesante que una ciudad tan chiquitita tenga mucho que decir.

Por otro lado hace unos años se encontraron unos plesiosauros en el sector de La Cata, que eran dinosaurios anfibios o marinos en realidad que está justo en un sector que también estamos potenciando que es el sendero La Cata, que son seis kilómetros hasta el túnel de Tomé, así que es bien interesante el tema igual que si eso uno hace un buen trabajo en términos turísticos, lo conecta con el barrio chino que es un sector gastronómico reconocido, entonces estamos avanzando en varias cositas en realidad.

**- *¿Cuál es la responsabilidad social que tiene el municipio?***

Nosotros sabemos, tenemos claros que en Penco prácticamente la gente no vive del turismo, ahí está la responsabilidad social, nosotros tenemos que hacer, entregarles herramientas a la gente, no entregarle el pescado, primero entregarle la red a la gente para que pesque, la caña para que ellos pesques y de alguna manera crear las oportunidades para que puedan vivir del turismo. Y por qué responsabilidad social, porque efectivamente si uno le entrega lo necesario, viven del turismo, su familia tendrá una mejor calidad de vida y de esa manera los niños pueden acceder a estudio superior en caso de que no pudiese y todo ese tipo de cosas, entonces eso nosotros queremos, que el turismo sea una manera no de subsistir si no de vivir de una manera digna, de una manera que tenga la cantidad de recursos suficiente, de poder tener una familia en buenas condiciones, esa es la responsabilidad social y nuestro horizonte, esa es nuestra meta. Muy poca gente vive del turismo, restaurantes muy poco, hay casos obviamente en barrio chino hay varios restaurantes, en Cerro Verde también hay restaurantes pero en Penco prácticamente no.

**- *¿Visión o proyectos de turismo en el periodo del alcalde?***

Lo que hizo este alcalde es hacer crecer SECPLAN, la oficina de planificación. Era una oficina muy pequeña que tenía un par de profesionales, un arquitecto, un ingeniero, muy pequeña la oficina pero ahora ha crecido cuatro o cinco veces más porque la clave del crecimiento de una comuna es justamente a través de los proyectos que postula, los recursos que ingresa y los que se concretan eso es importantísimo, entonces por eso se ha hecho crecer para la búsqueda de los recursos, para la postulación de proyectos y traer recursos a nuestra comuna.

**- *¿Cómo fomentan que los turistas lleguen a Penco?***

Han sido varios los informativos que se han sacado, algunos de índole netamente histórico y otros en relación a por ejemplo el día del patrimonio y en tema netamente turístico estamos trabajando ahora en un material que dice relación con el tema netamente gastronómico pero hay que precisar que en este tema gastronómico solo están incluidos restaurantes y cocinerías, no comidas al paso y en ese contexto vamos a poner mucho empeño justamente en el tema de Playa Negra porque es nuestro futuro polo gastronómico.

Conocemos la experiencia de una comuna vecina que comenzó con seis, siete restaurantes con veinte personas y ahora tienen setenta y miles de personas trabajando, es impresionante el número como crece. Puede sonar exagerado miles pero lo que pasa es que la economía se mueve en cadena; hay un dueño de restaurante tiene cuatro, cinco personas que atienden y aparte de eso le compran a la frutería y la frutería a la vega monumental que se ya, entonces es una cadena de personas que se benefician con esto. Entonces en ese contexto estamos trabajando en este material que dice relación netamente con el tema gastronómico pero además de trabajar eso estamos trabajando en conjunto con SERNATUR para en septiembre hacer recreaciones históricas, hay tres comunas beneficiadas que es Talcahuano, Concepción y Penco, con hechos que fueron ocurridos en la zona en relación con la independencia de nuestro país. Entonces en términos turísticos es bien interesante ya que si bien es un trabajo en relación al tema histórico que también dice relación con el turismo hemos hecho un compromiso entre las tres comunas de apoyarnos, de hacer promoción a estas tres comunas. Así como Talcahuano tiene algunas carencias que nosotros no tenemos, nosotros tenemos carencias que Talcahuano no tiene y Concepción igual, ellos tienen fortalezas como por ejemplo Concepción en términos de alojamiento y ni Penco ni Talcahuano tienen alojamiento o muy poco, nosotros tenemos playa, Concepción y Talcahuano no tienen playa, entonces hay un complemento que como comuna queremos ir trabajando y queremos ir apoyándonos y eso dice relación absolutamente con el tema del polo gastronómico de Playa Negra porque tomamos las experiencias de Talcahuano o Hualpén, en el sentido de Lengua precisamente y vemos cómo no se deben hacer las cosas y así también como si deben hacerse, entonces tenemos ejemplos muy positivos y tenemos ejemplos no tan positivos y esa es la idea, nosotros tenemos la fortuna de estar partiendo de cero entonces tenemos la posibilidad de tomar muchas más experiencias que existen en el mercado referente a turismo, esa es nuestra idea pero nuestro principal objetivo es potenciar la historia con el turismo porque nosotros creemos que el futuro de Penco está en su historia y ese es un eslogan del propio alcalde por eso ya no tenemos el eslogan Penco es amor sino que dice Penco, ciudad histórica y esa es nuestra marca y lo que queremos trabajar de aquí en el futuro.

**- ¿Qué mecanismos de apoyo al turista tiene?**

Tenemos la garantía como SERNATUR está involucrada en esto, este servicio va a ser el que va apoyar en la difusión, ellos van a ver los medios de difusión pero que tienen varias plataformas de esto y nosotros complementamos por ejemplo con redes sociales, que somos líderes casi a nivel país en redes sociales, muchos me gusta mucha gente participando, comentarios por minuto de todas las cosas que se hacen y aparte de eso tenemos aporte de la radio comunitaria que también hacemos harta difusión ahí y aprovechamos una aplicación que poseemos que es “más penco, mas ciudad” que también se puede mandar mensajes, entonces, ya tenemos más de dos mil descargas tanto en applestore como en el tema de Android y de iphone en realidad las dos plataformas de descarga de aplicaciones tenemos más de dos mil descargas de una aplicación que tiene muchas funciones, sirve para hacer denuncias de situaciones irregulares que estén pasando en la comuna ya sea de temas de alcantarillado, de un montón de cosas y aparte de eso tiene la singularidad que sirve para poder enviar información a todos los usuarios que tenemos esta aplicación.

Para las personas que no majen tecnología o no escuchen radio nosotros usamos un material, gigantografías, que se ubica frente al municipio y que tiene mucha afluencia de público, así que tenemos material gráfico ahí, además de eso tenemos la radio comunitaria también podemos usar en ocasiones el perifoneo que son camionetas montadas con bocinas donde recorremos la comuna anunciando lo que va a suceder entonces hay varias maneras de difundir lo que nosotros tenemos, perifoneo, redes sociales, radio comunitaria y aparte de eso las gráficas y en ocasiones también se aborda el tema de hacer un puerta a puerta y entregar la información.

La gente desconoce que tenemos un monumento histórico nacional y eso es lo que hay que potenciar, o sea, en que comuna pueden decir que tienen un monumento histórico nacional que tienen más de trecientos año de antigüedad que está ahí, en pie, ni el hombre ni los terremotos han podido destruirlo. El hombre un poco, en la época de 1900, casi al llegar a 1900, 1890 por ahí empezó el proceso de expansión del ferrocarril y ahí derribaron una parte del fuerte pero según los estudios de algunas memorias, de hecho un colega que trabaja aquí de Penco realizó una memoria de título muy interesante, Luciano Burgos, sobre el fuerte La Planchada y dice que es el noventa por ciento del original lo que se mantiene,

se ha destruido un diez por ciento en más de trecientos años, solo un diez por ciento y fue una parte posterior a la construcción del fuerte la que se destruyó, donde habían unas caballerizas, unos alojamientos pero eso fue posterior.

Que muestro yo al turista, una playa que es una bahía con el nivel de agua muy bajo que yo voy a caminar veinte metros y el agua no me va a llegar al ombligo, entonces aquí para que alguien se ahogue o fallezca por inmersión es muy, muy complicado, tendría que estar ebrio, tener un accidente en el mar como para que se ahogue, es muy raro eso, puede suceder sin duda, los accidentes pasan en todos los lugares, ese tipo de cosas son importantes para los turistas, en verano bñese, camine tiene una playa que es limpia, la arena son bastante agradables y ahora hay una costanera, hay servicio higiénicos, estamos avanzando efectivamente, yo tengo qué mostrarle a los turistas, también tenemos la cancha de patinaje, son más o menos mil metros cuadrados si no me equivoco; vienen patinadores de otros lados a patinar, a practicar a todo eso

- *¿Existen casetas de información de lugares turísticos?*



*Ilustración n°57: Caseta Informativa. Plaza de armas Penco. Elaboración propia.*

Nosotros tenemos dos infoturismos, primero hay que precisar que todas administraciones tienen una distinta forma de hacer un gobierno comunitario o comunal, nosotros llegamos hace dos años atrás y descubrimos que no había oficina de turismo propiamente tal o como

corresponde al tema turístico y efectivamente habían dos infoturismo, dos lugares donde se entrega información turística pero solamente con el nombre, una persona que atendía con la puerta cerrada y cortina baja y eso no funcionaba y ahora está en mal estado lamentablemente eso y está en proceso de reparación, uno está ubicado en la playa de Penco y el otro está en Lirquén, el de Lirquén está en una ubicación que no tiene ninguna utilidad por eso ahora está en el proceso de movilización para ubicarlo en la plaza, ambas son casetas azules de unos dos metros cuadrados aproximadamente. La de Penco está en proceso de reparación pero cuándo estará habilitado, esto tiene que estar habilitado de aquí a septiembre más o menos calculamos nosotros pero también dice relación con el tema de la plaza entonces también estamos viendo que el tema del cierre de la plaza va a afectar otros temas y entre esos el infoturismo que tenemos que ver si se puede movilizar. Ahora el hito central de poner esta oficina en este sector es que aquí hay mucha afluencia de público, sobre todo en verano entonces estamos cerca de la playa, cerca de un monumento histórico nacional y tenemos un sector donde podemos entregar informaciones entonces por eso estamos en este proceso de creación de información para que este sea el hito de información turística, lo que si nosotros tenemos un compromiso de ir trabando den señal ética, que eso falta, dónde ubico yo la oficina de turismo e información turística, eso falta, la señal ética. Tenemos que ver el tema de la plaza, dónde va a quedar esa oficina de información turística que está en la plaza, mover el de Lirquén, terminar el tema de las papelerías y poder hacer la información necesaria para saber que esto esta acá. Nosotros más o menos de agosto queremos empezar a operar como corresponde en esta oficina, ya llevamos algunos meses pero no está habilitada al cien por ciento, faltan algunos detalles que nosotros queremos finalmente trabajar porque los detalles son importantes. Por qué tenemos esta oficina, porque el turismo no solo se construye a través del cemento y el fierro para entregar los servicios sino que también tenemos que trabajar el tema administrativo y eso también dice relación cómo nosotros trabajamos con la comunidad, la relación que nosotros tenemos con ella, entonces en este espacio como puede ver hay un lugar donde se pueden reunir, donde hacemos actividades relacionadas con la cultura y el turismo, hemos hecho actividades por ejemplo sobre el fuerte La Planchada que han venido cuarenta, cincuenta personas en este espacio, le ponemos sillas, datashow y hacemos actividades muy bonitas que tiene una importante cantidad de gente interesada en trabajar el tema del

turismo pero de una manera distinta, relacionada con la cultura también con la historia, con el patrimonio. En términos de cómo entregar la información estamos trabajando en eso, sabemos que tenemos algunas carencias que tenemos que ir mejorando, ya sea en la señalética que indique donde está la nueva oficina de turismo, abajo tenemos que poner los carteles que indiquen que esta es la oficina de turismo y tenemos que finiquitar el tema de la papelería, porque claro estamos acá, va a haber un cartel pero no va a haber que entregar entonces va todo de la mano: qué entrego, dónde lo entrego y cómo llegan a donde tengo que entregarlos, son tres elementos que hay que trabajar.



*Ilustración n°58: Oficina Turismo Penco. Elaboración propia.*

**- ¿Existen inversiones privadas?**

Si, en ocasiones si para puntos precisos, para fiestas ese tipo de cosas uno puede pedir apoyo privado pero nosotros estamos en una búsqueda constante de recursos a nivel regional, nacional, el alcalde constantemente está poniéndose en contacto con las personas que tienen relación con eso.

**- ¿Existe plan regulador?**

Claro que sí, es necesario por el tipo de proyecto, para lograr el objetivo de atraer turistas del polo gastronómico de Playa Negra es necesario realizar un trabajo conjunto, dice

relación con la iluminaria, calles, señales éticas pero manteniendo un equilibrio, porque no vamos a llenar todo de cemento y fierro y hacer que pierda la armonía que el paisaje de la playa y el mar le dan, además hay que considerar que está el proyecto de la costanera II que partirá de Playa Negra por lo que es indispensable contar con un plan regulador.

**- *¿Existe reciclaje?***

El reciclaje ya es un tema latente y que dice relación con el turismo, si una persona va a conocer un lugar nuevo y ve que las calles están sucias, descuidadas con diversos tipos de basura botadas en las calles se hará la idea errónea que todas las personas que habitan allí tienen ese tipo de comportamiento y que todos los alrededores deben estar en las mismas condiciones por lo tanto optara por no recorrer todo y finalmente se ira pensando que la comuna no tiene nada, hablando turística e históricamente, que ofrecer por lo que el reciclaje también es importante, en Penco tenemos puntos verdes donde las personas pueden ir a dejar su basura y están los contenedores con su respetiva identificación de para qué son, así que Playa Negra no es la excepción contara con espacios para ayudar al reciclaje.

**- *¿De quién fue la iniciativa del proyecto?***

Playa Negra es un sector que tenía dos cocinerías, San Martín y la Chatán si no me equivoco pero que claramente se veía que tenía mucho potencial por la ubicación, o sea imaginarse que existe un restorán ahí es comer mirando hacia el mar además de eso es un sector que tiene buena llegada también al lugar porque no es difícil llegar entonces todo eso hizo entender que había algo que hacer ahí y eso dice relación con dos fiestas que hemos hecho ahí: la fiesta de la chilenidad, donde han llegado miles y miles de personas sin exagerar y una de las cosas que tenemos que destacar es que no ha habido ninguna de las dos veces alguna denuncia en carabineros por robo o alguna situación, nada o sea hemos tenido la fortuna, eso también se relaciona con el trabajo que hemos puesto ahí, de que no ha habido accidentados, salvo dos situaciones muy pequeñas que fue un niño que se emocionó por haber ganado un concurso de cueca y le dio como una subida de presión pero que escapaba absolutamente a nuestra responsabilidad y no hay denuncia a carabineros, nada y han llegado miles de personas, partieron algo así como diecisiete puestos más o menos, no recuerdo el número exacto, pero bueno, partió un porcentaje pequeño de puestos

en la primera fiesta de la chilenidad y fue tal el éxito que lo tuvimos que doblar al año siguiente porque mucha más gente se interesó en postular porque ahí se postulaba a un espacio, entonces nosotros como municipio instalamos distintos stand y la gente postulo y se ganó su espacio vendía alimentación, los famosos terremotos y ese tipo de cosas, afortunadamente no se vendió alcohol en exceso esa fue una de las cosas que hizo que nosotros tuviéramos un buen término del evento, entonces a toda la gente le fue muy bien y sin duda siendo un negocio muy rentable quisieron participar otros teniendo como prioridad si, la gente que vive en Playa Negra porque ahí se hace, entonces como fue tanta la gente que quiso participar se dobló la cantidad de locales y eso también doblo la cantidad de gente que llevo, pese a que no existe una señalización clara de cómo llegar porque primero hay trabajos que se están haciendo ahí, reparaciones, conexiones de alcantarillado y otro tipo de cosas, entonces yo no puedo decir a un turista que vaya porque le estaría vendiendo algo que no existe, hay locales sí, pero que pueden tener atención del público hoy muy pocos. Pero para la fiesta de chilenidad pusimos letreros que indicaban como llegar por eso llevo tanta gente.

**- *¿Cómo funciona el acuerdo con la universidad?***

La universidad ha sido un apoyo al tercer nivel de los cursos de computación, han venido trabajando hace tiempo, entonces han sido un gran aporte, ojala poder contando con ellos por mucho tiempo más.

**- *¿Existen otros acuerdos?***

Es que lo que pasa es que existen algunos convenios pero son relacionados con algunos puntos específicos que en verdad no dicen relación justamente con esto, por ejemplo tenemos uno con DuocUC para la creación de un PLADATUR o para el trabajo en relación a un PLADATUR que eso fue una memoria de título que hicieron algunos alumnos y tenemos que revisarlo, pero hay que reconocer que Universidad del Biobío ha sido un aporte siempre.

**- *¿Cuál es la importancia de este acuerdo para la municipalidad?***

Para nosotros la cooperación de terceros es positivo, pero cuando es de una universidad tan reconocida como la Universidad del Biobío y la única universidad pública además que en el

fondo queda, porque hay que precisar que otras universidades no son cien por ciento publicas sin duda que para nosotros primero es un honor, segundo es un tremendo aporte, sabemos la calidad de profesionales que tiene y tercero creemos que nosotros podemos potenciamos mucho con la universidad y también abrir los espacios para que la universidad pueda apoyarse en nosotros, porque nosotros no queremos que esto sea solamente nosotros ganemos queremos que este convenio sea ganar-ganar, así como nosotros nos vamos apoyar mucho en ellos queremos que la universidad se apoye en nosotros ya sea por centros de práctica para que los jóvenes aprovechen de empezar a trabajar sus carreras acá en Penco, para nosotros es súper positivo.

***- ¿Cuánto tiempo de duración tendrá este proyecto?***

El tiempo dependerá de los recursos que logremos conseguir, lamentablemente sin recursos no podemos tener avances por lo mismo se trabaja constantemente en la búsqueda de recursos a nivel regional y nacional. Si bien hay pobladores de Playa Negra que tienen o pueden conseguir recursos de forma independiente hay otros que dependen netamente de los resultados de las postulaciones y en caso de no salir favorecidos quedan atascados en el proceso. Así que nosotros podríamos poner un plazo estimado de avance y término del proyecto pero es necesario contemplar todos los factores que podrían retrasarlo, como la falta de recursos, problemas de clima, ahora que estamos en invierno y a veces dificulta o frena de lleno las reparaciones de calles y demás.

***- ¿Qué esperan recibir a cambio de este proyecto?***

Enseñarles a los habitantes de Playa Negra que arriesgarse a invertir en el turismo si sirve como opción de vida, que es un buen nicho para tener un negocio estable y que se puede tener un calidad de vida mejor, no digo que la actual este mal, pero sí que pueden mejorar el nivel y que de ese modo puedan sacar el máximo de utilidad a los recursos que logren, así no dependerán de otra institución que no sea su propio negocio en lugar de solo estar sentados esperando soluciones temporales.

***- ¿Tienen pensado realizar más de este tipo de proyectos?***

Nosotros tenemos muchas cosas pensadas pero lo que pasa es que los recursos son lo que a nosotros nos limita, una comuna que tiene como seis mil millones de pesos anuales para

todo el funcionamiento, que le llega los recursos para una comuna mucho más pequeña, son más de cincuenta mil habitantes me llega para menos gente, entonces qué tenemos que hacer son recursos súper limitados, salir a buscar platas afuera, entonces esa es la gestión que se está haciendo en este municipio buscar la plata afuera a nivel regional, nacional esa es la forma.

**- *¿Han realizado otros proyectos?***

Se vienen otros proyectos como el museo por ejemplo, claro hablamos de historia de dónde la mostramos, tenemos nuestro museo que próximamente lo vamos a inaugurar. Está ubicado en calle Penco con Heras, frente a la plaza. Entonces ese tipo de cosas habla del esfuerzo de esta administración de mostrar en lo que cree, en la historia, nosotros somos convencidos de que en la historia está el futuro porque en la historia está el patrimonio y el patrimonio no hay que tomarlo como una carga como muchos lo toman, hay que tomarlo como una responsabilidad si pero a eso hay que sacarle provecho, a nuestro patrimonio.

**- *Con respecto al proyecto de las terrazas ¿qué retroalimentación obtuvieron, cuáles fueron los resultados?***

Es bueno ver que la gente esté interesada en el turismo, que tengan ganas de salir adelante y el proyecto de las terrazas sirve para que las demás personas que tal vez no postularon porque no se atrevieron o pensaron que serviría para nada, se animen a postular a más proyectos. Las terrazas además marcan una pauta de cómo deben ser los demás negocios, la idea es mantener un equilibrio, un orden para que la vista sea agradable tanto al mirar al mar como a los distintos negocios que estén en el borde costero de Playa Negra. También pudimos retroalimentarnos porque las personas nos decían sus dudas y con eso podemos saber de qué forma ayudarlos, orientarlos, cómo llegar a ellos y qué les hace falta.

**- *¿Cómo municipio, cuentan con algún listado de los restaurantes, cocinerías, pub o cualquier otro atractivo turístico que están funcionando o que estén en proceso?***

Hay catastros obligatorios porque patente tiene que tenerlos, nosotros como turismo manejamos el catastro completo de restoranes y cocinerías en Penco, completo. No de comida rápida porque es un proceso que estamos trabajando pero de restorán y cocinería tenemos todo: dirección, número telefónico, todo eso. En fomento productivo posiblemente

tengan información de otro tipo de locales comerciales y lo otro como también mantenemos contacto directo con la cámara de comercio también nos vamos potenciando con ellos.

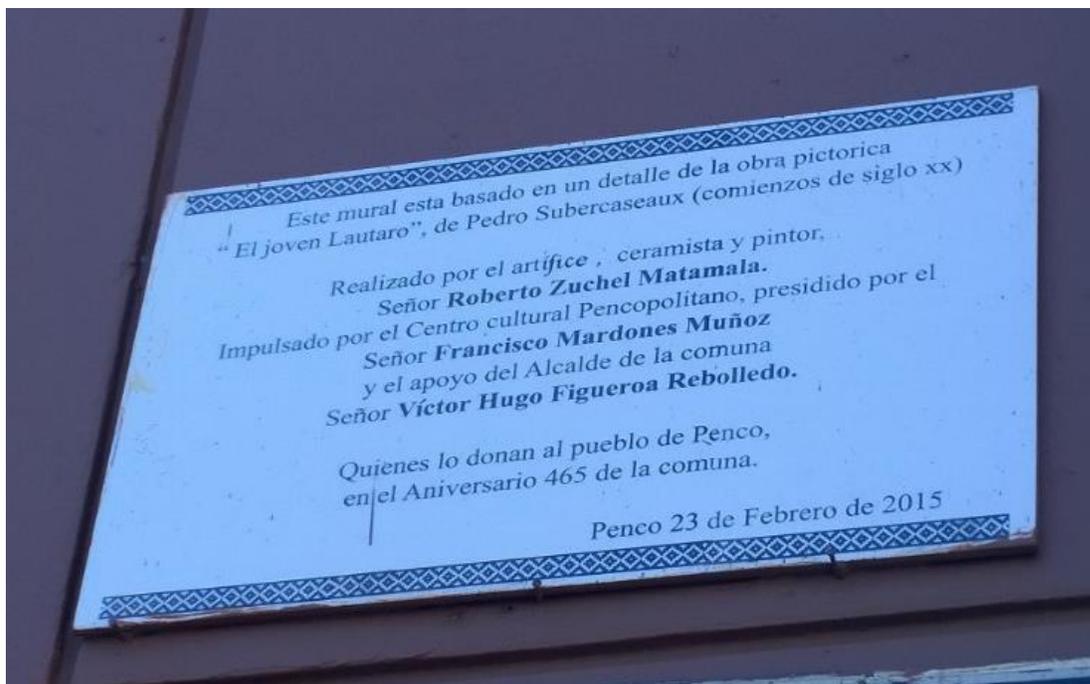


*Ilustración n°59: Mural conmemorativo Penco. Elaboración propia.*

### ***-¿Existen comunidades mapuches en Penco?***

*Koñintu Lafken Mapu Penco*, el tema mapuche no está por un tema turístico ellos están por un tema cultural, un tema de linaje, de país es un tema social pero no obstante eso, nosotros queremos ir trabajando y potenciando el tema mapuche justamente por eso, nosotros respetamos la historia no podemos españolizar la historia, también hay que trabajar con los pueblos originarios, que en este caso es el pueblo mapuche que estuvo muy presente en Penco, Lautaro llega a Penco, los mapuches queman Penco, entonces hay presencia, se instala una empalizada en 1550 y llegan los mapuches y la queman, dura apenas seis meses instalado por Pedro de Valdivia. La empalizada estuvo en Cerro Bellavista donde Pedro de Valdivia funda Concepción en el sitio de Penco, muy interesante porque si funda Concepción en el sitio de Penco, esa es la fundación que hace y pero esta como seis meses y la queman los mapuches, la destruyen.

Entonces *Koñintu Lafken Mapu Penco* es una organización mapuche que tiene muchos socios pero que son temas más culturales, de linaje, de familia. Para nosotros es importantísimo que el pueblo mapuche participe en este trabajo de la recuperación de la historia del patrimonio, por algo serán parte del museo, su historia, costumbres, todo.



*Ilustración n°60: Placa conmemorativa mural Penco. Elaboración propia.*

Como le decía ellos son una organización, viven en sus casa con sus familias, no es que estén reunidos en comunidad en un sector específico, pero se reúnen en algunos lugares, sedes incluso acá en la oficina d turismo pero tienen una participación cultural enorme porque ellos celebran el *we tripantu*, el año nuevo mapuche y todo lo relacionado con las fiestas y festividades, hacen actividades, están muy relacionados con su tema cultural. Penco tiene una comunidad enorme, hay cuatro mil personas que se han declarado ser mapuches pero hay 900 más o menos inscritas y esta organización acoge mucho a las familias que efectivamente son mapuches en la comuna, ellos llevan un registro de su linaje.

El mural que está en la plaza tienen treinta y cinco metros cuadrados, lo hizo don Roberto Suchel y eso fue de una organización que se llama centro cultural pencopolitano, esa organización dona conjunto con el municipio ese mural a la comunidad. Eso se saca de una pintura muy conocida, en este momento no recuerdo el pintor, pero es una obra muy conocida y decidimos hacer ese regalo, yo soy parte de esa organización, decidimos hacer este regalo a la comunidad para poder entregar de alguna manera un granito de arena a esta recuperación de la historia.

**Entrevista a Rossana Toledo cargo jefa de Turismo, Cultura y Fomento Productivo de Ilustre Municipalidad de Penco.**

*- ¿Cuánto lleva en el cargo, cómo ha sido la evolución del turismo en los últimos 10 años o en los años que lleva?*

Bueno en realidad, yo aquí en Penco llevo dos años, pero en otro municipio de otra ciudad, porque me cambie de ciudad estuve 17 años, así que en definitiva llevo 19 años en el servicio público en esta área trabajando con emprendedores, con empresarios con organizaciones en los distintos programas de fomento que tiene distintas áreas como desarrollo rural, en borde pesquero, aquí en Penco el infocentro, todas las ciudades tiene distintos programas

Anteriormente, o sea antes del año 2012 Penco era una ciudad que estaba sumida digamos como en un limbo, como en stand by, no había tenido ningún desarrollo ni productivo ni turístico, ni desarrollo comunal o de infraestructura o en servicios. Entonces si tu hubieses venido 20 años atrás y después 10 años atrás, 5 años atrás, 2 años atrás te encontrabas con el mismo Penco, porque no había muchos cambios. La oferta turística era menor, las actividades que atraen turismo vienen enlazadas con actividades turísticas. La gente no viene solo a comer sino también después qué hace si hay actividades, si hay eventos si hay más entretenimiento que no sea solamente venir a almorzar con la familia. Entonces como administración nos enfocamos a eso, primero las audiencias, que la gente viera, los turistas los visitantes que Penco es una ciudad entretenida, una ciudad que se destaca por sobre todo por la cultura, entonces se invertimos recursos se hicieron gestiones a través de gestión comunal a través de nuestro alcalde Víctor Hugo Figueroa, en crear una serie de eventos y

actividades que nos caracterizaran como Penco ciudad histórica y ahí empezó a llegar muchas más cantidad de turistas, se hizo el año 2013 la primera fiesta de la chilenidad, después de 25 años que acá en Penco no se realizara ninguna actividad costumbrista, que no se celebraba ningún evento, una ramada, nada con identidad costumbrista, huasa y el 2013 se creó bajo esta administración la primera fiesta de la chilenidad que se hizo en Playa Negra, ahí en esa actividad pese a que era la primera tenemos el orgullo

de decir que fue una fiesta exitosa, llegaron aproximadamente diez mil turistas, una fiesta que duro dos días, con cero problema delictual, de alcoholismo, no andaba ninguna persona ebria o causando algún daño, ningún robo, ningún choque, nada, 100% segura sin ningún problema, es una fiesta para la familia se pensó así, se organizó así y dio excelentes resultados, razón por la cual el año pasado hicimos la segunda versión aumentamos un día más a tres días y fue lo mismo, de hecho han participado más organizaciones ligadas al folcklore que ya es característico que estén todos, los conjuntos de baile, los huasos montados, etc. Y este año fue igual, ningún problema de ningún índole y se transformó en una de las fiestas más seguras de la región. Así que en este minuto estamos organizando la versión tres y esperamos, ya que el año pasado aumentó al doble tuvimos veinte mil visitantes en la fiesta así que este año esperamos más, así que va a ser más grande, el año pasado tuvimos 28 stand y yo creo que ahora vamos a superar los 35- 40 stand. Se mantendrán los tres días ya que son viernes, sábado y domingo ya que la hacemos la semana anterior a las fiestas patrias para poder contar con toda la seguridad necesaria con carabineros. Tu sabes que para el 18 todos se divide en distintas comunas por eso nosotros realizamos antes para poder contar con todo el apoyo de carabineros, seguridad ciudadana, PDI, bomberos, todos.

**- *¿Están alineados con la estrategia de turismo que tiene el gobierno?***

Nosotros por el área de fomento y turismo tenemos un trabajo constante con todas instituciones del área de fomento, trabajamos con SERNATUR, FOSIS, SERCOTEC, CORFO, innova con el cense y todo en pro del turismo, de hecho todos los proyectos que está realizando la municipalidad, las gestiones que está realizando el mismo alcalde, todo lo que desarrollamos en infraestructura, en capacitación, en talleres, en recursos, todo va con el objetivo de desarrollar nuestro sentido de Penco, ciudad histórica y para tener una

identidad comunal y la vez toda esta gestión es para un desarrollo integral sobre todo para potenciar el turismo, para nosotros el turismo es nuestra empresa sin chimenea, es el desarrollo que tenemos como comuna y lo queremos potenciar, pero como acá no había mucho desarrollo estamos empezando de la nada, lo cual es una ventaja también aunque lamentable para la comuna porque se dio desarrollar antes, pero una ventaja para nosotros porque nos permite guiar, guiar este desarrollo comunal y también cumplir con todas las normativas de calidad que indica SERNATUR de instrumento económico de capacitación de las otras instituciones, entonces existe un trabajo constante, hemos participado de todas las reuniones, postulamos a todos los proyectos que nos pueda dar el gobierno que sirvan a la comunidad, a los emprendedores a los empresarios y el 90% de los postulantes y beneficiarios son de turismo.

**- *¿Qué proyectos tienen en relación al turismo accesible?***

Tenemos el proyecto de Playa Negra, se postuló a un CORFO por lo cual seis empresarios van a desarrollar sus cocinerías-restorán anteriormente ya se ejecutó la construcción de seis terrazas turísticas se está colocando en este minuto el alcantarillado que no s había en el sector el punto de colocarlo es porque no había en el sector y con eso van a poder cumplir los requisitos que solicita el servicio de salud. El otro proyecto que se va a construir es la primera plaza inclusiva en Playa Negra lo cual va a atraer visitantes y turistas y más que nada va a hermostear un sector que se va a ver fortalecido con su oferta turística, estamos trabajando en este minuto en el proyecto costanera de la segunda costanera dos que contempla su construcción desde Playa Negra hasta Cerro Verde Bajo. Se está trabajando proyectos de turismo con varios sectores de la comuna, polo gastronómico de Lirquén con un proyecto CORFO, NODO que se llama, que contempla capacitación un agente operador para el extranjero, pasantías en el país también, giras técnicas, etc además de implementación, se está viendo el proyecto de recuperación del mercado de Lirquén, la reconstrucción de ese mercado.

Turísticamente en el tema d cultura se va a restaurar La Planchada con nuestro monumento histórico nacional, lo cual es una gran inversión y se requiere desarrollar distintas instancias que potencien este hecho histórico, en septiembre se realizara una obra recreando la batalla en La planchada, se realizara la tercera versión de la fiesta de la

chilenidad donde vienen más de veinte mil personas, entonces se está haciendo un trabajo integral para desarrollar el turismo aquí en nuestra ciudad, capacitaciones talleres, van a comenzar los seminarios, proyectos en distintas áreas, proyectos que se postularon para emprendedores, microempresarios con distintos instrumentos del estado como SERNATUR, FOSIS, SERCOTEC, CORFO además de la inversión que está haciendo el mismo municipio. Se instaló ya este año la oficina de turismo para trabajar directamente con todas las líneas más que nada con SERNATUR y otras instituciones pero por sobre todo fortalecer y potenciar el turismo en nuestra ciudad

***- ¿Existe alguna medida para personas con discapacidad para facilitarle el acceso a la playa misma?***

El proyecto de Playa Negra y el de la plaza viene con accesos especiales, va a ser la primera plaza inclusiva no solo de la comuna sino también de la región todos los sectores de juego van a ser para niños con discapacidad, los accesos que dan hacia el mar también tienen accesos especiales para que las personas con más vulnerabilidad o alguna discapacidad puedan acceder sin ningún problema y las construcciones que se han hecho se han modificado o lo han hecho con todos los requerimientos y necesidades de las personas y la ciudadanía.

***- ¿Cuál es la responsabilidad social que tiene el municipio?***

La responsabilidad que tiene el municipio es generar, fomentar, fortalecer y crear todas las instancias posibles para desarrollar la comuna de forma integral, tanto con los empresarios, con los emprendedores, con las empresas, con las industrias, las organizaciones con la comunidad en sí, en todos los ámbitos como dice en forma integral porque queremos implementar no solamente infraestructuras nuevas, mejorar las que ya están no se trata solamente de fierro y cemento, acá se quiere dar una visión identidad, tener Penco una identidad no solo turística sino una identidad como ciudad, por eso implementamos el Penco, ciudad histórica porque somos una comuna con mucha historia, una gran historia, rica en personajes en lo que tenemos nuestro monumento nacional acá instaurado fuerte La Planchada, entonces queremos fortalecer, destacar y sacar a luz toda esta historia, transformarnos en una ciudad cultural y turística, cultural más que nada y para eso vamos, para eso son nuestros lineamientos.

De hecho todos los proyectos que hemos ejecutado y desarrollado han sido bajo esa perspectiva, de que la misma plaza tenga una infraestructura colonial, que los restaurantes vayan teniendo un sello con madera, piedras, faroles, en fin y a la vez que también se mezcle con que todos los accesos, todas las personas puedan estar sin ningún problema de espacio, tener espacios recuperar las áreas verdes, Penco antiguamente no tenía áreas verdes entonces nosotros hemos estado trabajando fuertemente, hicimos una plantación de árboles, treientos arbolitos alrededor de nuestra comuna, afortunadamente las personas han respetado esto. Entonces nuestra labor social, como te digo, va más allá que infraestructura, va más allá de desarrollo vial, más allá que un desarrollo de fierro y cemento, va de la mano también con enseñar, capacitar, en mostrar, guiar a la comunidad a cuidar nuestros espacios a mejorar nuestros espacios a que ellos participen en las decisiones que tomamos como administración y como ciudad

**- *¿Visión proyectos de turismo en el periodo del alcalde?***

El turismo nace, te voy a leer el fragmento de cuál es nuestra visión como turismo, de hecho se creó acá con esta administración la oficina de turismo, antes no había oficina de turismo, hoy en día la tenemos implementada para trabajar exclusivamente estos temas y comenzó a funcionar este año, el año pasado era en conjunto y ahora tenemos dependencias que tiene su infraestructura propia, su equipamiento propio y ya desarrollando los proyectos que postulamos vamos avanzando y trabajando con las personas, entonces más que nada la visión es: “promover y contribuir al desarrollo de la actividad turística local, mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y la participación del sector privado (porque son ellos los que tienen que invertir), el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos (ahora aprovechamos lo que fue el tema del campeonato de futbol, teníamos nuestra oferta turística, hicimos publicidad, entregamos en SERNATUR, en aeropuertos, en varios sectores para promover que los turistas vinieran aquí a Penco, a Lirquén, a las distintas ofertas que teníamos para disfrutar de nuestra gastronomía ), resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, prestadores de servicios turísticos, comunidad, entre otros, debido a que el turismo es un rubro noble y transversal (lo que nos permite trabajar tranquilamente, desarrollar tranquilamente más que nada).”

Esto a través de los recursos que nos pueda entregar el estado para tener la capacidad de gestionar, generar nuevos proyectos, de capacitar y ver todos los lineamientos en forma integral para el desarrollo.

**- *¿Cómo fomentan que los turistas lleguen a Penco?***

Creamos actividades, en el verano nosotros desde noviembre comenzamos con actividades todos los fines de semana, o sea la persona que viene a Penco a un evento sabe que encontrara un evento de calidad, cultural, recreativo, deportivo, etc. Para difundir utilizamos todos los medios de comunicación, están las redes sociales (twitter, facebook), tenemos nuestra página web donde también avisamos, por radio, televisión, a través de anuncios en el diario, repostajes. En fin en todos los medios en que podemos difundir son utilizados

**- *¿Qué mecanismos de apoyo al turista tiene?***

Como te digo, la oficina de turismo ya se formalizo, se formó este año en forma más definitiva porque no podíamos nosotros ofrecer, tener una oferta turística si nos faltaba tanto. En cambio ahora ya hemos avanzado, tenemos oficina, estamos en la página de SERNATUR, salimos en los registros, nuestras ofertas, entonces los turistas pueden buscarnos ahí, tu sabes que hoy se usa mucho el internet, la página web la tenemos al día, fuimos la primera municipalidad que maneja el skyphone, donde tu pones datos y aparecemos nosotros en internet, así que la oferta esta y atraer al turista principiante aquí también.

**- *¿Existen casetas de información de lugares turísticos?***

Tenemos dos casetas turísticas, una en Lirquén y otra en Penco, ahora si yo creo que en el mes de agosto se va a cerrar (la caseta de Penco) porque vamos a remodelar nuestra plaza, en realidad se va a hacer de nuevo la plaza de Penco, así que yo creo que ahí vamos a tener que hacer una nueva (casetas), más bonita porque el diseño que vamos a tener en la plaza es patrimonial, entonces todo lo que coloquemos ahí tiene que ser con el mismo diseño.

**- ¿Existen inversiones privadas?**

Si porque los privados son los emprendedores, ellos son los privados, nosotros lo que hacemos como oficina, como municipio es asesorarlos porque eso les faltaba, los asesoramos, postulamos a proyectos

**- ¿Existe plan regulador?**

Existe todo un trabajo participativo entre las consultoras, el municipio, con los distintos departamentos y por su puesto con nuestro alcalde.

**- ¿Existe reciclaje?**

Si, de hecho fue una de las iniciativas de la administración en los primeros meses de gestión, tenemos nuestro punto limpio y estamos generando más, se han hecho campañas de reciclaje, se han hecho campañas de limpieza para difundir a la comunidad. Se especifican los tipos de desechos y además tenemos contemplados capacitaciones tanto en seguridad ciudadana como también en el cuidado de nuestro medio ambiente. Hacemos campañas de arbolitos, donde se plantaron 600 árboles, los cuidamos, tuvimos que ponerles hasta reja alrededor, pero de hecho hubo muy pocos que fueron dañados, muy poquitos. Nosotros pensamos que no iba a resultar pero resulto, nosotros como comuna no teníamos áreas verdes, nada, en ningún lugar que tú miraras había pasto, así que estamos plantando pastito, áreas verdes y la gente lo agradece mucho y las plazas que también son proyectos que se deben postular, las plazoletas también las mejoramos con pastito, con arbustos, con flores. Hemos ido recuperando los espacios de la comuna.

**- ¿De quién fue la iniciativa del proyecto?**

Esto nace en una promesa de campaña del alcalde Víctor Hugo Figueroa, que él tuvo la visión de ver que Playa Negra era un lugar que se podía potenciar turísticamente, primero por la belleza del paisaje, la playa es tranquila, el sector es amplio, entonces él, nació esta idea y obviamente cuando salió alcalde la quiso implementar, de hecho por eso me contrato. Allá había mucho que hacer con los vecinos del sector y ahí si, como te dije anteriormente, tuvimos que crear las confianzas y que ellos se dieran cuenta de que podían desarrollarse como microempresarios. A pesar de que el sector sea lindo y reúna todas las condiciones turísticas, los vecinos nos encontramos con complicaciones, el tema de la edad,

de que en una edad avanzada quieren estar tranquilos, ya tienen su vida hecha, entonces hubo que despertarlos porque son mayores pero tampoco son personas que no puedan trabajar, todavía son jóvenes. Lo que pasa es que ellos no se sentían jóvenes pero ahora sí, entonces con esta fiesta (costumbrista) que realizamos a ellos le nació el bichito de poder hacer cosas y empezamos a prepararnos con capacitaciones, mostrándoles cómo podía ser haciendo otras actividades, hemos capacitado muchísimo a la gente de Playa Negra, se instaló un proyecto de seguridad porque obviamente no puedes levantar el turismo si no es un lugar seguro. Antiguamente ese sector era un sector de delincuencia, había mucho robo y no nos permitía que la gente fuera tranquila a visitar el lugar y ahora sí, los vecinos están organizados, en este minuto hay seis iniciativas productivas turísticas, están en desarrollo, están las terrazas de Playa Negra ahora se está trabajando lo que está detrás de las terrazas, las cocinerías, comprando el equipamiento, la implementación necesario y eso se está consiguiendo a través de postulaciones a proyectos para los empresarios, así que yo creo que de aquí al verano ya van a estar en funcionamiento estos seis nuevos locales y esperando a que el resto de los vecinos se incentiven también a realizar más porque así empezó Lenga, entregando colaciones en las casas de a poquito y les fue bien, así que creo que un lugar que es visitado que cumple con las condiciones turísticas y sobre todo cuando esté hecha la costanera II, este sector va a crecer muchísimo.

La costanera II va a empezar en Playa Negra hasta la Planchada, después se junta con la que está actualmente y la que esta actual son un par de metros, termina esta y continua hasta Cerro Verde Bajo. Ahora esta segunda costanera se está haciendo un trabajo con los vecinos de Cerro Verde Bajo y todos los sectores de todo el borde mar y con ellos estamos viendo los diseños, lo que le gustaría a la gente y contempla una costanera distinta a la está ahora, el diseño contempla una visión histórica no queremos tierra y cemento, queremos darle una identidad con faroles, con áreas verdes dentro de la costanera, con juegos de agua, con una pérgola para fotografías para que vengan los turistas, se realizara la parte histórica y turística, si nuestro turismo va a ir amarrado con la cultura. Nosotros vamos a potenciar mucho lo que es la historia, porque somos muy ricos en historia, de hecho con SERNATUR tenemos en el mes de septiembre crear un obra de teatro de recrear una batalla, recrear un hecho histórico en la planchada, con trajes, con la comunidad, es algo muy atractivo y esperamos atraer a la gente porque es novedoso ver a cincuenta personas actuando y es para

todas las edades, en este momento estamos trabajando en el libreto que debe ir apegado a la historia. Nosotros como pueblo tenemos dos libros de historia que ha escrito el alcalde que son el Libro de Oro y Las Crónicas de Penco, entonces uno contiene relatos y uno de esos vamos a sacar para la obra.

**- *¿Cómo funciona el acuerdo con la universidad?***

El convenio con la universidad nació como una ayuda que realizó la facultad entregándonos unos cursos de inglés para las personas que están haciendo o tomando cursos del tercer nivel en el infocentro, el infocentro depende de la oficina de fomento y en base a eso para poder dar, para potenciar estos cursos Don Sergio nos colaboró y en una reunión que tuvimos con ellos conversando y yo les comentaba sobre Playa Negra, sobre el desarrollo que queremos para Penco, que nos falta capital humano para desarrollar más cosas es que se generó esta iniciativa de poder firmar un acuerdo con la universidad. Convenio que se materializó este año con nuestro alcalde Víctor Hugo Figueroa y el decano de la facultad de Ciencias Empresariales y la facultad de Arquitectura por lo cual ellos nos han colaborado entregándonos este beneficio de recibir a nuestros alumnos allá en la universidad para poder entregarles los conocimientos de inglés y también nos han apoyado en algunas capacitaciones y realizar un diagnóstico sobre Playa Negra para evaluar el nivel de los emprendedores y poder analizar bajo qué línea respectivamente tenemos que trabajar. Así que como municipio por su puesto es un gran convenio, esperamos seguir realizando más cosas ahora que tenemos el diagnóstico ya sabemos hacia dónde tenemos que ir, que es lo que nos falta, cuáles son nuestras brechas, cuáles son los requerimientos de los emprendedores, hasta donde podemos llegar, en fin. Como oficina de fomento damos apoyo social como municipio y hablando en el nombre del alcalde en este punto, para nosotros es muy grato contar con el apoyo, asesoramiento y el compromiso que ha tenido la universidad para con nuestra ciudad

**- *¿Existen otros acuerdos?***

Había un convenio con la Universidad de Concepción hace varios años atrás pero eso quedó (...) ni siquiera lo encontramos, así que no hemos tenido todavía algún trabajo con la Universidad de Concepción, actualmente solo con la Universidad del Bío-Bío y por algunas

cosas puntuales alumnos vienen acá y pero mayoría de los alumnos que vienen a hacer sus prácticas acá son de la Universidad del Biobío

**- *¿Cuál es la importancia de este acuerdo para la municipalidad?***

Para mi partir de la base que tener a una universidad con ese prestigio para nosotros como municipio es importante, de hecho fue una alegría cuando firmamos el convenio, lo expusimos en la prensa, le dimos la importancia que merecía. En el tema de fomento ha sido una gran ayuda sobre todo en el tema de los cursos, el buen trato que han tenido con los vecinos, principalmente en Playa Negra, es un trabajo lindo, entonces estamos trabajando, las personas que están haciendo los cursos han tenido muy buena disposición, yo creo que está dando resultado, yo creo vamos bien, ya se hizo el diagnostico ya sabemos que nos hace falta, ahora tenemos que sentarnos a estudiar los diseños para poder sacarle más provecho a la ayuda que nos están dando.

**- *¿Cuánto tiempo de duración tendrá este proyecto?***

Pensamos que en un mediano plazo de aquí a este verano ya vamos a tener funcionando seis negocios bien. Para el para el próximo año deberíamos tener por lo menos unos diez porque Playa Negra no es muy extenso, igual habían algunas cosas en las que estábamos fallando, no podíamos desarrollar nuestra actividad gastronómica porque no teníamos alcantarillado que es un requisito fundamental para el servicio de salud, entonces tuvimos que hacer un proyecto con el municipio, el alcalde tuvo que gestionar los recursos para poder hacer el proyecto de alcantarillado, en este minuto está en ejecución, después de ese ya hicimos otro para poder pavimentar el sector y como pavimento para una calle si no que con adoquines u otro material que se vea atractivo, que se vea como paseo con área de estacionamiento, adicional al proyecto de la plaza, estamos trabajando en el proyecto de costanera que tiene para unos dos años.

**- *¿Qué esperan recibir a cambio de este proyecto?***

A la gente ya que ya se les enseñó que pueden hacer cosas para cubrir sus necesidades en lugar de solo esperar ayuda (como cajas de alimento) que solo sirve de parche, por lo que se ahora se trabaja en hacer retroalimentación ya que a las personas se le olvida pero yo creo

que lo principal acá es el apoyo que tengo en darle prioridad a las personas de Playa Negra, el objetivo principal es el desarrollo del polo gastronómico, crear este polo

**- *¿Tienen pensado realizar más de este tipo de proyectos?***

Se tiene pensado mejorar lo que está en Cerro Verde, mejorar Lirquén, el polo gastronómico de Lirquén, potenciarlo, capacitarlo sobre todo en la manipulación de alimentos, en servicio, que cumplan con normas turísticas y ojala logren la certificación de calidad de SERNATUR, aparecer en los registros de SERNATUR, así que mucho trabajo porque hay personas que seguían trabajando pero sin ninguna formalización, carentes de higiene, de equipamiento, sin identidad, entonces hay que trabajar con todo.

**- *Con respecto al proyecto de las terrazas ¿qué retroalimentación obtuvieron, cuáles fueron los resultados?***

Las terrazas se entregaron a través de un concurso, se realizó un concurso con todos los vecinos del sector de Playa Negra, ellos presentaron una propuesta, hubo un jurado y se eligió las mejores propuestas. Que fue un total de seis

Las propuestas fueron seguir desarrollando el emprendimiento que la terrazas fueran un apoyo a lo que ellos están logrando y hermohear el lugar también y como guía también, entre comillas, de cómo debería ser el resto de nuestra infraestructura. A pesar de su sencillez se ve bonito se ve ordenado y con eso damos pie a que cualquier construcción que se haga sea más menos similar a lo que está. Que se mantenga un orden, que todos usen madera y no lata, por ejemplo ya que hay personas que fabrican con latas entonces que vean y digan “que bonita mejor hagamos la terraza de madera”, hasta en eso tenemos que orientarlos, cuales son los espacios, que les falta, como se formalizan, como se saca la certificación sanitaria, en fin, son hartos factores y por eso te digo el trabajo de Playa Negra nos queda mucho por hacer estamos recién comenzando porque la etapa más difícil ya la pasamos que fue crear esta necesidad de creer en nosotros, creer en ellos y muchas personas que vienen a nosotros como dices son adultos mayores que son sus hijos los que están viniendo a trabajar con ellos. Pero se están capacitando a los emprendedores en temas que no manejan, hasta ahora se han realizado dos.

**- Como municipio ¿cuentan con algún listado de los restaurantes, cocinerías, pub o cualquier otro atractivo turístico que están funcionando o que estén en proceso?**

Si, está la oficina de patentes, la oficina de turismo, está la base de fomento con todo el listado que se está postulando porque no solamente esta Playa Negra, vemos todo, ya que el turismo es en un área transversal, tan noble ya que todo está relacionado al turismo, hasta el taxista que recibe al visitante, la señora del negocio, el que vende productos en la farmacia no solamente la gastronomía. Se quiere tener una cultura turística, cultura de un buen trato, queremos que sea Penco ciudad histórica para eso debemos saber un poquito de historia para contarla a nuestros visitantes, explicarle por qué esta la Planchada, que es momento nacional, que paso en Penco hay mucho que contar entonces el turismo genera siempre un constante trabajo, por esa razón cualquier convenio que nosotros tengamos, así como el que hay con la universidad, cualquier apoyo que nos entreguen los alumnos en venir a dar una charla a la junta de vecinos o con el taxista, con los comerciantes, con los vendedores, la cámara de comercio, etc todo es un beneficio para nosotros y un aporte. Y así no solo se pide ayuda a los consultoras sino también a personas externas, a veces uno no valora lo que tiene tan cerca peor cuando lo ven a través de ojos de personas que no son de acá se dan cuenta de que lo que tenemos es lindo, nosotros tenemos una ciudad a orillas del mar, hermosa hay que sacarle provecho, hacer negocios con terrazas altura, potenciar este paisaje, arreglar los caminos, cuidar la limpieza ya no botar el papel en la calle, hay mucho que desarrollar y emprender. Esperamos seguir cuatro años más para seguir trabajando.

### **Experiencia como turista en Penco.**

En el centro de Concepción tome el transporte colectivo que no recuerdo su nombre pero que decía Penco, al subir le pedí amablemente al conductor que me avisara cuando estuviera en la plaza de Penco. Después de unos veinte o treinta minutos y cruzar por calles entre los cerros desde donde podía divisar el mar, el conductor me dice que habíamos llegado.

Mi primera impresión fue que era un lugar muerto, no se veía casi nada de gente y el poco verde del pasto no lograba sobre salir entre la gris de la demás decoración, al avanzar unos pasos vi unos vendedores, una mujer que vendía chocolates artesanales tapada con un vistoso quitasol de colores, un hombre con un carrito de palomitas con colores rojos que llamaban la atención dentro del entorno gris de la plaza y un caballero que se notaba era extranjero que vendía gorros y accesorios para el frío y juguetes. Camine hacia el centro de la plaza y divise una escultura de una mujer incrustada en piedra, estaba al lado de una gran pileta que se notaba descuidada por el mal estado de los bordes y el agua estancada de color amarillo con hojas ya café acumuladas en el fondo, tal vez si hubiera estado funcionando y lanzando agua se habría visto un poco mejor. Como el centro de la plaza estaba elevado, tenía una visión de 360° grados, en el extremo frente donde me baje habían bancas, pasto y árboles, siguiendo en diagonal desde donde me baje había un skate park, no muy grande comparado al de otras ciudades como el que está en el parque Ecuador de Concepción pero lo que llamaba la atención no era el tamaño si no el estado, estaba todo rallado con grafitis que le daban un toque más descuidado aún a unos metros esta lo que parece funciona en algún momento como baños públicos porque estaba deteriorado por fuera, le faltaban partes, estaba rallado y no salía un olor muy agradable al pasar cerca. Al lado de eso, a unos metros casi pegado y llegando a la otra esquina, habían juegos para niños no eran muchos pero al menos eran coloridos, aunque apenas había una o dos personas. Todo eso, el skate park, los baños y los juegos estaban al lado de un pequeño canal de muy poca profundidad.

Camine cruzando la plaza formando una “x” y vi la estación de carabineros, la municipalidad y una iglesia en la vereda del frente, por el otro lado estaban los taxistas, quise preguntarle a alguno pero no había nadie, seguí caminando y vi que estaba llegando un taxi pero apenas se estaciono partió nuevamente, así que continúe y casi volviendo al mismo punto donde empecé habían dos quioscos, en uno estaba una señora que vendía gorros, guantes, bufandas, etc hechas a mano y unos metros al lado un caballero vendía manualidades, su gracia, tenía dos parlantes grandes afuera con música antigua que ponía a todo volumen.

Busque una caseta informativa de turismo, ya que generalmente están en las plazas pero no encontré ninguna, había un quisco azul más grande que los otros tenía afiches pegados, me acerque pero estaba cerrado y frente a él, en el pasto había una casita de madera, pequeña, me acerque pero también estaba cerrada. Como no sabía a quién más preguntar, ni guía turístico, ni carabinero cerca fui donde la señora que vendía chocolates, le dije que era turista y que andaba buscando una caseta de información turística pero no supo responderme, me dijo que no sabía si alguna de las casetas que estaban cerradas servían para eso pero que de todos modos llevaban mucho tiempo cerradas, entonces le pregunte si sabía dónde quedaba la oficina de turismo y respondió que no. Que generalmente la gente viene en verano para las vacaciones y ahí todas van a la playa por lo que las que van llegando siguen al resto. También le pregunte que qué lugares podía conocer en Penco y miro al caballero extranjero que vendía gorros, él me dijo que si quería comer mariscos y cosas así tenía que ir Lirquén, que no estaba muy lejos a unos 10 minutos en micro y que había muchos restirares. Le di las gracias y le pregunte si no había algo cerca como había visto el mar desde el cerro y ahí me respondieron que estaba a dos cuadras de la playa de la comuna, también les pregunte si había baño cerca y respondieron que había pero en la playa. Así que le di las gracias y seguí mi rumbo, pero antes mire un colegio grande de color rojo en el que sobre salía un mural gigante de un mapuche con su caballo en el borde de un cerro y decía: yo soy Lautaro, en español y mapudungun.

Apenas empecé a caminar las dos cuadras que me indicaron divise el mar y también mucho transporte colectivo. Había un supermercado, una farmacia, una panadería y una galatería casi llegando a la playa. La entrada a la playa era práctica, tenía escaleras y rampas con pasamanos a los lados, se notan que piensan en todas las personas, tenía mucha iluminación se veía agradable con sus bancas, pasto y una pequeña pileta.

La playa era inmensa y yo estaba como en un punto medio, a la derecha por el borde de la playa se veía un restorán y más allá, casas hasta un cerro con grandes árboles y a la izquierda siempre por el borde de la playa seguía la costanera y al lado de un pequeño rio una pared de piedra muy grande. Me fui caminando hacia la izquierda por la arena la costanera se ve bonita y limpia, cruce el rio o riachuelo y quede frente a una gran muralla de piedras, al acercarme vi que tenía el logo de la ciudad y arriba se veían unos cañones así que supuse era o fue un fuerte, por los lados tenía escaleras de piedra también y por ahí pude subir y verlos de cerca aunque estaban rallados se mantenían pese a los años que deben tener. Baje a la playa y seguí caminando, pase frente a un edificio verde que supongo fue un restorán porque se notaba que hace tiempo no funcionaba y más allá encontré un cancha de patinaje, la encontré genial, muy bonita y arreglada, con bancas y bien iluminada, andaban niños y jóvenes patinando. Más allá había como un pequeño cerró y después solo se veían casas y al fondo un largo muelle así que regrese.

La playa en sí me gusto, el oleaje no es fuerte y se nota que el agua es profunda, lo que sí bastante helad a pero supongo que en veranos no es tanto, se ve bien con la costanera con sus luces de colores en piso, bien iluminada y además tiene espacios para todos, bancas a lo largo, áreas con juegos para los niños, entradas para la costanera y la playa para todas las personas, personas con coches, con capacidades diferentes, abuelos, etc., los baños que siempre son necesarios, el fuerte podría estar mejor conservado pero también es un atractivo turístico.

Lo malo es que no hay negocios cerca, vi uno en la entrada de la costanera y otros dos restaurantes frente pero la playa es muy grande para tan pocos negocios, además hay dos instalaciones que están abandonadas y que serían perfectos como restaurantes, también falta que tengan una caseta informativa para los turistas, yo tuve que preguntarle a los personas que vendían en la plaza y no me dijeron nada de que tenían una costanera o el fuerte o la cancha de patinaje, no es su trabajo, lo sé, pero ahí se nota que ellos tampoco conocen los atractivos que tienen. También faltan señales éticas que digan en qué dirección está la playa y las demás cosas del borde costero porque camine por una calle paralela a la playa y tampoco encontré nada que indicara donde estaba el fuerte o la cancha de patinaje.

Tienen una enorme playa, en buen estado pero no le sacan partido.

Y la plaza definitivamente necesita un poco más de color, de vida no sé, unas flores para dar un poco más de vida ya que aunque hay áreas verdes no lucen mucho así como tampoco la pileta que tiene agua estancada de quien sabe cuánto tiempo, para que se vea más llamativa.

## **Experiencia como turista en Concepción**

Caminando por la calles de concepción llegue a las oficinas del servicio nacional de turismo SERNATUR ubicada entre las calles Serrano y Barros Arana. Me presente como una turista cualquiera y le pregunte si me podía dar información de los lugares que podía visitar en los alrededores, dentro y fuera de la comuna, lugares para comer, dormir, etc. Pero me dijeron que ellos veían otros temas referente a turismo, toda esa información la entregaban en la oficina de información turística ubicada frente a la plaza de armas o plaza de la independencia, unas calles más arriba, continuando por Barros Arana.

Continué caminando hasta llegar a la oficina turística, es una oficina con grandes ventanales, se aprecia a simple vista muchos folletos sobre una mesa en la entrada y en la pared.

Hice la misma pregunta que en SERNATUR y me preguntaron que si tenía pensado algo específico o no. Respondí que no, que si podía darme información general para poder tomar una decisión, lo primero que hizo fue entregarme un folleto con el plano de la comuna de Concepción con sus calles y lugares de interés y un plano del Gran Concepción que tenía fotos y nombres de los lugares que podía visitar en Concepción y sus alrededores como Talcahuano, Lota, Hualpén, entre otros.

Me dijeron que estanco acá no podía dejar de visitar el barrio universitario, el Parque Jorge Alessandri, Parque Lota, el zoológico de Valle Nonguén, Lenga, Dichato, el barrio chino de Lirquén y los más populares y que todo eso me podía pasar los folletos. En ese punto note que Penco no salía en la lista, pese a que posee una gran playa y un monumento histórico nacional como lo es el fuerte La Planchada, así que le dije que también me lo habían nombrado como lugar para visitar, la respuesta fue que si bien Penco tiene playas, restoranes, algunos lugares de hospedaje, SERNATUR no tiene registro de ello, pese a que tienen una plataforma donde pueden registrarse de forma gratuita y como no tienen mayor información de sus lugares turísticos y todo lo que conlleva, es que actualmente en la oficina de información no cuenta con folletos de la comuna, lo más cercano que recomiendan a los turistas en el barrio chino de Lirquén que es un polo gastronómico y que

forma parte de la comuna de Penco, pero no Penco en sí. Que para eso era necesario que el municipio se registre y entregue la información necesaria para poder hacer los folletos.

Mirando la muralla observe que tenían folletos de todo pero me llamo la atención algunos que decían city tour, pregunte cómo funcionaba eso y me explicaron que hay empresas inscritas que realizan tours dentro y fuera de la ciudad y la región, así como empresas de hospedaje, comida, entretenimiento, etc. toda la información de cómo contactarlos y lo que ofrecen sale en los folletos. La única condición que pide SERNATUR a las empresas para inscribirse en su base de datos y puedan tener sus folletos en la oficina turística es que estén con sus patentes al día. Pueden existir otras empresas que cumplan las condiciones pero si no están inscritas, no se les hace publicidad alguna en la oficina de información o a través de los medios que utiliza SERNATUR.

También ocurren casos en que los funcionarios recomiendan algún lugar ya sea turístico, de comida o alojamiento que no están en folletos porque ellos han estado ahí y tienen la confianza de que es un lugar agradable y de buena calidad en sus servicios.

Finalmente mientras conversábamos pregunte que cómo lo hacían cuando venían turistas que no hablaban español, ya que en las afuera de las dependencias decía en español e inglés: oficina turística, que si las personas que trabajaban ahí manejaban un poco de otros idiomas como por ejemplo inglés.

La persona que me atendió me dijo que en realidad no, no manejan otros idiomas, algunas palabras básicas en inglés pero que en ocasiones han llegado turistas de Francia, Portugal, Alemania entre otros y que se han tenido que comunicar a través de los folletos, de igual forma los turistas nombran de forma no tan correcta los lugares que buscan y de ese modo se van comunicando. Indicando con fotos, calles y nombres.

Para mejorar esa situación y dado que el inglés es el idioma que habla la mayoría de los turistas, independiente de su lugar de origen es que el funcionario que me atendió me dijo que estaba tomando clases particulares de inglés.

## 5.4 Anexo 04

### **Odoor Movilidad Inmersiva**

ODOOR es una empresa que nace a mediados del año 2013 con el objetivo de solucionar la movilidad en terrenos y sustratos de difícil acceso para incorporar al mercado sudamericano una solución que complemente proyectos propios a escala de usuario final y la comercialización de soluciones Wheeleez.

La variedad de suelos presente en nuestro continente, como arenas secas, litorales, nieve, lodos o pastos hace necesario el desarrollo de diseños novedosos o reingeniería de productos en áreas de movilidad asistida, capacidades especiales, náutica y proyectos personalizados de orden técnico o recreativo.

Su misión es lograr que todos sus clientes se conecten, recorran y disfruten un nuevo espacio, una nueva experiencia al aire libre mediante nuestros productos, los cuales facilitan el movimiento y desplazamiento en terrenos de difícil acceso o inestables. Mientras que su visión es adquirir cobertura total de mercado sudamericano, con el fin de seguir satisfaciendo y solucionando todos los requerimientos de sus clientes. Para lograrlo es que la filosofía que ocupa es la de ser una empresa que se preocupa de las necesidades y deseos de las personas, enfocándose directamente en el cliente final, preocupándose en entregar bienestar, comodidad y creatividad.

Las soluciones de movilidad abarcan distintos sustratos para facilitar el traslado de Personas con capacidades especiales, adultos mayores, menores de edad; actividades deportivas y recreativas en embarcaciones menores de menor calado, como kayaks, veleros, jetski, y desarrollando proyectos específicos para actividades comerciales y/o productivas sobre arena, barro, pasto o piedras.

**“Solo se limita quien no tiene las ganas y el deseo de superarse...”**

Principales productos:

- Sillas de ruedas para uso al aire libre.
- Adaptadores para coches de bebés para traslado al aire libre.
- Carros de Varada para embarcaciones menores (Jetski, Catamaranes) y Kayaks.
- Carros para Transporte de Carga, Pesca, Infantil.
- Soluciones Especiales para el trabajo sobre arena, lodo, nieve.
- Puntos de Venta Móviles y Corners Litorales.
- Ruedas en distintos Diámetros para construir tus propias ideas.

**Cuenta con distintas unidades de negocio, entre las que encontramos:**

**ODOOR** Comercial desarrolla asesoría comercial, convenios y promoción de nuestros productos, venta a mayoristas, minoristas, detección de oportunidades de mercado y soluciones para marketing y publicidad.

**ODOOR I+D+i** es la unidad que desarrolla soluciones para áreas de proyectos, siendo estos Deporte, Náutica, Inclusión y Accesibilidad para Personas con Capacidades Especiales, Proyectos dedicados para Minería, Agricultura, Industria Acuícola entre otras, así como también para la creación de proyectos propios.

## 5.5 Anexo 05

### **Cursos para los emprendedores de Playa Negra**

#### Estructura de cursos

Con la intención de ayudar al manejo de sus emprendimientos, tomamos la decisión de capacitar a cada uno de los emprendedores, ya sea de forma individual y grupal, la idea es que ellos participen activamente en estos cursos que serán de su completo beneficio, estos cursos no serán solo para el emprendedor sino también para la persona que los asesorara, en este caso es algún familiar, hijo o nieto de los mismos emprendedores, la idea de esto es por alguna posible inasistencia de algún emprendedor y pueda tener alguien que lo represente pero siendo prioridad que participen los dos, si bien las clases no pueden tener el carácter de obligatorio, se estimulara a los emprendedores a que participen ya que cada una de las materias a estudiar ira en su completo beneficio.

Hemos determinado luego de las entrevistas individuales y grupales que los aspectos que más necesitamos capacitar son los siguientes

- Ofimática
- Costos
- Marketing
- Manipulación de alimentos
- Banquetearía
- Historia de Penco

Cada curso tendrá una duración de 16 a 20 horas divididos en módulos.

**Ofimática:**

El nombre quizás asusta a nuestros emprendedores pero la verdad es que este curso les será de mucha ayuda a la hora de entrar al mundo de la computación, en la época en que vivimos es casi una obligación entender y saber usar un computador, esta es una herramienta vital a la hora de simplificar operaciones matemáticas, comunicarse con clientes y proveedores, publicidad, información legal, etc. Por lo tanto decidimos partir con estos cursos porque de acuerdo a nuestra descripción, si manejamos este tema nos ayudara y servirá como base y guía para aprender de los otros temas.

La idea es partir con los conceptos básicos de como encender y apagar un computador, quizás suene irrisorio pero la mayoría de los emprendedores son adultos y con pocas ganas o miedo a la tecnología y el acceso a ella, por eso iremos desde lo más básico a lo más útil. Enseñaremos también el uso de herramientas básicas de un computador pero de mucha utilidad como lo es Word, Excel, Internet, Correo, Redes sociales y correos, la idea es que al final del curso los emprendedores sean capaces de manejar bien estas plataformas y pierdan el miedo o el recelo a usarla.

Tabla N°30: Contenido curso ofimática

<b>Curso</b>	<b>Contenido</b>	<b>Horas</b>
Ofimática	Word	5 hrs.
	Excel	5 hrs.
	Internet	4 hrs.
	Redes sociales	4 hrs.
	Correos	2 hrs.

*Tabla de contenido curso ofimáticas. Elaboración propia*

## Costos

Después de las entrevistas nos dimos cuenta que la fijación de precios que usan los emprendedores era muy rústica y básica, un ejemplo claro es que fijaron los precios como una comunidad para mantener precios iguales, lo cual no sería un problema si los precios estuvieran fijados correctamente pero su manera de fijar precios era en base solo a los costos de los insumos básicos, mariscos, harina, entre otros, pero olvidaban por completo todos esos costos variables que también debiesen estar presentes en sus precios, debido a esto decidimos que este curso se debía dictar.

La idea fundamental de este curso es enseñar a los emprendedores que existen más costos que el de los insumos directos que debiesen ir en los precios, enseñarles de la existencia de costos variables, CIF, gastos de administración y ventas, etc. Si nuestros emprendedores aprenden como fijar sus precios de acuerdo a sus costos verán que incrementaran sus ganancias y se motivaran más en su trabajo diario

Otro aspecto importante es el IVA, muchos lo conocen por nombre pero si nos vamos a la práctica, desconocen si un precio es bruto o neto o cuál es su diferencia o como calcularlos usando una simple calculadora, o su significado, su importancia o que se hace con el IVA.

Por ultimo enseñaremos a revisar y elaborar un balance o saber el manejo de los libros de contabilidad, con fines educativos y de revisión, siempre es bueno saber de ciertos temas, aunque sean los contadores quienes les realicen este trabajo es mejor que sepan al menos entender el trabajo de esos últimos.

Al finalizar este curso los emprendedores serán capaces de fijar precios de manera más afectiva y de acuerdo a sus gastos y lo que esperen ganar y lo que diga el mercado también, sabrán el cálculo e importancia que tiene el IVA y sabrán desarrollar un balance o revisar su contabilidad y tendrán un mayor orden de las entradas y salidas de su emprendimiento.

Tabla N° 31: Contenido curso costos

<b>Curso</b>	<b>Contenido</b>	<b>Horas</b>
Costos	Costos variables	4 hrs.
	Gastos administración y venta	4 hrs.
	Manejo de IVA	4 hrs.
	Realización de balances	4 hrs.
	Lectura de libros de contabilidad	4 hrs.

*Tabla de contenidos curso costos. Elaboración propia*

### Marketing

Esta definición provoco desconocimiento en las caras de los emprendedores al decir las pero si cambiamos por publicidad entendieron mejor, en la entrevista nos dimos cuenta que sus conocimientos acerca de la publicidad se centraban en la televisión, radio o diarios y revistas. La idea de este curso es que sepan que hay más formas de hacer publicidad a nuestros productos. Partimos esta ronda de cursos con la Ofimática, la idea es implementar lo aprendido en ese curso en la publicidad, usar las redes sociales para dar a conocer los productos, ubicación, etc. el correo también será una forma de hacer publicidad.

Luego de terminar con las definiciones, conceptos y demás, daremos por terminada la parte teórica daremos paso a la parte práctica, la idea será echar a volar su imaginación, que inventen formas creativas de publicidad, que sean capaces de generar un interés en quien lea o vea lo que proponen, lugares para comer hay muchos, debemos enseñarles a crear una diferenciación en sus productos y su servicio por lo tanto la publicidad es un aspecto importante para ganar clientes.

Tabla N°32: Contenido curso marketing

Curso	Contenido	Horas
Marketing	Qué es publicidad	4 hrs.
	Tipos de publicidad	4 hrs.
	Marca	4 hrs.
	Imagen	4 hrs.
	Logo	4 hrs.

*Tabla de contenidos curso marketing. Elaboración propia*

### Manipulación de alimentos

Debemos partir reconociendo que este tema es un tanto desconocido para nosotros pero cuando uno no sabe, investiga, pregunta a los entendidos y aprende. El aspecto sanitario es fundamental en cualquier negocio formal que quiera vender alimentos, existen muchas exigencias a los emprendedores en este tema y en las entrevistas nos dimos cuenta que ellos estaban bastante avanzados en torno a esto, contaban algunos con las especificaciones técnicas o implementos o al menos tenían el conocimiento de que las exigencias existían y querían solucionarlo.

Por otra parte viene el tema de la manipulación de los alimentos en sí, cadenas de frío, almacenamiento y evitar contaminación cruzada, la idea del curso es enseñar a los emprendedor a que mejoren el manejo de alimentos, así aumentaran el tiempo de duración, la frescura y cuidaran a sus clientes.

Terminado este curso los emprendedores tendrán claro las exigencias, técnicas que le hacen a todos los negocios que quieran vender alimentos, sabrán cómo hacerlo antes de las inspecciones para optimizar el tiempo y luego empiecen a funcionar. Sabrán también el manejo de la comida, la forma perfecta en que deben cocinar para evitar posibles contaminaciones y sabrán la mejor forma de almacenar cada producto de la mejor manera optimizando la duración de los mismos.

Tabla N°33: Contenido curso Manipulación de alimentos

Curso	Contenido	Horas
Manipulación de alimentos	Normas sanitarias	4 hrs.
	Contaminación de alimentos	4 hrs.
	Higiene personal	4 hrs.
	Manipulación de alimentos	4 hrs.
	Limpieza y desinfección	4 hrs.

*Tabla de contenidos curso manipulación de alimentos. Elaboración propia*

### Banquetearía

La mayoría de los emprendedores decía no querer ofrecer servicios de banquetearía, sino solo una cocinería o un restaurant, la idea del curso es enseñarles que existen protocolos a cumplir aunque no sean una gran banquetera o un restaurant de 5 estrellas, por lo tanto deben saber cómo servir una mesa, como organizar los elementos de una mesa y como servir los platos, etc. Si bien es probable que no sean los mismos emprendedores quienes se dediquen a servir a los clientes pero si deben saber cómo se hace para fijarse bien en el personal que contraten o ayudar a quien va a trabajar con ellos, esta es una de las razones por las cuales los cursos se desarrollarán para los emprendedores y alguna persona que los ayude.

Este curso no se basara tanto en definiciones sino que trataremos de hacer un juego de “Roleplay” para hacerlo más didáctico y más interactivo, la idea sería que un emprendedor haga en papel y cliente y otro de garzón, la idea de esto es que los emprendedores aprendan a tratar a los clientes y se pongan el uno en lugar del otro para mejorar el trato entre ambos.

Al final de este curso tendrán nociones básicas de protocolo y de atención al cliente, aprenderán de forma didáctica a tratar a sus clientes, desarrollarán paciencia y serán más eficaces al momento de tratar a posibles clientes complicados, recordemos que una gran atención, un gran servicio y un gran producto aseguran un cliente.

Tabla N° 34: Contenido curso Banquetería

<b>Curso</b>	<b>Contenido</b>	<b>Horas</b>
Banquetería	Protocolo	4 hrs.
	Atención al cliente	4 hrs.
	Tipo de servicio	4 hrs.
	Determinación stakeholders	4 hrs.

*Tabla de contenidos curso Banquetería. Elaboración propia*

### Historia de Penco

A pesar de ser “penquistas” el desconocimiento de la historia de la comuna de Penco, antes Concepción, es bastante grande. La historia de esta comuna es bastante grande, bastante rica y diversa desde tiempos prehistóricos penco tuvo habitantes y es un factor que debemos fomentar, afortunadamente los emprendedores al ser del sector y de mayor edad, saben bastante de la historia de su comuna y la valoran.

La idea de este curso es entregar más datos históricos y complementar todo lo que ya sabe con lo nuevo que le entregaremos, ahora bien ¿para que enseñar historia a un dueño de un restaurant o una cocinería? Pues pensamos que lo ideal sería que los dueños o los trabajadores sean capaces de entablar una conversación con los clientes, entretenerlos con historias o generar interés, que sepan que no solo es una buena vista, sino, que detrás de eso hay una historia, otra respuesta puede ser para ser innovadores, o sea, innovemos nuestros productos, démosle nombres relacionados con la historia, cambiar el nombre a platos o tragos hará una diferenciación de nuestros productos, por ultimo pensamos que la historia puede contarse de muchas formas y una es por la vista, podemos usar la historia de penco para decorar nuestros locales, pinturas, esculturas, etc. es cosa de dejar volar la imaginación, recordemos que la primera impresión entra por la vista.

Al final de este curso los emprendedores sabrán más de la historia de penco y enseñáramos algunas técnicas para darla a conocer de manera didáctica y educativa, usaran la innovación, la imaginación para mejorar sus locales y usaran la historia desconocida de penco para fomentar las visitas.

Tabla N°35: Contenido curso historia de Penco

<b>Curso</b>	<b>Contenido</b>	<b>Horas</b>
Historia de Penco	Por qué es importante la historia	5 hrs.
	Hitos importantes	5 hrs.
	Penco en la actualidad	5 hrs.

*Tabla de contenidos curso historia de Penco. Elaboración propia*

### Conclusión

Al finalizar todos los cursos esperamos crear unos emprendedores renovados aprenderán a usar de buena manera un computador, comprenderán que el internet es una herramienta fundamental en la época en que estamos viviendo, reducirán los tiempos que gastan en comunicarse con sus clientes y proveedores gracias a la internet, entenderán el significado e importancia en la fijación de precios, IVA y costos, administraran de mejor manera sus emprendimientos, sabrán diferenciarse del resto y crear productos únicos, mejoraran en el cuidado y mantenimiento de sus productos, mejoraran el trato a los clientes y usaremos la rica historia de penco para mejorar el servicio que ofrecen.

## **5.6 Anexo 06**

### **Certificados entregados por la SEREMI de Salud**

- Autorización de Establecimientos de Alimentos.
- Calificación Industrial
- Autorización de Vehículos de Transporte de Alimentos
- Certificado de Destrucción de Alimentos
- Uso y Disposición de Alimentos Importados
- Certificados de Libre Venta
- Disposición de Residuos
- Informe Sanitario
- Declaración de Emisiones
- Autorización sanitaria
- Informe sanitario
- Uso y Disposición de Productos Importados y Certificado de Destinación Aduanera.
- Tramite cero



## INSTRUCCIONES

### 1. USO DEL FORMULARIO

### 2. QUIÉN DEBE FIRMARLO

- En el caso de las personas jurídicas la declaración debe ser firmada por su Representante, debidamente acreditado en la escritura de constitución u otro documento legalizado ante Notario, según corresponda.
- Si es una persona natural, debe hacerlo él mismo o su Representante, debidamente acreditado.
- Si se trata de una comunidad u otro ente sin personalidad jurídica, este trámite debe ser cumplido por todos sus miembros o integrantes, firmando cada uno de ellos en el anverso y exhibiendo sus Cédulas de Identidad. También puede ser firmado por un mandatario común, autorizado ante Notario por todos los miembros o comuneros.

### 3. DÓNDE PRESENTARLO

Debe ser presentado con la información requerida en la Unidad del SII que tenga jurisdicción sobre el domicilio del contribuyente.

### 4. DESCRIPCIÓN DEL FORMULARIO Y SU LLENADO

#### 4.1. Qué se debe llenar

**Persona Natural Extranjera que sólo solicita RUT:** Debe llenar el recuadro "Tipo de Solicitud" y la sección "Identificación del Contribuyente".

**Persona Natural que declara Inicio de Actividades:** Debe llenar por obligación los recuadros "Rol Único Tributario", "Tipo de Solicitud", "Identificación del Contribuyente", "Domicilio o Casa Matriz" y "Giros, Actividades o Profesión a Desarrollar". Si desarrollará actividades de 1a Categoría de la Ley de Impuesto a la Renta, debe declarar su capital inicial en "Identificación de Socios y Declaración de capital". Si tuviera sucursales, domicilio postal o dirección e-mail, debe llenar los respectivos recuadros.

**Persona Jurídica u otros Entes, que solicitan RUT y/o declaran Inicio de Actividades:** Debe llenar todos los recuadros, excepto "Sucursal", "Domicilio postal" y "Dirección e-mail", que sólo lo llenarán si tuvieran.

#### 4.2. Cómo llenarlo

**a. Tipo de Solicitud:** En esta sección se debe marcar con una **X** el uso que se dará al formulario:

- Si se trata de una persona natural extranjera, jurídica u organización sin personalidad jurídica que solicita RUT, se deben marcar los recuadros "Solicitud de RUT" y/o "Inicio de Actividades". Se recomienda hacer ambos trámites en forma conjunta, de modo de evitar más concurrencias a las oficinas del SII.
- Las personas naturales que deban declarar Inicio de Actividades sólo deben marcar el recuadro "Inicio de Actividades".

-

-

- En caso de personas jurídicas o extranjeros que soliciten duplicado de su cédula RUT, deben colocar el número de copias solicitadas en el recuadro "Números Duplicados RUT" y además seleccionar si desea retirar el duplicado de su cédula RUT en la Unidad del SII o que estas lleguen a su domicilio.

- En toda ocasión que se declare Inicio de Actividades, se debe colocar la fecha de Inicio de Actividades en el recuadro respectivo.

**b. Identificación del Contribuyente:** Se debe colocar en primer lugar el nombre del contribuyente persona natural en el siguiente orden: apellido paterno, apellido materno y nombres. Si son personas jurídicas, deberán identificarse con su razón social. Si una sociedad tuviere más de una razón social, deberá consignar la primera que figure en el contrato social. Sólo las personas jurídicas podrán ingresar el nombre de fantasía consignado en la escritura de constitución, sin siendo éste obligatorio. Solamente en el caso de Sociedad Anónima, EIRL y Ltda., se debe indicar la fecha de publicación en el Diario Oficial y:

- Si es en versión papel, indicar el número de página
- Si es en versión digital, indicar el código de verificación electrónico (cve), que permite verificar que ha sido firmado electrónicamente, de acuerdo con la Ley 19.799.

**c. Extranjeros:** Los extranjeros con residencia en Chile deben identificarse con su número de Cédula de Identidad de Extranjeros, y deberán señalar el tipo de Visa, la fecha de vencimiento de la visa, el país de origen y la fecha de nacimiento.

**d. Documento de Constitución de Personas Jurídicas:** Las personas jurídicas y otros entes sin personalidad jurídica deben indicar el número de repertorio de su escritura o documento de constitución, la fecha y la Notaría en que se realizó. Lo mismo deben hacer los órganos del estado con su decreto de nombramiento.

**e. Domicilio o Casa Matriz:** En el recuadro para el domicilio se deberá anotar el domicilio del contribuyente, que corresponderá al principal lugar donde se desarrollará la actividad declarada.

**f. Domicilio Postal y Domicilio Urbano para Notificaciones:** En los casos en que el domicilio del contribuyente esté ubicado en un lugar de difícil acceso o donde no habrán moradores gran parte del tiempo, se debe fijar un domicilio postal (casilla, apartado postal) o un domicilio urbano para notificaciones (dirección física), donde el SII enviará todas las comunicaciones que deba hacerle.

**g. Dirección e-mail:** Voluntaria, si el contribuyente desea recibir información por medios electrónicos.

**h. Giros, actividades o profesión a desarrollar:** Se debe detallar con palabras, la o las actividades a desarrollar.

Luego se deben colocar el o los códigos de actividad (en base a tabla internacional de actividades) que mejor representen dichas actividades y se debe seleccionar si la actividad es Principal (P) o Secundaria (S).

**i. Sucursal:** Si el contribuyente, para realizar actividades agrícolas, comerciales, mineras u otras, opera en más de un lugar (además del domicilio) deberá anotar la dirección de éstas en la sección "Sucursal". Si fuera más de una sucursal, deberá usar el formulario 4416 para anotar las sucursales restantes.

**j. Identificación de Socios y Declaración de Capital:** En este recuadro se debe ingresar el capital inicial declarado por el contribuyente (tanto persona natural como jurídica), detallando el capital aportado y el por aportar.

En el caso de sociedades, comunidades, etc. se debe detallar cada uno de los socios, comuneros, miembros, integrantes, etc. identificándolos por su nombre o razón social, RUT o Cédula de Identidad y el porcentaje de participación sobre el capital y sobre las utilidades.

**k. Representantes:** Se debe colocar el nombre y RUT del Representante.

**l.** Cuando la persona que concurra a realizar el trámite es distinta al contribuyente o Representante debe indicar su RUT y nombre.

**m.** Indique si emitirá documentos que respaldan el uso del crédito fiscal IVA: en esta sección se debe indicar si el contribuyente emitirá facturas u otro documento tributario que respalde el uso del crédito fiscal IVA.

### 5. REQUISITOS

Para acreditar los datos especificados en este formulario, debe presentar los antecedentes solicitados en el informativo "Inscripción al RUT y/o Declaración de Inicio de Actividades".

### 6. CASOS ESPECIALES

Los casos señalados a continuación, deberán presentar además:

#### Transportistas de pasajeros o carga para terceros

- Si el o los vehículos son propios, presentar alguno de los siguientes antecedentes: Contrato de Compraventa (legalizado ante Notario y con antigüedad no mayor a seis meses), Factura de Compra (con antigüedad no mayor a seis meses) o Certificado de Inscripción en el Registro de Vehículos Motorizados a nombre del contribuyente, de una antigüedad no superior a treinta días.
- Si los vehículos son explotados como arrendatario, usufructuario o cualquier otro título, presentar: Copia autorizada ante Notario del contrato o cesión respectivo, y acreditar de la manera del párrafo anterior que quien cede los derechos del vehículo es el propietario.

**Las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades mineras deberán (según el caso):**

- Si son propietarios o usufructuarios de la pertenencia minera, presentar un certificado de su correspondiente inscripción en el Conservador de Minas.
- Si son arrendatarios, presentar copia autorizada o firmada ante Notario del contrato de arriendo de la pertenencia (con fecha de expiración superior a seis meses a contar de la presentación al SII) y acreditar la calidad de propietario **239** usufructuario del arrendador en la forma señalada en "Cómo acreditar Domicilio" del informativo "Inscripción al RUT y/o Declaración de Inicio de Actividades".

**5.8 Anexo 08**  
Formulario 3230



**Declaración Jurada para  
Timbraje de  
Documentos y/o Libros**

DÍA	MES	AÑO

**F 3230**

<b>OFICINA TIMBRAJE</b>

<b>ROL ÚNICO TRIBUTARIO</b>

**IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE**

<b>RAZÓN SOCIAL O APELLIDO PATERNO</b>	<b>APELLIDO MATERNO</b>	<b>NOMBRES</b>

**DETALLE DEL TIMBRAJE DE DOCUMENTOS Y LIBROS DE CONTABILIDAD**

TIPO DE DOCUMENTOS Y LIBROS	CANTIDAD DE DOCTOS. A TIMBRAR			NUEVO TIMBRAJE		CÓDIGO	USO EXCLUSIVO SII AUTORIZADO HASTA N°
	TALONARIOS	CAJAS COMPUTAC.	ROLLOS	DESDE N°	HASTA N°		
FACTURAS						30	
FACTURAS DE VENTAS Y SERVICIOS NO AFECTOS O EXENTOS DE IVA						32	
BOLETAS DE VENTAS Y SERVICIOS						35	
ROLLOS DE MÁQUINAS REGISTRADORAS						36	
BOLETAS DE VENTAS Y SERVICIOS NO AFECTOS O EXENTOS DE IVA						38	
FACTURAS DE COMPRA						45	
GUÍAS DE DESPACHO						50	
NOTAS DE DEBITO						55	
NOTAS DE CREDITO						60	
BOLETAS DE HONORARIOS						65	
BOLETAS - ENTRADAS DE ESPECTACULOS						70	
BOLETAS DE PRESTACION DE SERVICIOS DE 3EROS						95	
LIBRO COMPRA VENTA						153	
TIPO DE DOCUMENTOS	SI DESEA TIMBRAR OTRO TIPO DE DOCUMENTO, INDICAR NOMBRE Y CÓDIGO SEGÚN TABLA DEL PUNTO 4.2 AL REVERSO DEL FORMULARIO					Código	

<b>(*) LLENADO OBLIGATORIO:</b> TOTAL DE FACTURAS (NO ELECTRÓNICAS) EMITIDAS LOS ÚLTIMOS 6 MESES	<input type="text"/>	AUTORIZACIÓN EXTRAORDINARIA	AUTORIZACIÓN DE TIMBRAJE
		RUT FISCALIZADOR	RUT FUNCIONARIO
OBSERVACIÓN / NOTIFICACIÓN		FIRMA Y TIMBRE FISCALIZADOR	FIRMA Y TIMBRE FUNCIONARIO
DEBE ESTAR SUBSANADA ESTA OBSERVACION PARA EL PROXIMO TIMBRAJE			

**REPRESENTANTE**

<b>APELLIDO PATERNO</b>	<b>APELLIDO MATERNO</b>	<b>NOMBRES</b>	<b>RUT</b>

**PERSONA QUE REALIZA EL TRÁMITE** (SI NO ES EL CONTRIBUYENTE, DEBE PRESENTAR PODER LEGALIZADO ANTE NOTARIO O REFRENDADO ANTE EL SII)

<b>APELLIDO PATERNO</b>	<b>APELLIDO MATERNO</b>	<b>NOMBRES</b>	<b>RUT</b>

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN LA PRESENTE DECLARACIÓN SON EXPRESIÓN FIEL DE LA VERDAD, Y HE REVISADO LOS DOCUMENTOS QUE PRESENTO PARA SU TIMBRAJE, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD CORRESPONDIENTE.

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL

\_\_\_\_\_  
FIRMA DE QUIEN RETIRA LOS DOCUMENTOS O LIBROS CON PODER **240**



## INSTRUCCIONES

1. Esta declaración jurada debe ser presentada por todo contribuyente que requiera el timbraje de documentos.

2. Lugar de presentación: Debe presentarse en la Unidad de Timbraje del Servicio, bajo cuya jurisdicción se encuentre el local o establecimiento, Casa Matriz o Sede de los negocios.

3. Antecedentes que deben presentarse:

a. **Formulario 3230** con los datos de identificación y de los documentos que desean timbrarse. En ningún caso los funcionarios podrán llenar los recuadros en los cuales se registran los documentos a timbrar y cantidad solicitada por el contribuyente.

b. **Cédula RUT del Contribuyente.** Sólo para Extranjeros, Personas Jurídicas u otros entes sin personalidad jurídica. Las Personas Naturales, deben presentar la Cédula de Identidad del Contribuyente o fotocopia autorizada ante Notario de ésta, si es un mandatario quien efectúa el trámite.

c. **Cédula de Identidad** de quien realiza el trámite.

d. **Poder simple** firmado ante Notario o refrendado ante el Secretario de la Dirección Regional o Jefe de la Unidad a quien se le haya conferido la condición de Ministro de Fe u Oficial de Registro Civil donde no exista Notario, otorgado por el contribuyente o representante legal, en los casos de terceras personas que se presentan a efectuar el trámite de timbraje.

e. **Último Formulario 3230** presentado por el contribuyente, correspondiente al último/s documento/s autorizado/s de cuyo timbraje está solicitando.

f. **Documentos a Timbrar** ordenados y numerados en sus lomos, por cada caja o talonario.

g. **Última declaración mensual vigente del Impuesto a las Ventas y Servicios** (Formulario 29) en el caso de los contribuyentes afectos a Primera Categoría de la Ley de la Renta.

4. Información general que debe contener la declaración jurada, formulario 3230.

4.1 **Identificación del contribuyente:** Deben llenarse en forma completa todos los espacios del formulario destinados al efecto.

4.2 **Columna "Tipo de Documentos y Libros":** En esta columna están señalados los tipos de documentos que deben timbrarse por el SII. Cuando se trate de otros documentos y libros, deberá indicar el nombre respectivo en el recuadro tipo de documentos y libros, y el código correspondiente de acuerdo a la siguiente nómina:

Tipo Documento	Código
Factura de Inicio	29
Boletas de compra de moneda extranjera	37
Certificado de Donación	107
Certificado N°25 Ley 19.885 (Res. Ex. N°76 de 2007)	200
Contabilidad en hojas sueltas con numeración única	75
Facturas a turistas extranjeros	109
Facturas de Exportación	101
Facturas de Venta Exenta a Zona Franca Primaria	102
Guías de despacho T.C.T.	51
Letras de cambio	80
Liquidación	103
Liquidación - Facturas	40
Libro Control de Timbraje	151
Libro Control de Documentos	152
Nota de Débito Exportación	104
Notas de Crédito Exportación	106
Otros libros empastados	150
Otros documentos	105
Pagarés	85
Solicitud Registro de Facturas (S.R.F.)	108
Factura de Venta Exenta a empresa del territorio preferencial Arts. 1 y 9 de la Ley 18.932.	901
Factura de Compra Ley 18.932.	175
Factura de Venta Exenta a empresa del territorio preferencial Arts. 1 y 9 de la Ley 19.149 .	180

Tipo Documento	Código
Factura de Compra Ley 19.149.	185
Factura de Venta Módulos de Zona Franca.	907
Boleta de Venta Módulos de Zona Franca.	906
Declaración Jurada de Compra para Convenciones sobre Mercaderías Situadas en el Extranjero o Situadas en Chile y No Nacionalizadas (DJC).	193
Nota de Disminución en el Valor de Compras (NDC).	194
Nota de Incremento en el Valor de Compras (NIC).	195
Factura de Venta de Mercaderías Situadas en el Extranjero o Situadas en Chile y No Nacionalizadas (FVME).	190
Nota de Disminución de Venta (NDV).	191
Nota de Incremento de Venta (NIV).	192

4.3. **Timbraje de Hojas de Contabilidad y Libros:** En la confección de contabilidad por medios computacionales los formularios continuos a timbrar deberán llevar preimpreso por imprenta o por el equipo procesador de datos, además del nombre o razón social del contribuyente, el RUT, su domicilio y giro y una numeración correlativa general, la que será independiente de la numeración correlativa particular de cada libro, impresa por el computador posteriormente durante el proceso.

Los libros de contabilidad y/o auxiliares empastados, que consignen en cada hoja o folio, mediante impresión el nombre o razón social de la imprenta, su número de RUT y fecha de impresión del documento (día, mes y año), su autorización se hará mediante la aposición del Timbre de Goma de la Unidad correspondiente, sólo en la primera y última hoja o folio del libro respectivo.

Los registros contables en hojas sueltas o formularios continuos que consignen por la imprenta los datos de identificación del contribuyente (Nombre o Razón Social y número RUT) y como pie de imprenta los datos indicados en el punto anterior, en cada hoja o formulario continuo, su autorización se hará mediante aposición de timbre de goma de la Unidad correspondiente, sólo en la primera y última página del legajo.

4.4 **Cantidad de facturas emitidas en los últimos 6 meses:**

Todo contribuyente que timbre facturas a través del Formulario 3230, debe llenar el casillero marcado con (\*) en el anverso con la cantidad de facturas (cod. 30) emitidas en los últimos seis meses. No debe incluir en este cálculo las Facturas Electrónicas.

5. Firmas y Poderes.

5.1. **Firma del contribuyente o representante legal:**

Esta declaración jurada debe ser firmada por el contribuyente o por su representante legal. También podrá suscribirla el mandatario o apoderado, pero sólo en el caso que este último se encuentre facultado expresamente para ello en el poder o mandato.

5.2. **Poder Notarial:** Los contribuyentes que deseen realizar sus tramitaciones mediante un mandatario que efectúe el trámite de timbraje, deberán otorgarle a éste un poder simple firmado ante Notario o refrendado ante Ministro de Fe del SII, llenando el recuadro "Persona Autorizada para realizar el trámite".

5.3. **Retiro de los documentos y/o libros ya timbrados:**

La persona que retirará la documentación, debe ser la misma que presentó la declaración del Timbraje. Debe presentar su cédula de identidad en el momento de recibir la documentación.

6. **Recuadro de uso exclusivo del S.I.I.:** El contribuyente no hará anotaciones en este recuadro, pues en él se harán observaciones que deberá tener subsanadas para el próximo timbraje.

201202

## PARTE 6 Bibliografía

### A

Aguilar, A., Álvarez, A., Albuquerque, F., Baigorri, A., Camarero, L., García, M. et al. (2007). *Perspectivas teóricas en desarrollo local*. (1° ed. En español). España: netbibio.

Albuquerque, F. (2013). *Economía del Desarrollo y Desarrollo Local*.

Arocena, J. (2002). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo* (2ª ed.). Montevideo, Taurus-Universidad Católica del Uruguay.

### B

Barretto, M. (2007). *Turismo y cultura: relaciones, contradicciones y expectativas*. *Revista de Cultura y Patrimonio Cultural*. Colección PASOS edita, número 1. El Zauzal (Tenerife), España: ACA y PASOS, RTPC.

Barros, D. (2013). *Al norte del Maule, todo era Chile; Al sur, todo era Penco*.

Biblioteca del congreso nacional de Chile. (2013). *Reportes estadísticos distritales y comunales* disponibles en <http://reportescomunales.bcn.cl/2013/index.php/Penco>

### C

Camelo, J.O. & Ceballos L. A. (2012). *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria*. (1° ed.) México. D.C.: Universidad Autónoma de Nayarit.

Carbajal, A. (2011). *Desarrollo local: Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local y otros actores*. Madrid, España: CERSA.

Chile, Corporación del Fomento de la Producción, CORFO. (2009). *Asociatividad y Calidad: herramientas de la productividad para la MiPyme*. Benavente, R.

Chile, División América Latina y el Caribe del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y el Departamento de Desarrollo Sustentable del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). *Desarrollo Territorial rural*. Santiago: Schejtman, A. & Berdegué, J.

Chile, Gobierno regional del BioBío (2014). Plan de desarrollo comunal, PLADECO, Comuna de Penco.

Chile, Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR. (2008). *Glosario turismo*. Boletín turístico n°1. Departamento de planificación.

*Conceptos Fundamentales del Turismo*. (2006).

Corporación de Fomento de la Producción, CORFO. (2014). *Emprendimiento en Chile: hacia un modelo de segmentación*. Edición: Unidad de estudio, Gerencia de Estrategia y Estudios, CORFO.

Cuervo, J. (2012). *Mejor liderar que mandar*. Libros de cabecera.

Dachary, A. y Arnaiz, S. M. (2012). *El turismo ¿Un modelo funcional al capitalismo?.* Revista de Ciencias Sociales, 21,7-26.

## F

Fernández, F. (2013). *Desarrollo humano en Chile: un estudio comparado en la comuna de Hualpén, región del BioBío. Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, Facultad de Ciencias Empresariales*, Universidad del Biobío, Concepción, Chile.

Figuroa, V. H. (2012). *Libro de oro de la historia de Penco*. En Forcael, D. (Ed.)

## G

García, M. (Ed.), (2007). *Perspectivas teóricas en desarrollo local*. Universidad de Coruña: Editorial Netbiblio.

Gujarati, D. & Porter, D. (2009). *Econometría*, (5° ed). Edición: Mc GrawHill.

## H

H. Sampieri, R., Fernández-Collado, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4° ed.). México, D.F.: McGraw-Hill

## L

Lárraga, R., Benítez, V. & Delgadillo B. *Transformando comunidades hacia el desarrollo local: metodología para el diseño arquitectónico, urbano y del paisaje*.

## P

Pardo, D. (2013). *Economía del turismo. Ponencia presentada en Seminario internacional*. Chile: edición, Universidad Andrés Bello.

## R

Robles, J. (2014). *La vida en Penco en torno al ferrocarril, Rieles con historia y recuerdos*.

## S

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007) *Fundamentos de Marketing*. (14° ed.) McGraw Hill, Interamericana.

Sapag, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Argentina: PERSSON EDUCATION S.A.

## T

Torres, M. C. (1999). *Planeación y Desarrollo Territorial, Metodología para su Diseño*. Revista Austral de Ciencias Sociales, 3, 141-158.

## Y

Yarce, J. (2007). *El líder se hace: cómo desarrollar el espíritu de liderazgo*. Ediciones liderazgo.