

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



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA
COMUNA DE SANTA JUANA**

**ALUMNAS : INGRID CIFUENTES B.
CAMILA HENRIQUEZ T.**

PROFESORA GUÍA: ANA MARÍA BARRA S.

CONCEPCIÓN, 2016

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Andrea y Víctor, mis padres, que siempre han estado conmigo, que me han entregado amor y risas durante toda mi vida, que me han dado la oportunidad de ser quien soy y solo les puedo decir ¡Gracias totales queridos viejos!.

A mis hermanos, Karina y Víctor, que siempre me recuerdan lo que es trabajo en equipo y amor incondicional.

A Camila, mi compañera de tesis, mi amiga, con la que empezamos éste proyecto no solo hace un año, si no hace cinco, un proyecto lleno de risas, de anécdotas, en resumen, un proyecto de vida de muchas experiencias. ¡Te quiero Camilita!

Y por último, a mi madrina Sabina, quien siempre me ha dado sus consejos y su apoyo, tanto a mí como a mi familia durante mucho tiempo. Al señor B.P., por haber fundado el movimiento más bkn del mundo y a nuestra selección chilena de futbol, que a mi corta edad me ha entregado una de las alegrías más grandes de mi vida. Y a todas las personas que han aportado en mi crecimiento y en ser quien soy hoy en día.

Ingrid Cifuentes Bernal.

Dedico esta tesis principalmente a mis padres Jaime y Myriam, quienes fueron un apoyo fundamental durante toda mi formación tanto personal como profesional, me entregaron las herramientas necesarias para poder ser quien soy hoy en día. ¡Los amo!

A mis hermanas Gabriela, Melani y Johana, quienes siempre están para apoyarme en los momentos difíciles y siempre tienen una palabra de aliento para subirme el ánimo. A mi sobrino Carlos Ignacio, mi pollo, quien llegó a alegrar nuestras vidas.

A mi compañera de tesis y amiga Ingrid, a quien más que una amiga la considero como una hermana, gracias por apoyarme y aguantarme durante tantos años, espero que nuestra amistad dure muchos años más.

Y por último, a las personas que por algún motivo ya no se encuentran a mi lado, pero fueron participes en momentos importantes de mi vida.

Camila Henríquez Toro.

AGRADECIMIENTOS

Este largo proceso que culmina y que nos ha dejado una gran enseñanza como personas y profesionales ha tenido a grandes protagonistas, los cuales tuvieron un rol fundamental en el desarrollo de nuestro proyecto de título y que hoy terminamos con éxito.

En primer lugar, agradecer a nuestra universidad, quien nos acogió desde el primer día y que durante estos 5 años logro entregarnos las herramientas necesarias que nos ayudaron en el desarrollo de nuestro proyecto y que nos formó como profesionales integrales.

A nuestra profesora guía, Ana María Barra, la que nos orientó durante éste proceso y que siempre nos propuso metas nuevas que cumplir.

A la Ilustre Municipalidad de Santa Juana y a su Alcalde Ángel Castro Medina, quien nos abrió sus puertas para realizar un mejor trabajo, facilitarnos sus dependencias y poder trabajar de forma directa con sus profesionales.

A los que participaron en los grupos focales y entrevistas, por su disponibilidad, seriedad y contribución a la mejora y progreso de la comuna.

A nuestras familias, quienes nos formaron desde pequeñas, entregándonos los valores y herramientas que nos ayudaron a creer en la posibilidad de contribuir en la sociedad y ser agentes de cambios.

Atentamente: Camila e Ingrid.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	12
ANTECEDENTES PRELIMINARES	13
1.1 Presentación	13
1.2 Justificación.....	14
1.3 Planteamiento del problema de investigación	15
1.4 Preguntas de investigación	16
1.5 Objetivos.....	17
1.6 Viabilidad.....	18
CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO.....	19
1.1. Conceptos Generales.....	19
1.1.1. Planificación	19
1.1.2. Planificación estratégica	20
1.1.3. Estrategia.....	22
1.1.4. Administración estratégica	23
1.1.5. Responsabilidad social	24
1.1.6. Investigación de mercado	27
1.2. Turismo	29
1.2.1. Definición de turismo	29
1.2.2. Tipos de turismo	30
1.2.3. Marketing turístico	33
1.2.4. Organización Mundial del Turismo.....	34
1.2.5. Turismo 2020.....	35

1.2.6.	Turismo en Chile	36
1.2.7.	Política Regional del Turismo.....	37
1.3.	Desarrollo y turismo.....	39
1.3.1.	Desarrollo económico local	39
1.3.2.	Turismo como motor de desarrollo local	40
1.4.	Planificación turística.....	42
1.4.1.	Definición de destino turístico	42
1.4.2.	Gestión de un destino turístico	43
1.4.3.	Sector público en el turismo	43
1.4.4.	Participación del sector público en el turismo chileno	44
1.4.5.	PLADECO	46
1.4.6.	PLADETUR.....	48
1.4.7.	Orientaciones para el diseño de planes de desarrollo turístico	49
1.5.	Relación Marco Legal.....	53
1.5.1.	Ley de turismo	53
CAPITULO 2 METODOLOGÍA.....		54
2.1.	Tipo de investigación	54
2.2.	Proceso de investigación cualitativa.....	55
2.2.1.	Paso 1: El inicio de la investigación, el tema y la idea.....	55
2.2.2.	Paso 2: Inicio del Proceso Cualitativo: Planteamiento del Problema, Revisión de la Literatura, Surgimiento de las Hipótesis e Inmersión en el Campo	56
2.2.3.	Paso 3: Muestreo en la Investigación cualitativa.	58
2.2.4.	Paso 4: Recolección y análisis de los datos cualitativos	59
2.2.5.	Paso 5: Concepción del diseño o abordaje de la investigación	75

2.2.6.	Paso 6: Elaborar el reporte de resultados cualitativos.....	76
CAPÍTULO 3 DIAGNÓSTICO DE DESTINO TURÍSTICO.....		78
3.1.	Antecedentes generales de la comuna	78
3.1.1.	Ubicación y delimitación del destino turístico.	78
3.1.2.	Reseña histórica de la comuna.	78
3.1.3.	Distribución de los asentamientos humanos.....	80
3.1.4.	Análisis socio cultural.	80
3.1.5.	Actividades productivas y su relación con el turismo.	84
3.1.6.	Análisis de la infraestructura y situación de servicios básicos	90
3.1.7.	Accesibilidad externa e interna	91
3.1.8.	Problemas ambientales y restricciones territoriales	91
3.2.	Análisis de la oferta turística	93
3.2.1.	Identificación y evaluación de recursos turísticos	93
3.2.2.	Identificación de actividades turísticas	95
3.2.3.	Alojamiento	98
3.2.4.	Transporte	100
3.2.5.	Alimentación	101
3.2.6.	Comercio y servicios.....	104
3.2.7.	Servicios de apoyo y utilidad pública	107
3.3.	Institucionalidad de apoyo para la actividad turística	109
3.3.1.	Instituciones públicas relacionadas	109
3.3.2.	Mecanismos de financiamiento y asistencia técnica	110
3.3.3.	Organizaciones no gubernamentales	116
3.3.4.	Centros de enseñanza especializada	116

3.4.	Tendencias del desarrollo turístico	118
3.4.1.	Efectividad de la promoción turística	118
3.4.2.	Evolución de la inversión turística privada	119
3.4.3.	Percepción de la comunidad acerca de desarrollo turístico	119
3.4.4.	Nivel de información disponible acerca de la oferta turística.....	120
3.5.	Antecedentes generales de la demanda.....	121
3.5.1.	Llegadas	121
3.5.2.	Pernoctaciones	121
3.5.3.	Ocupabilidad	122
3.5.4.	Estacionalidad.....	122
3.6.	Perfil del visitante	123
3.7.	Análisis FODA	125
3.7.1.	Fortalezas	125
3.7.2.	Debilidades.....	126
3.7.3.	Oportunidades.....	128
3.7.4.	Amenazas	129
CAPÍTULO 4	PLAN DE DESARROLLO TURISTICO (PLADETUR).....	130
4.1.	Identificación del Problema	130
4.2.	Visión, Misión e imagen objetivo	133
4.3.	Lineamientos objetivos	135
4.4.	Matriz de planificación por lineamientos (Proyectos-Iniciativas)	137
CAPÍTULO 5	RESULTADOS	153
5.1.	Resultados entrevistas.	153
5.2.	Resultados grupos focales	155

5.3.	Resultados en común entre las herramientas aplicadas.....	160
5.4.	Esquema de resultados	161
CAPÍTULO 6	CONCLUSIONES	162
CAPÍTULO 7	SUGERENCIAS	165
CAPÍTULO 8	LIMITACIONES DEL ESTUDIO	169
CAPÍTULO 9	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definiciones de Responsabilidad Social.	26
Tabla 2. Definiciones de tipos de turismos.	31
Tabla 3. Herramientas de recolección de datos.	59
Tabla 4. Entrevistas personal municipal.	62
Tabla 5. Guía de entrevista personal municipal.	63
Tabla 6. Perfil participante.	65
Tabla 7. Participantes grupo focal.	66
Tabla 8. Reporte de sesión grupo personal municipal.	69
Tabla 9. Reporte de sesión grupo personajes claves de la comuna.	69
Tabla 10. Guía de tópicos grupo personal municipal.	70
Tabla 11. Guía de tópicos grupo personajes claves de la comuna.	72
Tabla 12. Producción según localidad.	85
Tabla 13. Hectáreas plantadas según especies.	87
Tabla 14. Producción apícola y vinícola de la zona.	88
Tabla 15. Criterios de evaluación de la situación actual de los atractivos turísticos. ...	93
Tabla 16. Identificación y evaluaciones recursos turísticos naturales.	94
Tabla 17. Identificación y evaluación recursos turísticos históricos.	95
Tabla 18. Identificación actividades turísticas y tipo de turismo.	96
Tabla 19. Identificación actividades turísticas y tipo de turismo.	97
Tabla 20. Distribución número de camas.	98
Tabla 21. Identificación, recorrido y frecuencia del transporte.	100
Tabla 22. Restaurant.	101

Tabla 23. Oferta gastronómica en fiestas.	104
Tabla 24. Identificación del comercio.	105
Tabla 25. Identificación de los servicios de apoyo.	107
Tabla 26. Identificación de instituciones públicas relacionadas.	109
Tabla 27. Identificación de mecanismos de financiamiento.	110
Tabla 28. Identificación de asesoría técnica.	113
Tabla 29. Identificación de proyectos.	115
Tabla 30. Identificación de capacitaciones realizadas año 2015.	117
Tabla 31. Identificación de herramientas de promoción turística.	118
Tabla 32. Lineamientos objetivos y descripción.	135
Tabla 33. Matriz 1, Lineamiento Conciencia Turística.	138
Tabla 34. Matriz 2, Lineamiento Capacitación Turística.	141
Tabla 35. Matriz 3, Lineamiento Inversión en equipamiento e infraestructura.	144
Tabla 36. Matriz 4, Lineamiento Promoción turística.	146
Tabla 37. Matriz 5, Lineamiento Medio Ambiente.	148
Tabla 38. Matriz 6, Lineamiento Fortalecimiento Institucional.	150
Tabla 39. Matriz 7, Lineamiento Oferta Turística.	152
Tabla 40. Datos concretos entrevista.	153
Tabla 41. Resultados entrevistas.	154
Tabla 42. Datos concretos grupo focal personal municipal.	155
Tabla 43. Datos concretos grupo focal personajes claves de la comuna.	156
Tabla 44. Resultados grupo focal personal municipal.	157
Tabla 45. Resultados grupo focal personajes claves.	158
Tabla 46. Resultados en común entre las herramientas aplicadas.	160

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Proceso de Planificación Estratégica.	21
Imagen 2: Propuesta de Modelo de Planificación Turística.	49
Imagen 3: Etapas básicas de un proceso de planificación en el enfoque de AGENDA 21. .	52
Imagen 4: Mapa base Comuna de Santa Juana.	78
Imagen 5: Población según género.	80
Imagen 6: CENSO población 2002.	81
Imagen 7: Mortalidad general ajustada a Santa Juana, Región del Bío-bío 2000-2010.	83
Imagen 8: Distribución geográfica alojamiento en la comuna.	99
Imagen 9: Distribución geográfica restaurant sector urbano.	103
Imagen 10: Distribución geográfica comercio urbano.	106
Imagen 11: Distribución geográfica urbana de servicios de apoyo.	108
Imagen 12: Distribución geográfica del origen del visitante.	123

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad de esta investigación es diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna de Santa Juana, el que ayudará en el proceso de planificación turística y asegurara la sustentabilidad de la industria.

El proceso de investigación se orientó a través del documento entregado por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) el año 2015, proponiendo algunas consideraciones de carácter metodológico, obteniendo como resultado, una planificación estructurada que orienta las acciones del sector. Para llegar a esa planificación turística, se consideraron diversos factos incluyentes dentro de la industria y se realizó un análisis pensando en ellos. Las herramientas que se utilizaron para la recolección de datos y poder generar el análisis de la situación actual se basaron principalmente en grupos focales, entrevistas al personal municipal e información secundaria. Luego, para el análisis de los datos obtenidos se aplicaron dos métodos reconocidos: el análisis FODA y el árbol de problemas; ambos métodos generan una evaluación distinta de la situación. Por último, la planificación de las propuestas se plasmó en una matriz de cuadro de mando integral edita a las necesidades de información y planificación de la municipalidad y la comuna, compuesta por los lineamientos de trabajo identificados.

Como resultado de la investigación, se pudo concluir que la Comuna de Santa Juana está en un proceso de crecimiento en el ámbito turístico donde, como sugerencia se propone generar nuevas propuestas de atractivos turísticos y así incrementar la demanda y llegada de los turistas, al mismo tiempo la inversión de privados.

ANTECEDENTES PRELIMINARES

1.1 Presentación

Trabajar por el desarrollo de una localidad es uno de los principales objetivos de las autoridades y el turismo es uno de los sectores industriales que ayuda a lograrlo. Generar políticas públicas tanto nacionales como regionales que fomenten y propongan un lineamiento de trabajo, y establezcan iniciativas que aseguren un turismo sustentable ayuda en el crecimiento o desarrollo de la comunidad y actúan como uno de los factores más influyentes al momento de fomentar el sector turístico.

A nivel local, generar una orientación y planificación relacionada a las acciones que se deberían plasmar en el sector, ayuda a proponer y establecer condiciones competitivas turísticas, como plasmar una identidad que logre un reconocimiento en la industria tanto regional, nacional y hasta internacional. Por eso, el siguiente estudio de investigación propone el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna de Santa Juana, elaborado con las orientaciones entregadas por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), el que propone una metodología de trabajo participativa, logrando así, un compromiso de todos los actores que influyen en la gestión y desarrollo del sector.

1.2 Justificación

Al visualizar el potencial atractivo que refleja la Comuna de Santa Juana en sus diversas actividades realizadas durante el año, sus características geográficas, su clima, cultura y tradiciones se puede inferir que para poder seguir los lineamientos turísticos reflejados en las propuestas entregadas por la municipalidad es importante generar estrategias planificadas y direccionar sus acciones para que ésta cumpla sus objetivos. Una de las formas donde la Municipalidad de Santa Juana pueda cumplir esos objetivos, es tener en consideración un Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) vigente donde se pueda reflejar el actual escenario al que se enfrenta la comuna. Uno de los grandes problemas identificados dentro del análisis general del sector turístico fue la no vigencia del PLADETUR.

Para poder confeccionar un PLADETUR es necesario analizar y estudiar la situación actual de la municipalidad y su comuna, los lineamientos entregados por SERNATUR y el Gobierno y establecer una relación directa entre los actores antes mencionados. Para ésta finalidad es imprescindible tener un rol participativo en la confección del plan, utilizando conocimientos y herramientas entregadas durante los años de estudio.

Al elaborar un PLADETUR a una municipalidad en específico es importante que ésta tome las consideraciones sugeridas en el documento. Una de las acciones que conduce al cumplimiento de éste fin, es dar a conocer al municipio y la comunidad el plan para poder fomentar el desarrollo turístico de la comuna y de esa forma generar una intervención directa al desarrollo social y económico de la zona.

1.3 Planteamiento del problema de investigación

En el último tiempo es fundamental para las municipalidades desarrollar la industria turística de su comuna, con el fin de crear un motor para el desarrollo local enfocando así sus acciones en generar una planificación que involucre el ámbito cultural, social, deportivo, de obras públicas, económicos, entre otros; dentro de los ámbitos antes mencionados se puede destacar el desarrollo económico como el más viable y sostenible, dando así la oportunidad a localidades pequeñas de generar empleos tanto directos como indirectos. Desde la perspectiva mencionada, es de suma importancia que cada municipalidad cuente con un Plan de Desarrollo Turístico que defina correctamente el accionar de cada una de las entidades involucradas en el fomento y desarrollo turístico de la comuna.

La Comuna de Santa Juana cuenta con atractivos naturales, culturales, accesibilidad, equipamientos, entre otros, que ayudan de una forma imprescindible al desarrollo turístico local, a pesar de lo anterior, se puede visualizar que en la comuna no existe una orientación definida, un trabajo colaborativo y una planificación de las estrategias a seguir, dejando de lado pilares fundamentales que pueden llevar a la sustentabilidad del rubro turístico al nivel local.

1.4 Preguntas de investigación

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

1.5 Objetivos

Objetivo General

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico de la Comuna de Santa Juana para el periodo 2016 – 2020, para generar nuevas propuestas y así aumentar el atractivo turístico de la comuna.

Objetivos Específicos

1. Elaborar un marco teórico que sustente la investigación y que permita conocer los conceptos relacionados con el turismo.
2. Conocer la metodología entregada por el SERNATUR a través del documento Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico, el que permite obtener la información necesaria básica requerida a través de diferentes herramientas de recolección de datos.
3. Sensibilizar a personajes claves de la industria turística de la comuna, interiorizándolos a través de grupos focales y entrevistas.
4. Realizar el diagnóstico de la situación actual de la comuna, a través de las herramientas de análisis.
5. Diseñar y elaborar matrices de acuerdo a cada lineamiento de trabajo, realizando sugerencias que involucren mejoras a la industria turística comunal.

1.6 Viabilidad

Para la investigación se cuenta con acceso a información de dominio público encontrándose en fuentes como INE, SERNATUR y SII, a través de los distintos servicios electrónicos y otras fuentes proveedoras de información tales como la Municipalidad de Santa Juana, donde se contactará al Sr. Gerald Arriagada Ormeño, Coordinador Oficina OMIL (Oficina Municipal de Información Laboral), con el fin de gestionar reuniones y entrevistas con los principales actores del turismo local.

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO

1.1. Conceptos Generales

El turismo como tema de estudio contempla el análisis de diversas materias que ayudan a tener una visión más amplia de cómo funciona el sistema y que aspectos son relevantes a la hora de planificar y tomar decisiones. Generar un plan donde su objetivo sea desarrollar el turismo en un periodo y territorio determinado ayuda a diversas instituciones en la gestión y administración de ésta. A continuación, como conceptos generales se abordarán las temáticas de planificación, estrategia, administración estratégica e investigación de mercado, los que se enmarcan dentro del contexto donde se desarrollará éste estudio.

1.1.1. Planificación

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

La Real Lengua Española, (2012) la define como “Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.” .

Robbins y Coulter, (2005) plantean que:

La planeación consiste en definir las metas de la organización, establecer una estrategia general para alcanzarlas y trazar planes exhaustivos para integrar y coordinar el trabajo de la organización. La planeación se ocupa tanto de los fines (qué hay que hacer) como de los medios (cómo hay que hacerlo).

Los académicos Rue y Byars, (2006) señalan que:

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

Por otra parte, José Ramón Gallardo, (2012) emplea el termino de planeación como: “el conjunto de técnicas que llevan una secuencia con la finalidad de lograr objetivos, evitar riesgos, medir avances y evitar dentro de lo posible las desviaciones”.

1.1.2. Planificación estratégica

Marianela Armijo, (2011) señala que:

La Planificación Estratégica, (PE), es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen. Desde un punto metodológico, la planificación estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción

para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la PE es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas.

Kotler, (1990) explica que la “Planificación Estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes del mercado”.

En DIPRES, (2003) señala que la Planificación Estratégica “es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias”.

David, (2003). Propone un proceso de Planificación Estratégica identificado en el esquema de la Imagen 1

Imagen 1: *Proceso de Planificación Estratégica.*



Fuente: Fred R. David, (2003). Conceptos de Administración Estratégica.

1. Definición de la Visión: respuesta a la pregunta ¿Qué queremos ser?; Formulación de la Misión: responde a la pregunta ¿Cuál es nuestro negocio? Y ¿Cómo lograremos nuestra visión?

2. Análisis de la situación actual con el Entorno Externo e Interno Clave (FODA)¹.
3. Análisis y formulación de las metas y objetivos estratégicos.
4. Implementación de Estrategias.
5. Control y Evaluación.

1.1.3. Estrategia²

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

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

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

¹ Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

² La palabra estrategia (Etimologías de Chile, 2009) deriva del griego Estrategia, del cual se descompone las palabras: Stratos traducido como ejército y Agein, que se traduce como conductor y guía, dando el significado primario que vendría siendo el arte de dirigir las operaciones militares.

1.1.4. Administración estratégica

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

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

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

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

Hernández, (2012) menciona que el concepto de administración estratégica tiene implicancia en 8 aspectos que se mencionan a continuación:

1. Planeación: Este concepto – que se ampliará más adelante – corresponde a la primera fase de la administración estratégica, en el que se plantean las misiones y objetivos de la organización para determinar las políticas, proyectos programas, entre otros.
2. Organización: Determina qué tareas se deben hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.
3. Dirección: Es la acción de influir en otro individuos, para que contribuyan voluntariamente al cumplimiento de las metas de la organización.
4. Control: Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional, para garantizar que las acciones se apeguen a los planes.

5. Uso de recursos: Es la utilización de los distintos tipos de recursos que dispone la organización, ya sean financieros, humanos, de información o materiales.
6. Actividades de trabajo: Son el conjunto de operaciones que se deben realizar en la organización y que, al igual que los recursos, son indispensables para la consecución de los objetivos.
7. Logro de objetivos o metas de la organización: Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar la utilización de recursos y la realización de actividades, teniendo en cuenta el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización.
8. Eficiencia y eficacia: La eficacia se definirá como el cumplimiento de los objetivos; mientras que, la eficiencia se referirá a la capacidad de optimizar los recursos.

1.1.5. Responsabilidad social

Una de las variables que más ha evolucionado y tomado mayor protagonismo en estos últimos años, no sólo en el ámbito empresarial sino también en la comunidad y el Sector Público, es la Responsabilidad Social. En la actualidad, la responsabilidad social implica lograr la participación de la empresa en la comunidad, es un precio que se encuentra en la mente de cada persona, a la cual le permite reflexionar, organizar, orientar y juzgar las consecuencias que sus propios actos ocasionan ante la sociedad. Podríamos decir en pocas palabras que la responsabilidad social empresarial mira a las organizaciones cumpliendo una ocupación no necesariamente monetaria, sino también social.

La norma ISO 26000, (2010) señala que la responsabilidad social es la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;

- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.

Existen numerosos acercamientos teóricos a ella. Sheldon Berman, (1997) la define como "la inversión personal en el bienestar de otros y del planeta". Más adelante agrega:

“La responsabilidad social ayuda a los jóvenes a comprender que sus vidas están íntimamente conectadas con el bienestar de otros, con el mundo social y político que está alrededor de ellos. Y esto se manifiesta en la forma como vivimos con los otros y tratamos a los otros.”

Por otra parte, se plantea que:

La participación de los jóvenes en la solución de problemas sociales tiene el potencial de promover el desarrollo de la identidad personal y colectiva. Desde este punto de vista, el desarrollo de la identidad requiere entrar en la historia, adoptando una ideología que conecte a la juventud con otras generaciones, le dé sentido a la experiencia presente y provea esperanza hacia el futuro. (Youniss, 1997).

A partir de estos planteamientos se puede afirmar que actitudes tales como el respeto, la empatía, la ética y el trabajo solidario son factores que contribuyen a la formación de la civilidad y a la construcción de una comunidad nacional.

La Responsabilidad Social (RSE) es una integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores. (La Comisión Europea, 2012).

La Comisión Europea (2012) señala otras definiciones sobre la RSE que se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 1.

Definiciones de Responsabilidad Social.

Año	Autor	Definición
2012	World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).	“La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.
2012	Prince of Wales Business Leaders Forum (PWBLF).	“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.
2012	Business for Social Responsibility (BSR).	“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.
2012	Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social.	"La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".

Año	Autor	Definición
2012	Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas.	“La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.

Fuente: Elaboración propia.

1.1.6. Investigación de mercado

La investigación de mercado es una de las funciones de la mercadotecnia que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas con la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, dando a conocer qué necesidades o deseos existen en un determinado mercado, quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, cuáles son sus características (qué hacen, dónde compran, porqué, dónde están localizados, cuáles son sus ingresos, etc.), cuál es su grado de predisposición para satisfacer sus necesidades o deseos, entre otros.

A lo largo de la historia académicos han desarrollado una serie de definiciones y conceptos, con el fin de tener una idea más clara sobre la investigación de mercado.

La investigación de mercado es "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia". (Naresh, 1997).

Otro autor define la investigación de mercado como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa". (Kotler P. , 2002).

La investigación de mercado es "una recopilación sistemática, registro, análisis y distribución de datos e información sobre los problemas y oportunidades de mercadotecnia". (Sandhusen, 2002).

Otro autor dice que la investigación de mercado "tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes". (Chisnall, 1996).

1.2. Turismo

Contemplar una serie de aspectos relacionados al turismo y saber cómo éstos ayudan a la creación de un Plan de Desarrollo Turístico trae consigo poder conocer más a fondo la industria, como es, cuáles son sus aspectos y lineamientos fundamentales, cual es la visión futura y cómo ésta influye dentro de la investigación. A continuación, se verán conceptos y aspectos que ayudaran a visualizar al turismo de una forma más global, observando que es turismo y que tipos de turismos existen, como influye el marketing en él, que rol cumple la Organización Mundial de Turismo y cuál es la línea de trabajo que está generando el Gobierno de Chile con respecto al tema.

1.2.1. Definición de turismo

Según la Organización Mundial de Turismo, (2008) el turismo es:

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

El turismo se define como “Actividad o hecho de viajar por placer”; desde otra perspectiva también lo señala como “Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes”. (Real Academia Española, 2014).

En las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, (2008) se identifica al turismo como el fenómeno impulsado por la demanda, hace referencia a las actividades de los visitantes y a su papel en la adquisición de bienes y servicios. También la considera desde

la perspectiva de la oferta, en cuyo caso el turismo se entenderá como un conjunto de actividades productivas concebidas para atender fundamentalmente a los visitantes³.

1.2.2. Tipos de turismo

Para poder crear políticas comerciales, promocionales y de programación es necesario identificar los diversos tipos de turismos, el Glosario de Turismo, (2008) identifica y establece las siguientes distinciones o tipos de turismo:

- **Turismo Interno o Doméstico:** Son los visitantes residentes en el país que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un período menor a un año y cuyo propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, entre otros.
- **Turismo Receptivo o de Entrada:** Son los visitantes de otras naciones que se desplazan a un país en su calidad de no residentes, por un período menor a un año por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros.
- **Turismo Emisivo o de Salida:** Son los visitantes residentes que se desplazan a otros países, por un tiempo inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar de destino, cambiar de residencia, buscar trabajo, etc.

Los tres tipos de turismo mencionados son excluyentes entre sí, sin embargo, al combinarse dan origen a otras formas de turismo, como lo son:

- **Turismo Interior:** Este concepto comprende el turismo interno y el receptivo (de entrada), es decir, a los individuos que viajan dentro del país en el que se genera el estudio, sin importar su lugar de residencia.

³Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado.

- **Turismo Nacional:** Resulta de la conjunción del turismo interno más el emisivo (de salida), y se refiere a los residentes del país en el que se realiza la compilación, sin distinguir el destino de su viaje.
- **Turismo Internacional:** Está constituido por la adición del turismo que viaja al exterior (emisivo o de salida) y el que procede del extranjero (receptor o de entrada).

Desde otra perspectiva y orientado al desarrollo turístico que se ha generado en la Comuna de Santa Juana se pueden especificar diversos tipos de turismo, los cuales se asocian a la caracterización natural, cultural e histórica. Los tipos de turismo que se pueden identificar son los siguientes:

Tabla 2.

Definiciones de tipos de turismo.

Tipo de turismo	Fuente	Definición
Agroturismo o turismo de granja.	Organización Mundial de Turismo.	Actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones) que complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando por lo general, alojamientos, comidas y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.
Ecoturismo.	The Ecotourism Society.	Un turismo responsable hacia áreas naturales que protege el entorno y provee bienestar a la población local.

Tipo de turismo	Fuente		Definición
	Organización Mundial de Turismo.		Una forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional.
Turismo aventura.	SERNATUR.		Un tipo de turismo efectuado por personas que realizan actividades turísticas en contacto con la naturaleza con un riesgo controlado, cuya característica más notable es el uso de servicios turísticos no tradicionales.
	Organización Mundial de Turismo.		Actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo.
Turismo cultural.	SERNATUR.		Aquel en que la principal motivación es conocer aspectos de la cultura (costumbres; arquitectura; manifestaciones artísticas; gastronomía; etc.) de los antiguos y/o actuales habitantes del lugar visitado.

Fuente: Elaboración propia.

1.2.3. Marketing turístico

El marketing es una materia fundamental para el éxito de cualquier organización o actividad que genere una relación directa con las personas, como tal, el marketing ayuda a identificar las necesidades reales y así generar cambios concretos en lo que respecta al turismo.

Para la industria turística se ha creado el concepto de marketing turístico, que según Krippendorf, (1971) el marketing turístico es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de quienes emprenden negocios turísticos, públicos o privados, a escalas locales, regionales, nacionales e internacionales, para satisfacer de forma óptima algún segmento de clientes.

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

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

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

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

1.2.4. Organización Mundial del Turismo

Las Naciones Unidas cuenta con un organismo encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, tal organismo se llama Organización Mundial del Turismo (OMT), que vela “por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas”. (World Tourism Organization, 2016).

En la actualidad, entre los miembros que conforman la OMT figuran 157 países, 6 miembros asociados y más de 480 que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades locales; fomentando entre ellas la “aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo” con el fin de:

Maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo.

1.2.5. Turismo 2020

En el documento publicado por el Gobierno denominado Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, (2012) se señalan las declaraciones estratégicas mencionadas a continuación:

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

Uno de los pilares más importantes es poder determinar los objetivos del sector turístico a nivel nacional, el documento identifica los siguientes objetivos:

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

El documento también señala que para poder lograr los objetivos antes descritos es necesario enfocar las acciones en 5 pilares:

1. Promoción.
2. Sustentabilidad.
3. Inteligencia de Mercado.
4. Inversión y competitividad.
5. Calidad.

1.2.6. Turismo en Chile

En la actualidad Chile posee el desierto más árido del mundo, 6.435 km de costa⁴, 15.790 lagos y lagunas⁵, 24.093 glaciares⁶, 270+ termas⁷, 139 volcanes activos⁸, 1509 cumbres sobre 4.000 metros⁹, 3.094 islas e islotes¹⁰, cinco patrimonios de la humanidad y un gran énfasis en desarrollar el turismo aventura a nivel nacional.

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en conjunto con SERNATUR cada año confeccionan un informe analizando los datos y cifras de la situación turística de Chile, entre los extractos que se destacan son:

- Dentro del año 2013 el país: “tuvo un ingreso de divisas de US\$ 2.581,1 millones, generado por el gasto que realizaron los visitantes extranjeros en nuestro país, cifra que incluye un desembolso de US\$ 2.133,6 millones realizado por turistas, US\$35,1 millones por excursionistas y US\$ 412,4 millones generados por transporte internacional”.
- En cuanto a las exportaciones más relevantes del país es posible señalar: “que los ingresos de divisas por turismo receptivo representan el 5,9% de los ingresos por exportaciones de minería; el 47,4% de los productos químicos; el 54,5% del sector frutícola, el 71,5% de celulosa, papel y otros, el 92,3% en productos metálicos, maquinaria y equipo, y el 93,1% en salmón; superando en un 30,6% a los ingresos por exportaciones de vino y en un 13,6% a los productos forestales y muebles de madera”.
- Con respecto al aporte del turismo en sí se puede mencionar que: “representó el 3,4% del total de las exportaciones de bienes, el 20,2% del total de las exportaciones

⁴ Fuente: Instituto Geográfico Militar de Chile.

⁵ Fuente: Dirección General de Aguas.

⁶ Fuente: Dirección General de Aguas.

⁷ Fuente: Asociación Gremial de Termas de Chile.

⁸ Fuente: “Chile Tierra de Volcanes”.

⁹ Fuente: Instituto Geográfico Militar de Chile.

¹⁰ Servicio Hidrográfico y Oceanográfico de la Armada de Chile.

de servicios y el 2,9% del total de las exportaciones de bienes y servicios de la economía”.

1.2.7. Política Regional del Turismo

La institución que impulsa la formulación e implementación de las políticas en el país es la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, las policías públicas a nivel nacional constituyen una respuesta a situaciones que han sido identificadas como problemas relevantes en la realidad y que expresan el mandato o voluntad de la autoridad de gobierno.

De acuerdo a lo mencionado en la Política Regional de Turismo para la Región del Bío-bío, (2010) las políticas públicas:

Existen siempre y cuando instituciones estatales asuman total o parcialmente la tarea de alcanzar ciertos objetivos, a partir de determinados instrumentos y la asignación de los recursos correspondientes. Las políticas públicas pueden estar formuladas de modo explícito o implícito. Son deducibles de los objetivos, programas, planes y asignación de presupuesto o agendas de un gobierno.

El documento de la misma forma señala que la política:

Se enmarca dentro del proceso de transferencia de competencias de planificación regional que, a partir de octubre de 2007, asignó a los gobiernos regionales la responsabilidad directa en la formulación de la Estrategia de Desarrollo Regional y de las Políticas Públicas Regionales. Este ha sido un proceso paulatino que comienza a generarse a partir de la creación de la División de Planificación y Desarrollo Regional (DIPLADE), partiendo por las competencias de carácter más estratégico, como son las competencias de planificación regional y ordenamiento territorial, para posteriormente definir un procedimiento estandarizado para la solicitud de nuevas competencias.

Al identificar el Gobierno Regional el turismo como un sector de desarrollo prioritario, la política creada ayuda como instrumento operativo que establece las acciones de gobierno

necesarias para el desarrollo de la industria, la política debe orientar estratégicamente la toma de decisiones y potenciar la acción pública.

La política de turismo contiene los siguientes contenidos:

- Diagnóstico, basado en la recopilación, sistematización y validación de la información del sector turístico.
- Análisis estratégico de la Problemática que limita el desarrollo del turismo en la Región del Bío-bío.
- Propuesta de Objetivos que debiera tener la Política Pública de Turismo de la Región del Bío-bío.
- Definición de indicadores para medir el grado de avance de los componentes de la política propuesta.
- Proponer un sistema de información para orientar la toma de decisiones y medir la incidencia de la actividad turística en la economía regional.
- Proponer un modelo de intervención intersectorial - liderado por el GORE - para el desarrollo del sector turístico Regional.
- Difusión de la propuesta para la aprobación técnica por parte del CORE.

1.3. Desarrollo y turismo

Uno de los principales objetivos que tiene la práctica del turismo es potenciar el desarrollo local. En los últimos años, las localidades que se catalogan como en vías de desarrollo o no desarrolladas intentan potenciar éste sector económico para que, de esa forma, sea una de las actividades con mayor fuente de riqueza. A continuación, se abordarán temas como el desarrollo económico local y el turismo como motor de desarrollo local.

1.3.1. Desarrollo económico local

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2001) define el desarrollo económico local como:

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

Por otra parte, Carrasco, (2009) indica que:

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

aspectos económicos; en el ámbito regional se complementan con las estrategias de Desarrollo Local y encuentra sinergias para su realización y sostenibilidad.

1.3.2. Turismo como motor de desarrollo local

El turismo tiene un rol importante en el crecimiento económico, Arriagada & Saavedra (1996) señala que el turismo actúa como generador de:

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

Además Haider, Kotler & Rein, (1994) agregan dos elementos:

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

La Organización Mundial de Turismo (2010) señala que:

El turismo, en muchos países en desarrollo y menos adelantados, es la opción de desarrollo económico más viable y sostenible. Si el turismo se gestiona centrándose prioritariamente en la atenuación de la pobreza, puede beneficiar directamente a los grupos más pobres mediante el empleo de la población local en empresas turísticas, el

suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza.

Desde otra perspectiva, el turismo cuenta con desventajas relacionadas con la estacionalidad, imprevisibilidad y fluctuaciones de la demanda, lo anterior se debe a que influyen factores económicos, sociales y ambientales.

1.4. Planificación turística

Toda actividad que se desea prolongar de una forma más ordenada y cumpliendo sus objetivos planteados con anterioridad es primordial generar una planificación y tomar en cuenta todo su sistema que está vinculado con esa actividad y ese propósito. A continuación, se plantearán conceptos y temas relacionados al turismo y como éstos influyen en él. Entre los temas se destacan la gestión de un destino turístico, el rol y participación del sector público, el análisis de documentos como un PLADECO y PLADETUR.

1.4.1. Definición de destino turístico

Se puede afirmar que con una adecuada propuesta de valor cualquier territorio puede alcanzar un potencial turístico. Sin embargo, la realidad muestra que sólo algunos lugares específicos del territorio, cuentan con las condiciones de oferta (atractivos, servicios, equipamiento, accesibilidad, entre otras) para atraer al mercado, sea nacional o internacional. A este tipo de espacios se les denomina destino turístico.

La Organización Mundial del Turismo, (2008) identificó con la ayuda de expertos los siguientes requisitos básicos para definir destino turístico:

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

1.4.2. Gestión de un destino turístico

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

SERNATUR, (2008) explica la razón por la cual se deben gestionar los destinos turísticos:

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

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

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

1.4.3. Sector público en el turismo

La participación del Estado en actividades privadas ha sido tema de discrepancias políticas. Teóricos y académicos han planteado las formas que debería adoptar el sector público en la sociedad. De ahí surgen diversas situaciones, siendo las más conocidas aquellas que conceden

un papel preponderante al Estado y aquellas que reducen o anulan, dicho papel en las actividades económicas del país.

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

El Estado actúa bajo directrices de políticas públicas, la Fundación Interamericana, (2009) define ésta última como:

Un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, adelantado por autoridades públicas con la participación eventual de los particulares, y encaminado a solucionar o prevenir una situación definida como problemática. La política pública hace parte de un ambiente determinado del cual se nutre y al cual pretende modificar o mantener.

1.4.4. Participación del sector público en el turismo chileno

En Chile, las entidades encargadas del turismo tienen facultades, atribuciones e instrumentos que permiten la coordinación de los diferentes actores, con el fin de alcanzar estándares que impulsen un mejor desarrollo del turismo. El organismo por excelencia en esta materia es el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR).

SERNATUR¹¹ se define como:

Un Organismo Público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo. (SERNATUR, 2010).

También, establece su misión como:

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

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

¹¹ Éste organismo se rige por el Decreto Ley N°1.224 del 22 de Octubre de 1975.

1.4.5. PLADECO

Estudiar un Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO) en la confección de un PLADETUR es fundamental, el PLADECO entrega los lineamientos generales del plan, de cómo las actividades turísticas se complementan con los objetivos de otros sectores de trabajo de un municipio y de cómo la situación comunal actual influye dentro de la estructura de trabajo de un plan.

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

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

En el trabajo de analizar el PLADECO de la Comuna de Santa Juana es importante conocer los lineamientos generales de éste y el cómo será el trabajo con respecto al turismo en un ámbito más generalizado. Con respecto al desarrollo del sector turístico, el último PLADECO, (2012) diseñado en la municipalidad menciona que:

La Comuna de Santa Juana ha considerado a la actividad turística como una oportunidad para generar desarrollo económico local, considerando elementos favorables como la cercanía con grandes centros urbanos, como Concepción y Talcahuano, la existencia de atractivos naturales e históricos, la identidad campesina de la comuna, entre otros. De esta forma se ha logrado posicionar una serie de eventos turísticos, los cuales dinamizan la economía de la comuna, siendo beneficiosos no sólo para los expositores de cada una de las ferias costumbristas, sino que también para el comercio en general. A su vez, es necesario destacar la existencia de zonas de camping

y piscinas, ubicadas en el sector de Río Lía, las cuales atraen gran cantidad de visitantes durante la temporada de verano. Sumado a lo anterior, se está desarrollando un nuevo atractivo, mediante la conformación de la Ruta Gastronómica de Santa Juana “Sabor y Tradición”, a través de la cual los restaurantes de la comuna generan una oferta gastronómica asociada a la comida tradicional chilena.

En el sentido turístico, se tiene por objetivo generar una oferta turística dirigida a los habitantes de ciudades cercanas, quienes, a 45 minutos de Concepción, se encuentren con la tradición campesina, mediante eventos costumbristas, una oferta gastronómica asociada a la comida chilena, camping y piscinas, y una comuna agradable de visitar, esto se puede lograr mediante los lineamientos establecidos previamente en el PLADECO.

Los elementos que se consideran para poder desarrollar o transformar a Santa Juana en un destino turístico son los siguientes:

- Fortalecer los eventos turísticos actuales y generar otros nuevos.
- Favorecer el desarrollo de servicios turísticos, principalmente alojamiento turístico, el cual en la actualidad es muy escaso.
- Posicionar una oferta gastronómica asociada a la comida tradicional chilena, a través del fortalecimiento de la Ruta Gastronómica denominada Santa Juana “Sabor y Tradición”.
- Incentivar el aumento de la oferta de camping y piscinas, apoyando la consolidación de las alternativas existentes y el surgimiento de otras.

1.4.6. PLADETUR

Las Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico, (2015) define al Plan de Desarrollo Turístico como un “documento técnico que sirve para conducir, de manera efectiva y ordenada, una comuna hacia los objetivos turísticos propuestos por diferentes actores sociales”.

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

Lograr que los municipios incorporen la actividad turística dentro de su gestión anual como un tema relevante, comprendiendo que el fortalecimiento y desarrollo de esta actividad se logra cuando se hace en forma sistemática y asociativa, ya que toda acción que se emprenda a nivel local puede tener implicancia a nivel regional y nacional. (Servicio Nacional de Turismo, 2010).

SERNATUR a través de las facultades otorgadas por la legislación vigente, pretende integrar a las autoridades comunales en el proceso de desarrollo turístico, por medio de una planificación estratégica que fomente y sostenga la actividad en el tiempo. Para ello, la institución ha elaborado un documento denominado Orientaciones estandarizadas para la creación de un Plan de Desarrollo Turístico, (2015) cuya función es “entregar algunas consideraciones de carácter metodológico que pueden ser aplicadas en la preparación de instrumentos de planificación turística a nivel local, desde una perspectiva que reconoce en el municipio un actor determinante en el crecimiento y desarrollo de un destino turístico”.

Imagen 2: Propuesta de Modelo de Planificación Turística.



Fuente: SERNATUR, (Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico, 2015).

1.4.7. Orientaciones para el diseño de planes de desarrollo turístico

La AGENDA 21¹², (2015) identificó las etapas básicas de un proceso de planificación, éste método aborda la planificación turística desde una perspectiva integral y de carácter participativo (de “abajo hacia arriba”), que sea el equivalente a una “carta de navegación” para las autoridades y un marco de referencia para la comunidad y empresarios involucrados en el sector turismo. Las siguientes etapas sintetizan este proceso:

- **Etapas 1.**

Asociación de grupos locales: corresponde la creación de una estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico, lo que conduce a establecer una visión compartida (comunitaria) acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística.

¹² Agenda 21, es una iniciativa pionera, implementada por una institución de sociedad civil: la Agrupación Eco-Región Los Lagos Sustentable, entidad que trabaja desde el año 2002 como respuesta al desafío que nos plantea el Desarrollo Sustentable: equilibrar las dimensiones económicas, social y ambiental, mediante un proceso.

▪ **Etapa 2.**

Análisis de temas claves para la comunidad: Una vez creada la estructura organizativa, será necesario iniciar un proceso de análisis con los actores locales involucrados en el sector turismo, por cuanto las decisiones municipales tendrán mayor posibilidad de éxito si responden a las expectativas e intereses de los residentes y de los usuarios de los servicios turísticos.

▪ **Etapa 3.**

Planificación para la acción: En esta etapa, se formulará el plan propiamente tal, lo que implica:

- Definir objetivos específicos para el sector turismo, en función de una imagen o visión de futuro previamente establecida;
- Plantearse metas y acciones específicas a lograr en un determinado plazo; y
- Especificar las estrategias y los compromisos de los diferentes interesados en trabajar en forma asociada.

▪ **Etapa 4.**

Implementación y Seguimiento: En esta etapa el municipio diseñará y definirá los procedimientos administrativos que permitan una gestión asociativa con los actores locales, lo que implica establecer acuerdos para delimitar responsabilidades para la ejecución de los programas y proyectos que corresponderá impulsar y financiar a cada una de las partes.

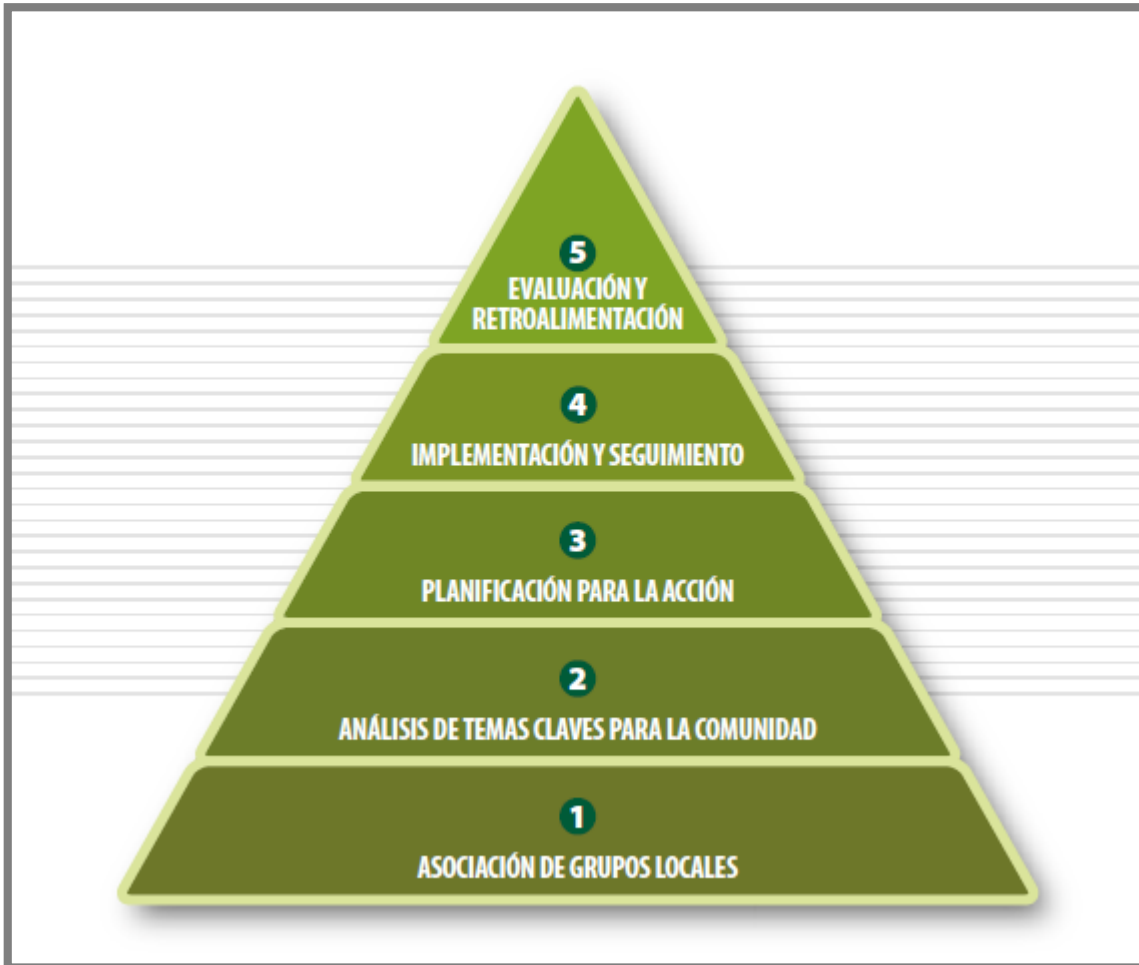
El seguimiento implica también el diseño de métodos de registro sistemático de las actividades realizadas y sus efectos, de tal forma de contar con información oportuna para readecuar, si es necesario, las estrategias de acción.

- **Etapas 5.**

Evaluación y retroalimentación: Finalmente, la evaluación permitirá analizar el grado de cumplimiento de las metas, así como determinar el impacto de cada una de las decisiones (Ejemplo, resultados de las campañas promocionales).

Esta información será imprescindible para proponer modificaciones o para reorientar la asignación de recursos, y en el caso que “el plan no logre corregir los problemas, ni satisfacer las necesidades que han sido priorizadas, entonces el sistema de retroalimentación debe dar paso a una planificación o acción subsiguiente.

Imagen 3: *Etapas básicas de un proceso de planificación en el enfoque de AGENDA 21.*



Fuente: SERNATUR, (Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico, 2015).

1.5. Relación Marco Legal

La regularización y creación de instrumentos que ayudan a enmarcar el desarrollo de un tema tan importante como el turismo para un país como Chile es muy significativo, la instauración de la Ley de Turismo y cómo influye ésta en su desarrollo es algo que se debe analizar y que se verá a continuación.

1.5.1. Ley de turismo

Dentro del marco legal del ámbito del turismo existe la Ley 20.423 de Turismo (2010), que señala en su Artículo 1 que “La presente ley tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales”. La Ley de la misma forma otorga a la institucionalidad pública, herramientas para generar estrategias y acciones que permitan consolidar el turismo como un pilar de desarrollo económico de Chile en el mediano y largo plazo. Para ello, la ley aborda el propósito de la Política Nacional de Turismo y el plan estratégico en base a los siguientes puntos:

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

CAPITULO 2 METODOLOGÍA

Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio, (2010) definen la investigación como un “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno”; acorde a tal definición y como proceso de investigación es importante generar una pauta de metodología que oriente el estudio.

A continuación, se desarrollará el capítulo de metodología acorde al estudio para diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la Comuna de Santa Juana.

2.1. Tipo de investigación

Cada investigación, de acuerdo a sus características y su fin, tiene un enfoque determinado, estos enfoques pueden ser tanto cuantitativo, cualitativo y mixto. El enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”; mientras que el enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”; y el enfoque mixto genera una combinación de ambos enfoques.

Un Plan de Desarrollo Turístico Comunal impulsa a nivel local la planificación de diversas actividades turísticas que aseguren su sustentabilidad y en base a ésta teoría y el cómo se genera y diseña el plan se puede definir el enfoque de ésta investigación como cualitativo.

2.2. Proceso de investigación cualitativa

2.2.1. Paso 1: El inicio de la investigación, el tema y la idea

Toda investigación se inicia a través de ideas que quieren solucionar problemas, aportar conocimiento o generar interrogantes; las ideas con un enfoque cualitativo representan su primer acercamiento a una realidad subjetiva que contempla en éste caso un estudio para la confección de un PLADETUR para la Comuna de Santa Juana.

Las ideas de investigación se pueden generar a través de diversas fuentes como las experiencias individuales, materiales escritos, materiales audiovisuales, información disponible en internet, entre otras. La idea de investigación de confeccionar un PLADETUR surge por la necesidad de realizar un proyecto de título acorde a las necesidades de desarrollo del estudiante, las fuentes se orientan en la observación de la inexistencia de un PLADETUR comunal, en conversaciones y búsqueda de información en internet.

Al inicio de una investigación las ideas son vagas y requieren un estudio profundo para que se transformen en planteamientos más precisos y estructurados, esto es, familiarizarse con el campo de conocimiento donde se ubica la idea. La idea inicial contempla solo un objetivo, generar un PLADETUR para la Comuna de Santa Juana, dando paso a un estudio más acabado relacionado al tema, es así como se puede definir que contiene el plan, cuáles son sus áreas, instituciones, sujetos involucrados y lo más importante, cual es la información necesaria del estudio en cuestión. Uno de los documentos estudiados y analizados que más ayuda al diseño de un PLADETUR es el que publicó en marzo del 2015 Don Humberto Rivas Ortega denominado “Orientaciones para el Diseño de Planes de Desarrollo Turístico”. El documento plantea un análisis acorde a una estructura que propone algunas consideraciones de carácter metodológico, la estructura se divide en 5 etapas básicas conforme al proceso de planificación, éstas son:

- Asociación de Grupos Locales.
- Análisis de Temas Claves para la Comunidad.
- Planificación para la Acción.
- Implementación y Seguimiento.
- Evaluación y Retroalimentación.

Todo proceso de investigación tiene que visualizar su perspectiva principal o fundamental, en éste caso, al saber que diseñar un PLADATUR para una comuna ayuda a solucionar un problema que abarca distintas áreas tanto sociales, culturales y económicas, podemos inferir que la perspectiva principal es generar una planificación de las acciones que deben tomar los actores que se involucran directamente con el tema y así poder cumplir el objetivo general de la municipalidad, el que se enfoca en que la comuna sea un atractivo turístico potenciado.

2.2.2. Paso 2: Inicio del Proceso Cualitativo: Planteamiento del Problema, Revisión de la Literatura, Surgimiento de las Hipótesis e Inmersión en el Campo

▪ Planteamiento del problema.

Después de generar la idea es necesario crear un planteamiento del problema de investigación con el fin de conocer con mayor profundidad el tema en estudio, el planteamiento suele incluir:

- La definición de los objetivos.
- Las preguntas de investigación.
- La justificación y la viabilidad.
- Una exploración de las deficiencias en el conocimiento del problema.
- La definición inicial del ambiente o contexto.

Los planteamientos cualitativos se caracterizan por ser:

- Abiertos.
- Expansivos, que paulatinamente se van enfocando en conceptos relevantes de acuerdo con la evolución del estudio.
- No direccionados en su inicio.
- Fundamentados en la experiencia e intuición.
- Se aplican a un menor número de casos.
- El entendimiento del fenómeno es en todas sus dimensiones, internas y externas, pasadas y presentes.
- Se orientan a aprender de experiencias y puntos de vista de los individuos, valorar procesos y generar teorías fundamentadas en las perspectivas de los participantes.

▪ **Revisión de la literatura.**

Otro aspecto importante para iniciar un proceso de investigación cualitativa es la revisión de la literatura con el objetivo de apoyar y consultar, esto es, poder detectar conceptos claves, nutrirnos de ideas, tener en mente los errores de otras investigaciones, conocer otras maneras de pensar y abordar el tema, profundizar las interpretaciones, entre otras. Es preciso mencionar que la cantidad de la literatura citada al inicio del estudio no es muy extensa, para que no obstaculice el análisis de los datos e información entregada por los participantes.

En el diseño del plan se utilizará literatura referente al turismo, con el fin de implementar conocimientos, experiencias y diversos puntos de vista para abordar de mejor la forma la investigación.

▪ **Surgimiento de la hipótesis.**

Las hipótesis en un trabajo de tipo cualitativo y se caracterizan por ser generales, emergentes, flexibles, contextuales, y se afinan conforme a la investigación, por lo que se plantea una hipótesis de acuerdo a los razonamientos de la investigación, en este caso, se irá

creando respecto a los resultados, perspectivas e intereses de los involucrados en la investigación y diseño del PLADETUR.

- **Inmersión en el campo.**

Definir el ambiente depende y se desarrolla durante la investigación, en el caso del estudio el ambiente o campo de investigación se delimita en un inicio en la Ilustre Municipalidad de Santa Juana y entidades influyentes en la industria del turismo a nivel local.

2.2.3. Paso 3: Muestreo en la Investigación cualitativa.

Después de generar un planteamiento y conocimiento más amplio del tema en estudio es necesario determinar la muestra inicial de la investigación, en el proceso cualitativo la muestra se define como un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. Lo importante de la muestra en una investigación cualitativa es la profundidad de la investigación, por eso se busca un tamaño adecuado de la muestra y no un n elevado que no entrega la información que se busca.

Para determinar la muestra es importante analizar tres factores que ayudan a generar una investigación más adecuada, estos factores son:

- Capacidad operativa de recolección y análisis, eso es, el número de casos que podemos manejar con respecto a los recursos disponibles en la investigación.
- El entendimiento del fenómeno, se refiere a establecer cuál es el número de casos que nos permite responder las preguntas de investigación.
- La naturaleza del fenómeno bajo análisis.

En un proceso de investigación cualitativa existe la posibilidad de la reformulación de la muestra, esto significa que la muestra inicial es distinta a la final porque se pueden agregar

casos de estudio que no se habían contemplado y que son importantes, también se puede dar la exclusión de algunos.

Al analizar la información básica que se requiere del diagnóstico para el diseño de un PLADETUR y los factores antes mencionados que ayudan a determinar la muestra de una investigación, se puede contemplar la siguiente muestra inicial de acuerdo a las herramientas que se utilizarán en la recolección de datos y las necesidades del estudio.

Tabla 3.

Herramientas de recolección de datos.

Herramientas para la recolección de datos	Tamaño de la muestra
Grupos focales.	<ul style="list-style-type: none"> - Grupo focal Municipal: Participación de 10 directivos. - Grupo focal Personajes claves de la Comuna: 15 personajes claves.
Entrevistas.	- Se realizarán 7 entrevistas al personal municipal de acuerdo a las necesidades del estudio.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.4. Paso 4: Recolección y análisis de los datos cualitativos

Después de definir la muestra de la investigación es necesario determinar y planificar las herramientas a utilizar para la recolección de datos. Para un estudio con enfoque cualitativo es importante tener en cuenta que se obtienen datos de personas, de contextos o situaciones, entre otras. La interpretación de los datos obtenidos se basan principalmente en el análisis y en la

compresión de estos, dando así un enfoque más subjetivo de la realidad con el fin relacionarlos con el planteamiento del problema.

Al momento de recolectar la información el investigador toma un papel muy participativo, el que debe ser muy flexible e intentar adoptar un rol más interactivo y personal con los participantes; como investigador se debe tener una perspectiva interna y externa del tema; al darse momentos y situación de complicidad e interacción constante con los participantes se deben generar lazos de amistad, pero sin influir en las opiniones que entregan y siempre dando paso a generar una reflexión sobre el tema investigado.

Existen distintos tipos de herramientas que facilitan la recolección de datos y cada una de ellas cuenta con características acorde a cada necesidad. Entre las herramientas más utilizadas encontramos la observación, las entrevistas, sesiones de profundidad o grupos de enfoque, documentos, registros, materiales y artefactos, biografías o historias de vida.

En el caso práctico actual y al analizar en profundidad el tipo de información que se requiere para un diagnóstico de un PLADETUR y su diseño, se concluye que se podrán utilizar tres herramientas de recolección de datos, éstas serán las entrevistas, sesiones de profundidad o grupos de enfoque y los documentos, registros, materiales y artefactos. A continuación, se mostrará la planificación de cada una de ellas acorde a sus características y objetivos.

- **Entrevistas.**

Las entrevistas se caracterizan por la aplicación de un cuestionario en un escenario más íntimo, flexible y abierto; participa un encuestador y uno o varios encuestados, dependiendo de cada situación. A través de las entrevistas se intenta lograr una comunicación y construcción conjunta de significados respecto a la investigación.

Las estructuras de las entrevistas generan diversos enfoques, esto es, que las entrevistas pueden ser estructuradas, semiestructuradas o abiertas. Cada enfoque depende de la necesidad, del tipo de información y de la interacción que se quiere generar con el entrevistado.

La entrevista, como toda herramienta de recolección de datos, posee características que ayudan a estructurarla y a contextualizarla de acuerdo a cada situación, a continuación, se darán a conocer las más importantes e influyentes:

- El inicio y final de la entrevista es flexible y se adapta a cada situación enfrentada.
- Las preguntas y el orden de éstas se adecuan a la interacción con los participantes.
- El lenguaje se adecua al entrevistado.
- Con el fin de obtener perspectivas, experiencias y opiniones detalladas es necesario que las preguntas sean abiertas y neutrales.

En una entrevista, las preguntas contemplan la mayor importancia, esto se da a que a base de estas se direcciona la entrevista. Existen cuatro tipos de preguntas que se pueden confeccionar y estas dependerán del tipo de información que se necesita, del contexto y la finalidad de la entrevista. A continuación, se especificará cada una de ella:

- Preguntas generales: se suelen utilizar en entrevistas abiertas y sus planteamientos son globales.
- Preguntas para ejemplificar: se caracterizan por ser preguntas más profundas y donde se le solicita al entrevistado que proporcione un ejemplo, un suceso, una vivencia o categoría en específico.
- Preguntas de estructura o estructurales: en éste caso el entrevistador solicita al entrevistado una lista de conceptos en forma conjunta o estructurada en categorías.
- Preguntas de contraste: al entrevistado se le cuestiona sobre similitudes y diferencias pidiéndole que clasifique símbolos en diferentes categorías.

Una entrevista contiene una estructura determinada que se adapta a cada situación o necesidad, la formulación de las preguntas emplea la dirección de la entrevista y al mismo tiempo ayuda a generar un ambiente más íntimo en una conversación más espontánea y fluida. El orden de las preguntas y su formulación van desde:

- Preguntas generales y fáciles.

- Preguntas complejas.
- Preguntas sensibles.
- Preguntas de cierre.

En el caso práctico de diseñar un PLADETUR para la Comuna de Santa Juana y aplicar entrevistas para la obtención de información necesaria para el diagnóstico y diseño, es importante generar una planificación general de ésta herramienta. A continuación, se desarrollará la planeación de las entrevistas:

- Participantes:

Las entrevistas se aplicarán a empleados públicos de la Ilustre Municipalidad de Santa Juana que de acuerdo a un análisis previo pueden responder o facilitar información con respecto a diversos temas del área turística a nivel local necesaria para el desarrollo de la investigación. En el siguiente cuadro se identifican las personas a las que se les aplicará la entrevista y su cargo respectivo dentro de la organización.

Tabla 4.

Entrevista personal municipal.

Entrevistado	Cargo
Elizabeth Reyes.	Secretaria oficina OMIL.
Gerald Arriagada Ormeño.	Coordinador oficina OMIL.
Héctor Pacheco.	Director de Obras Municipales.
Leonel Candia Gutiérrez.	Encargado de Relaciones Públicas.
Carlos Umaña Mardones.	Administrador Municipal.
Juana Ruiz Hidalgo.	Encargada de Recursos Humanos.
Roberto Hidalgo	Diseñador de Proyectos.

Fuente: Elaboración propia.

- Entrevista guía:

En el caso práctico, cada entrevistado generará información diversa relacionada directamente al desarrollo de su trabajo en la municipalidad y a las bases de datos con las que cuentan. De acuerdo a la definición de cargos y a la información básica necesaria para un diagnóstico de destino turístico se confecciona una guía de entrevista la cual incorporará la fecha, lugar, entrevistado e información personal de él, las preguntas y orden de éstas. El modelo de la guía se muestra a continuación:

Tabla 5.

Guía de entrevista personal municipal.

Guía de Entrevista	
Fecha:	
Hora:	
Lugar (Ciudad y sitio específico):	
Entrevistador:	
Nombre Entrevistado:	
Cargo Entrevistado:	
Características de la Entrevista:	
Preguntas:	
Observaciones:	

Fuente: Elaboración propia.

Las guías de entrevistas están confeccionadas de acuerdo a cada una de las personas a entrevistar. (Para más detalles, ver anexo n°1).

- Formas de registro de información:

En la actualidad existen tecnologías que facilitan la aplicación de diversas herramientas de recolección de datos, una de estas es la grabación de audio, la cual se puede ejecutar a través de celulares, mp4, mp3, entre otros. En el caso práctico, el aparato tecnológico que se utilizará para aplicar las entrevistas será un celular y un mp4.

- Desarrollo de la entrevista:

Las entrevistas se aplicarán durante los días 15 y 16 de marzo durante la jornada laboral del personal municipal. El lugar donde se llevará a cabo las entrevistas serán las oficinas de las dependencias de la Ilustre Municipalidad de Santa Juana. La duración de cada entrevista variará de acuerdo a cada entrevistado, el tipo de preguntas y el tiempo disponible de él.

▪ **Sesiones en profundidad o grupos de enfoque.**

La interacción que se da hoy en día entre los diversos actores en una situación en específico contribuye a una mejor comunicación y trabajo colaborativo, unas de las herramientas más utilizadas que genera lo antes mencionado son los grupos de enfoque, donde existe un interés por parte del investigador por como los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema a través de la interacción.

Los grupos de enfoque se caracterizan por tener un número limitado de participantes, dependiendo del contexto en el cual se encuentra y se desarrolla la investigación. Esto ayuda a que la interacción del moderador y los participantes sea más fluida y pueda generar información personal a través de sus emociones, experiencias, creencias, o sucesos de acuerdo al planteamiento del estudio.

Para una mejor implementación de una sesión de grupo de enfoque es importante tener en cuenta cierta estructura en su ejecución, por lo que a continuación se especificarán los pasos a seguir acorde al caso en estudio:

- De acuerdo a la situación actual y las características del ambiente al que se enfrenta la investigación será necesario realizar dos grupos de enfoque y cada uno constará de una sesión de aproximadamente una hora. Todo lo anterior se ajusta a la disponibilidad horaria de cada participante.
- Cada grupo se orientará a trabajar con personas diferentes, a continuación, se muestra el perfil de cada grupo y el origen de sus participantes.

Tabla 6.

Perfil participante.

Grupo de enfoque	Perfil del participante
Personal Municipal.	Directivos del personal municipal, que tengan una alta participación de la planificación y desarrollo comunal.
Personajes claves de la comuna.	Personas que tengan una alta participación dentro de las actividades que se realizan a nivel comunal.

Fuente: Elaboración propia.

- Estudiando a las personas que cumplen con el perfil correspondiente en cada grupo de enfoque se puede determinar cuáles son los participantes más óptimos y que a continuación se individualizarán de acuerdo a cada segmento.

Tabla 7.

Participantes grupo focal.

Grupo de enfoque	Participantes
Personal Municipal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcalde: Ángel Castro Medina ▪ Administrador Municipal: Carlos Umaña Mardones. ▪ Director de SECPLAN: ▪ Secretario Municipal: Víctor Reyes González. ▪ Director de Obras Municipales: Héctor Pacheco. ▪ Director de DIDECO: Marcos Fernández. ▪ Director de Finanzas: Víctor Beltrán. ▪ Director de Tránsito: Ricardo Pezo. ▪ Encargada de Fomento Productivo: Gerald Valenzuela. ▪ Encargado Relaciones Públicas: Leonel Candia Gutiérrez.
Personajes claves de la comuna.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Susana Valenzuela ▪ Presidente de la Unión Comunal de la Junta de Vecinos. ▪ Alejandro Chávez. ▪ Elizabeth Reyes. ▪ La Pica de Chello. ▪ Jonathan Yáñez

Grupo de enfoque	Participantes
Personajes claves de la comuna.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dueños de campings Nahuelbuta (Zenón Bizama) ▪ Camping Lomas del Río Lía. ▪ Yolanda Fritz. ▪ Jocelyn Vergara ▪ Restaurant Maily ▪ Restaurant El Caleuche. ▪ Camping El Membrillar. ▪ Presidente de la Cámara de Comercio. ▪ María Sonia Neira González.

Fuente: Elaboración propia.

- Al tener seleccionados a los participantes se procede a gestionar su participación en cada grupo, en el caso de grupo del personal municipal la invitación se genera a través del Administrador Municipal, quien es el encargado de bajar la información a las personas seleccionadas. Para el segundo grupo focal conformado por los personajes claves de la comuna la invitación se realiza a través de una carta escrita donde se especifica el motivo y la importancia de su participación. (Para más detalles de la carta, ver anexo n°2).
- Considerando que el lugar donde se realiza cada grupo de enfoque debe ser confortable para los participantes, quienes deben sentirse a gusto, es por ello que para el grupo del personal municipal se determina como lugar la oficina de reuniones de las dependencias de la municipalidad. En el caso del grupo de los personajes claves de la comuna, se destina como lugar la sede de la Unión Comunal de la Junta de Vecinos de la comuna.
- Entre otros aspectos importantes a considerar en la realización de los grupos de enfoque es el moderador, quien debe ser una persona con un gran manejo en la conducción de

grupos creando un clima de confianza entre los participantes. Siendo llevado éste aspecto al caso práctico, la moderadora será la Srta. Ingrid Cifuentes Bernal.

- Es de vital importancia que la sesión o sesiones sean grabadas para tener una mayor evidencia no verbal en la interacción entre los participantes, siendo éstos los gestos, posturas corporales, etc.
- Estos pasos concluyen con el reporte de sesión, el que ayuda a la planificación y la recolección de los datos importantes del grupo, en este caso al trabajar con dos grupos se tendrán que crear dos reportes que se muestran a continuación:

El reporte de sesión que se utilizará en el grupo focal del personal municipal identifica el nombre del participante, su nivel de estudios, el cargo en la municipalidad y proyecto con mayor impacto para el desarrollo del sector turístico de la comuna. Todo lo anterior, con el fin de interpretar cuál es la perspectiva de trabajo que poseen en cada uno de los departamentos y saber cuál es su influencia dentro del turismo.

Tabla 8.

Reporte de sesión grupo personal municipal.

Reporte de sesión

Nombre:

Nivel de Estudios:

Cargo Municipal:

Proyecto con mayor impacto a nivel turístico:

Fuente: Elaboración propia.

En el reporte de sesión de grupo con los personajes claves de la comuna toma en cuenta el nombre del participante y su participación directa en el sector turismo directamente relacionado con la comuna.

Tabla 9.

Reporte de sesión grupo personajes claves de la comuna.

Reporte de sesión

Nombre:

Giro/ rubro o cargo:

Participación dentro del turismo:

Fuente: Elaboración propia.

- La guía de tópicos es una herramienta que sirve para visualizar la contextualización del grupo de enfoque, cuáles serán los temas a tratar y el orden de éstos. Para cada grupo de enfoque se diseñó una guía de tópicos, las que se especifican y muestran a continuación.

Cada guía de tópicos fue diseñada de acuerdo a la información que se necesitaba expuesta en el diagnóstico de destino turístico y en la planificación para la acción, se discutirán temas sobre la situación actual del sector turístico y cuáles serán los objetivos que se plantean como grupos directamente relacionados con el tema.

Tabla 10.

Guía de tópicos grupo personal municipal.

Diagnóstico de destino turístico.

A. Visión, aporte y objetivo de trabajo.

-
1. ¿Cuáles son las exceptivas que tienen en la elaboración del PLADETUR?
 2. ¿Cuál sería la forma del desarrollo del PLADETUR?
 3. 3 aportes por cada representante.
-

B. Tendencia del desarrollo turístico.

-
1. ¿Cuál es la percepción de la comunidad frente a la palabra turismo?
 2. ¿Cuáles son las oportunidades de desarrollo turístico en la actualidad?
 3. ¿En qué posibles escenarios se pueden desarrollar?
-

C. Perfil del Visitante.

-
1. Caracterización general del perfil del visitante.
-

Planificación para la Acción.

A. Áreas de intervención.

1. ¿Cuál de las siguientes áreas se puede trabajar y cómo?
 - Conciencia turística.
 - Capacitación turística.
 - Ordenamiento territorial.
 - Inversión en equipamiento e infraestructura.
 - Calidad de servicios.
 - Promoción turística.
 - Medio ambiente.
 - Fomento productivo.
 - Fortalecimiento institucional.
 - Capital humano.
-

B. Definición de la imagen objetivo o visión del destino.

1. ¿Cómo nos ven los turistas?
 2. ¿Cómo queremos que nos vean?
 3. ¿Cómo estamos actualmente?
 4. ¿Dónde queremos llegar?
 5. Medidas que debería de tomar la municipalidad para aumentar el desarrollo turístico.
-

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11.

Guía de tópicos grupo personajes claves de la comuna.

Diagnóstico de destino turístico.

A. Visión, aporte y objetivo de trabajo.

-
1. Perspectivas e trabajo de un PLADETUR.
 2. Aportes de los diferentes actores.
-

B. Tendencia del desarrollo turístico.

-
1. ¿Cuál creen que es la percepción de la comunidad frente a la palabra turismo?
 2. ¿Cuáles son las oportunidades de desarrollo turístico en la actualidad?
 3. ¿En qué posibles escenarios se pueden desarrollar?
-

C. Perfil del Visitante.

-
1. Caracterización general del perfil del visitante.
-

Planificación para la Acción.

A. Áreas de intervención.

1. ¿Cuál de las siguientes áreas se puede trabajar y cómo?
 - Conciencia turística.
 - Capacitación turística.
 - Ordenamiento territorial.
 - Inversión en equipamiento e infraestructura.
 - Calidad de servicios.
 - Promoción turística.
 - Medio ambiente.
 - Fomento productivo.
 - Fortalecimiento institucional.
 - Capital humano.
 - Otros.

B. Definición de la imagen objetivo o visión del destino.

1. ¿Cómo nos ven los turistas?
2. ¿Cómo queremos que nos vean?
3. ¿Cómo estamos actualmente?
4. ¿Dónde queremos llegar?

Fuente: Elaboración propia.

▪ Documentos, registros, materiales y artefactos.

En una investigación cualitativa se puede optar por los documentos, registros, materiales y artefactos como una importante fuente de datos, los cuales nos ayudan a poder entender más la investigación y tener un respaldo sobre la información entregada. Entre las principales bases de

datos cualitativas que existen y se utilizarán dentro de la investigación son documentos escritos personales, documentos y materiales organizacionales y registros en archivos públicos.

Un tema importante de la recolección de datos con este tipo de herramientas, es poder verificar la autenticidad del material y este puede servir de forma objetiva y subjetiva dentro de la investigación.

Para poder analizar el material recolectado es importante generar diversas preguntas que nos ayudan a su análisis estas son:

- ¿Quién o quienes los elaboraron?
- ¿Cómo, cuándo y dónde fueron producidos?
- ¿Por qué razones los produjeron? o ¿Con que finalidad?
- ¿Qué características, tendencias y/o ideología poseían o poseen los autores de los materiales?
- ¿Qué usos tuvieron, tienen y/o tendrán?
- ¿Cuál es su significado en sí y para los productores?
- ¿Cómo era el contexto social, cultural, organizacional, familiar y/o interpersonal en el que fueron realizados?
- ¿Quién o quienes los guardaron?, ¿por qué los preservaron?, ¿Cómo fueron clasificados?

▪ **Análisis de los datos cualitativos.**

El análisis de los datos cualitativos se realiza de forma paralela con la recolección de datos, el análisis se basa principalmente en ordenar y sintetizar la información recolectada. Cada herramienta aplicada entrega como resultado información con la que se puede realizar un diagnóstico del destino turístico y un planteamiento de las estrategias acorde a la situación actual.

La estructura del análisis de los datos implica ordenar y sintetizar los resultados de las entrevistas y grupos focales de forma separada y conjunta, tomando en cuenta las estructuras

de las guías de entrevistas a cada personal municipal, las guías de tópicos de cada grupo focal y los reportes de sesiones de éstos; el fin del análisis es destacar los resultados más representativos de cada participante en cada herramienta aplicada acorde a la necesidad de información expuesta en el documento Orientaciones para el Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico. El análisis conjunto se basa en plantear los resultados en común entre las herramientas y representarlos en un esquema que involucre reconocer de forma instantánea los resultados de la investigación.

2.2.5. Paso 5: Concepción del diseño o abordaje de la investigación

El diseño de un estudio cualitativo es por sí mismo un diseño de investigación, esto quiere decir que no existen dos investigaciones iguales o equivalentes, ya que sus procedimientos nos son estandarizados. El hecho de que el investigador sea un instrumento de recolección de los datos y que el contexto o ambiente vaya cambiando con el pasar del tiempo hace que cada estudio o investigación sea única.

El diseño de estas investigaciones, particularmente no poseen una estructura determina, no se planean con detalle y están sujetas a constantes cambios dependiendo de las circunstancias o escenario en el cual se vaya desarrollando la investigación. Las investigaciones por lo antes mencionado van sufriendo modificaciones desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial.

Los diseños básicos de la investigación cualitativa que existen en la actualidad son:

- Teoría fundamentada.
- Diseños etnográficos.
- Diseños narrativos.
- Diseños de investigación - acción.

El tipo de diseño básico que se utilizará en la confección del PLADETUR para la Comuna de Santa Juana es el etnográfico, ya que se pretende describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades; además de abarcar

amplios temas como geografía, historia, los subsistemas socioeconómicos, educativos, políticos, turísticos y culturales. La etnografía implica la descripción e interpretación profunda de un grupo, sistema social o cultural en particular y tiene como propósito describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto hacen usualmente; evaluando su comportamiento y estudiando categorías, temas y patrones referidos a una cultura.

Actualmente existen diversas clasificaciones de los diseños etnográficos en los cuales se encuentran:

- Diseños "realistas" o mixtos.
- Diseños críticos.
- Diseños clásicos.
- Diseños micro-etnográficos.
- Estudios de casos culturales.
- Meta-etnografía.

El diseño que se utilizara en la investigación es el clásico, el cual se trata de una modalidad cualitativa donde se analizan temas culturales, turísticos y categorías que son inducidas durante el trabajo de campo. Con respecto al ámbito de la investigación se le puede realizar a un grupo, una colectividad, o una comunidad en la cual los miembros compartan estilo de vida, creencias comunes, valores, prácticas e ideas; tanto implícitas como explícitas. Los resultados que entrega el diseño clásico se conectan principalmente con las estructuras sociales.

2.2.6. Paso 6: Elaborar el reporte de resultados cualitativos

Los reportes de las investigaciones tienen como fin dar respuesta al planteamiento inicial del problema, fundamentando las estrategias que se usaron para abordarlo a través de los datos recolectados y los resultados del análisis de éstos. La estructura de un reporte de un análisis

cuantitativo es un tanto flexible y se adapta a las necesidades de la investigación, en el caso de estudio, el reporte se diseña de acuerdo a la estructura necesaria de la Memoria de Título:

- Resumen ejecutivo.
- Antecedentes preliminares.
- Marco teórico.
- Metodología.
- Diagnóstico de destino turístico.
- Plan de Desarrollo Turístico.
- Resultados.
- Conclusiones.
- Sugerencias.
- Limitaciones del estudio.
- Referencias bibliográficas.

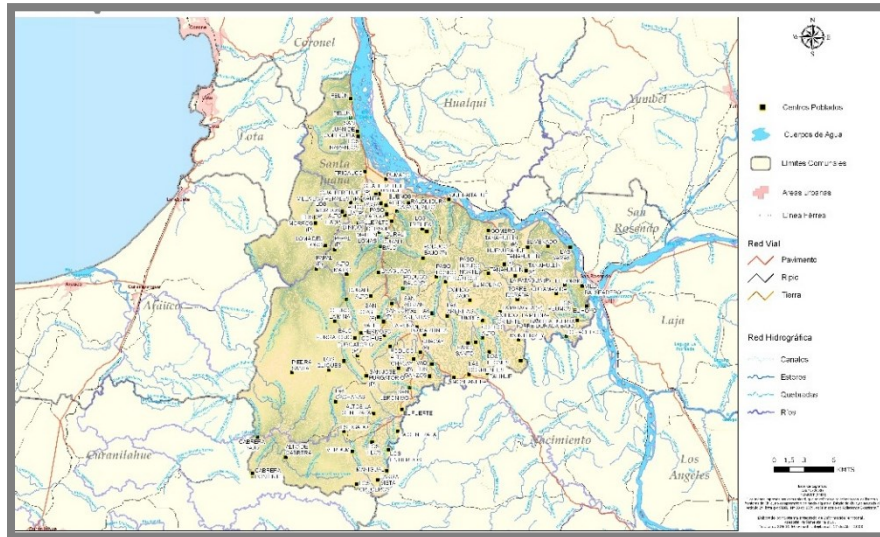
CAPÍTULO 3 DIAGNÓSTICO DE DESTINO TURÍSTICO

3.1. Antecedentes generales de la comuna

3.1.1. Ubicación y delimitación del destino turístico.

La Comuna de Santa Juana pertenece a la Provincia de Concepción, y se ubica en la ribera sur del Río Bío-bío, en el Valle de Catirai, distante 50 kilómetros de la Capital Regional Concepción. Su territorio se emplaza en lo que se denomina Cordillera de Nahuelbuta, limitando al sur y al oriente con la Comuna de Nacimiento, a norte con el Río Bío-bío y al poniente con las comunas de Curanilahue, Arauco, Lota y Coronel.

Imagen 4: Mapa base Comuna de Santa Juana.



Fuente: Biblioteca Congreso Nacional.

3.1.2. Reseña histórica de la comuna.

El origen de la comuna, se remonta a la fundación del Fuerte de Santa Juana de Guadalcazar, por orden del Gobernador español Luis Fernández de Córdova y Arce, el 8 de Marzo de 1626. Esto, con motivo de fortalecer la posición española frente a la resistencia

mapuche en la zona, resguardando la frontera y manteniendo el paso fronterizo entre Concepción y el sur. Con ello fue configurándose poco a poco un importante poblado. Finalmente, el 13 de Enero de 1891 se decreta la creación de la Municipalidad de Santa Juana, publicándose en el Diario Oficial el día 23 de Enero del mismo año.

En un inicio, Santa Juana estaba formada sólo por un fuerte, localizado entre el río y la Laguna de Rayenantú. En 1739, se amplía el área protegida con la construcción de dos fosos que protegen el caserío que rodea el fuerte. El poblado se orienta a lo largo del río, con las calles perpendiculares a este, este se expande hacia el norte y sur poniente, manteniéndose el trazado de damero original, con la plaza como centro ordenador.

En el año 1835, como consecuencia del terremoto el pueblo se traslada a su actual localización. Durante este siglo se realiza por el Río Bío-bío transporte fluvial de pequeñas embarcaciones de cabotaje y pasajeros. Santa Juana era uno de los puertos fluviales junto con San Pedro de la Paz, Patagual, Pileo, Gómero, Balseadero y Nacimiento. Esta actividad se mantiene hasta 1874 en que se inaugura el ferrocarril que une Concepción con Chillán por el ramal de San Rosendo.

En 1950 se inicia la construcción del camino público que une a Santa Juana con Concepción, de acuerdo al estándar establecido para este tipo de ruta de carácter intercomunal, el que posteriormente se pavimenta en tres etapas a partir de 1985, completándose en el año 1988.

Derivado de las reformas administrativas de las últimas décadas, la comuna ha sufrido algunas modificaciones que se traducen, por una parte, en un momento de su superficie en 46,9 km² y en la creación del distrito censal de Palihue. En la actualidad, Santa Juana está dividida en diez distritos censales en los cuales se encuentra: Tricauco, Santa Juana, Tanahuillín, Curamávida, Colico, Paso Hondo, San Jerónimo, Agua del Oro, Vaquería y Palihue.

3.1.3. Distribución de los asentamientos humanos.

El espacio comunal se inserta mayoritariamente en la Cordillera de la Costa, que comprende estribaciones del macizo de Nahuelbuta y su relieve es montañoso y abrupto con escasas llanuras. Las tierras bajas se hallan conformadas por las llanuras del Río Bío-bío, ocupándose la más extensa para el asentamiento del principal centro urbano, la ciudad de Santa Juana, con una altitud media aproximada de la llanura principal de 50 m.s.n.m.; otras llanuras de menor extensión prosiguen aguas arriba a lo largo del curso del Río Bío-bío.

Su superficie asciende 731,2 kms². La población comunal proyectada para el año 2013 es de 13.499 habitantes, lo que representa un 0,65% de la población regional. Al año 2020 se estima que la población aumentará a 13.728 personas, siendo nuevamente la segunda comuna con menor población proyectada en la provincia y esta equivale a un 64% del total regional. La densidad poblacional del año 2013 es de 18,5 hab. /kms².

3.1.4. Análisis socio cultural.

- **Género:**

El género es la característica biológica que permite clasificar a los seres humanos entre hombre y mujeres, es de suma importancia tener en cuenta cual es el género que predomina en la comuna, en la siguiente tabla se presentan los datos recolectados con el censo del 2002 y con una proyección de la población hasta el año 2012, donde se especifican tanto a nivel comunal, regional y nacional.

Imagen 5: Población según género.

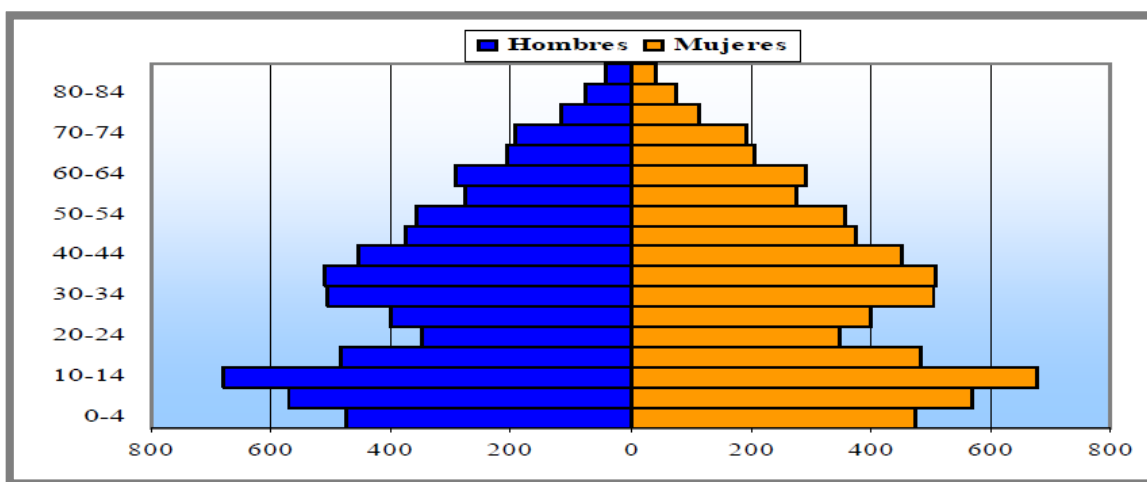
Territorio	Año 2002		Año 2012	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Comuna de Santa Juana	6.357	6.356	6.617	6.841
Región del Biobío	915.200	946.362	1.015.586	1.045.958
País	7.447.695	7.668.740	8.610.934	8.787.698

Fuente: Censo 2002 y proyección de Población 2012, Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

▪ **Edad:**

La edad es una variable sociocultural de suma importancia para el desarrollo de un PLADETUR, puesto que se puede apreciar de una forma más detallada, el envejecimiento de la población, por ende, a continuación, se presentará el siguiente gráfico con los rangos de edades según el censo del año 2002.

Imagen 6: CENSO población 2002.



Fuente: INE CENSO 2002.

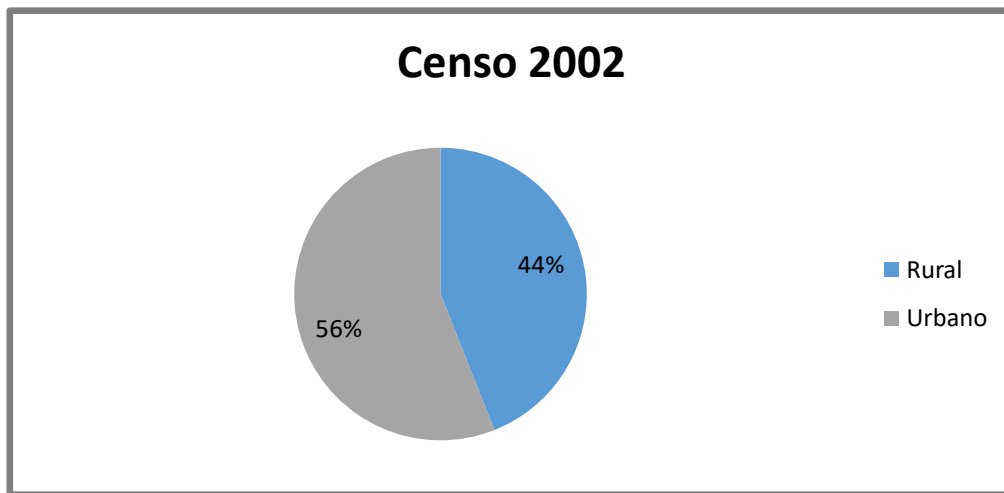
La población de acuerdo a estratos etéreos, como se muestra en el gráfico, da cuenta de la presencia de una población mayoritariamente joven, puesto que el 47,9% de ella se ubica en el estrato menores de 29 años, con una predominancia dentro de ella, de la población menor de 14 años con un 25,2%.

No obstante, a pesar de ello, cabe consignar que la comuna presenta una clara tendencia al envejecimiento de la población, tal como se presenta en la gran mayoría de las comunas del país; fenómeno que se conoce como “transición demográfica”, el que se encuentra asociado a patrones y comportamientos de carácter urbanos.

▪ **Población urbano-rural:**

Los datos del Censo de población y vivienda del año 2002 muestran que la población comunal alcanza a 12.713 habitantes, de los cuales 5.618 (44%) corresponden a sectores rurales y 7.095 (56%) a urbanos.

Gráfico 1: *Población urbana-rural.*



Fuente: Elaboración propia según INE Censo 2002.

La explicación de la disminución de la población rural en comparación al censo de 1992, (donde la población rural y urbana representaban un 55% y 45% respectivamente), se puede hallar principalmente, en el explosivo aumento de las plantaciones forestales sobre terrenos agrícolas, proceso que provoca expulsión de población, dado el bajo requerimiento de mano de obra de dicha actividad por efecto de la mecanización de sus faenas.

▪ **Tasa de natalidad:**

La tasa de natalidad en la Comuna de Santa Juana ha venido experimentando una disminución paulatina durante el último periodo. Dicha disminución estaría relacionada con el fenómeno de la transición demográfica. Es así como en 1999 los nacidos vivos fueron 181 y en 2009 sólo 171. Cabe destacar que la mayor tasa de nacimientos ocurre en los grupos de edad

de las madres entre 20 - 34 años, con un 63% del total de nacidos vivos, siendo el subgrupo de 20-24 el más relevante con 107 nacimientos.

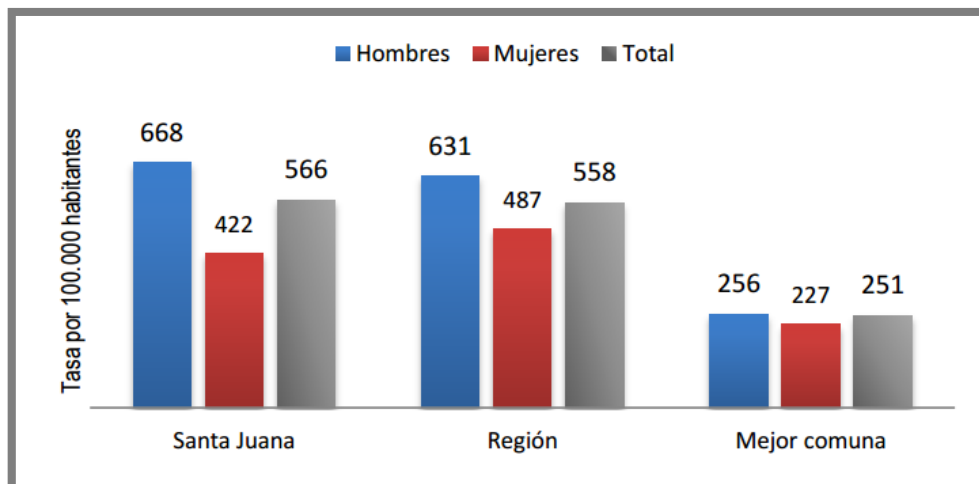
El número de nacimientos existentes entre mujeres menores de 20 años, representa un 20% del total de nacidos para 2009, con 34 nacimientos.

Por último, desde los 35 años la natalidad comienza a disminuir y el siendo este último grupo de edad en el que existen nacimientos con solo 30 nacimientos. En el grupo de edad de mujeres entre los 35 y más años el porcentaje de nacimientos asciende a un 18% del total.

▪ **Tasa de mortalidad:**

La tasa ajustada de mortalidad general para Santa Juana, en el periodo 2000 – 2010 es de 566 muertes cada 100.000 habitantes, superior a la que presenta la región para el mismo periodo. La comuna presenta una importante diferencia al comparar la mortalidad por sexo, registrando una brecha de 246 muertes más cada 100.000 hombres que en el mismo número de mujeres, mientras que en la región esta brecha alcanza 144 muertes más en hombres; y si se compara con la mejor comuna la diferencia se reduce sólo a 29,5 puntos.

Imagen 7: *Mortalidad general ajustada a Santa Juana, Región del Bío-bío 2000-2010.*



Fuente: Elaboración propia según datos DEIS. Estadísticas Vitales. SEREMI DE SALUD Región del Bío-bío.

3.1.5. Actividades productivas y su relación con el turismo.

La Comuna de Santa Juana desarrolla como principales actividades productivas, las relacionadas con el ámbito agrícola, forestal, comercio y servicios.

- **Sector agropecuario:**

La producción agrícola de la comuna está enfocada principalmente en el autoconsumo y producción de excedentes para la venta, desarrollándose cultivos de hortalizas al aire libre y bajo plástico, apicultura, agro procesados, viñas, ganadería menor, especialmente producción de huevos, y mayor, tales como bovinos, ovinos y porcinos. En tal sentido, ha sido muy importante para la evolución del área agrícola, el contar con el Programa de Desarrollo Local (PRODESAL), fruto del convenio entre INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario) y la Municipalidad de Santa Juana, a través del cual se entrega asesoría técnica y acceso a recursos financieros con fines productivos, a un total de 409 familias de nuestra comuna.

Así se ha transitado desde una agricultura meramente de subsistencia, hacia un tipo de cultivo que incorpora mayor tecnología e innovación, enfocándose en la comercialización de los productos en ferias libres efectuadas en Lota, Coronel, Concepción y Laja, entre otras. A su vez, se han generado otros espacios de comercialización en ferias turísticas realizadas a nivel comunal.

Se desarrolla una agricultura eminentemente de subsistencia, esto debido en gran medida por las características de su relieve y suelo que presentan síntomas de agotamiento y erosión por la intensa actividad forestal con plantaciones de pino insignes y eucaliptos, otro factor limitante ha sido la carencia de sistemas de abastecimiento de agua para regadío que imposibilita el desarrollo normal de actividad. A un siendo esta la realidad comunal, la agricultura es una de las principales actividades productivas desarrollándose principalmente en el área rural y parte de área urbana.

La actividad agrícola ocupa alrededor del 20,6 % de la superficie, con un total de 151,3 hectáreas para uso agrícola. Dentro de los productos más típicos de la agropecuaria podemos mencionar:

- ✓ Productos agrícolas como: cereales (avena, porotos, trigo), papas, frutas, orégano, hortalizas, frutillas y flores.
- ✓ Productos típicos de campo: mermeladas, miel, vino, artesanía.
- ✓ Cría de algunos animales como: vacunos, porcinos, chivos, ovejas.

De acuerdo con las características geomorfológicas, es que se da una variedad de producciones de tipo agrícola, las cuales no son capaces de generar un eje productivo a nivel comunal sustentable para el territorio. Las actividades más importantes que se desarrollan en función de las localidades son las que se pueden observar a continuación en el cuadro:

Tabla 12.

Producción según localidad.

Localidad	Tipo de Producción	Observación
La Generala.	Miel, vino, legumbres, hortalizas (aire libre y bajo plástico).	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Curalí.	Hortalizas (aire libre y bajo plástico), ají, flores, legumbres.	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Purgatorio.	Orégano, papas, porotos, trigo, astillas.	Producción para autoconsumo, ventas mínimas debido a problemas de acceso.
Espigado.	Trigo, papas, porotos, hortalizas, astillas, animales.	Producción para autoconsumo, ventas mínimas debido a problemas de acceso. La ganadería proporciona los mayores ingresos.
Santa Juana.	Hortalizas (aire libre y bajo plástico), flores.	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Huallerehue.	Hortalizas (aire libre y bajo plástico), flores.	Producción para autoconsumo y ventas menores.

Localidad	Tipo de Producción	Observación
Tricauco.	Hortalizas (aire libre y bajo plástico), flores, frutillas.	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Colico Bajo.	Trigo, porotos, papas, hortalizas (aire libre y bajo plástico), miel, vino, frutillas y otros frutales.	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Colico Alto.	Vino, hortalizas, cereales.	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Paso Hondo.	Orégano, hortalizas.	Producción para autoconsumo y ventas menores.
Poduco Alto.	Frutillas, hortalizas.	Producción para autoconsumo y ventas menores.

Fuente: Elaboración propia según Ministerio de Desarrollo Social.

Muestra los distintos tipos de producción que se realizan en las distintas localidades y señala las realidades comunes del desarrollo de la agricultura comunal. Destacamos la inexistencia absoluta de experiencias relacionadas con actividades de agroturismo, en cambio si se detecta la intención en algunos pequeños productores y propietarios agrícolas, de explotar turísticamente sus predios, en tal aspecto ya existen iniciativas en cuanto al desarrollo de algún camping alrededor del Río Lía en el área rural. La mayor limitante para cualquier actividad turística en el área rural se refiere a la precariedad de los accesos complementarios a la ruta de la madera e interiores, el relieve abrupto solo hace posible el tránsito de automóviles 4x4 y camiones.

- **Sector forestal:**

Constituye una actividad relevante para la comuna, estando en mayor medida en manos de grandes empresas, como Forestal Arauco y MININCO, siendo desarrollada en menor escala por parte de pequeños propietarios rurales, constituyendo una importante fuente de empleo para los habitantes, principalmente de carácter estacional, asociada a la explotación de predios forestales.

Es la principal actividad practicada por las empresas forestales y grandes propietarios y tan solo una parte del grueso de los agricultores. De acuerdo a CONAF, el programa de forestación campesina se ha forestado cerca de 300 hectáreas desde su inicio a la fecha; es a nivel provincial la comuna que más personas y superficie han incorporado a este programa.

En cuanto a la competencia por la superficie, las plantaciones forestales ocupan el 78% de esta, con alrededor de 58.840,3 hectáreas plantadas. Se pueden concluir ciertas variables de la actividad forestal.

La principal especie para uso forestal es el Pino Radiata, que representa el 56,78% de las plantaciones forestales, la cual ha ido reemplazado en forma progresiva los bosques nativos de la comuna. Otra especie introducida es el Eucaliptus, que es la segunda especie en importancia en cuanto a superficie forestada, con 6.447,9 hectáreas y una participación de 11,01% de la superficie total.

Los bosques naturales y montes solo cuentan con una participación del 28.82% de la superficie total para uso forestal. Estos se encuentran dispersos en pequeños cotos rodeados por plantaciones forestales de uso comercial, y la mayoría de estos boques nativos solo son renovales de Roble, Lingue, Avellanos, y Arrayanes.

Tabla 13.

Hectáreas plantadas según especies.

Especies	Hectáreas plantadas
Álamo.	10,3
Aromo.	57,7
Eucaliptus.	6.477,9
Pino radiata.	33.406,8
Pino Oregón.	89,8
Raulí.	196,7
Bosques naturales y montes.	16.956,4

Especies	Hectáreas plantadas
Otras especies.	1.644,7
Total	58.804,3

Fuente: Elaboración propia según Diagnóstico productivo de la Comuna de Santa Juana.

Tener un sector forestal con una alta plantación de árboles ayuda a fomentar el turismo aventura, por ejemplo, en la Cordillera Nahuelbuta, este sería uno de los tipos de turismo más fuerte que tendría la comuna junto con el turismo cultural.

- **Sector industrial:**

El sector industrial se encuentra en estado de muy bajo desarrollo, básicamente este se centra en la complementación del sector forestal, por medio de aserraderos que procesan la madera talada en las plantaciones de producción forestal. Otra actividad industrial que se ha venido desarrollando con mucho interés es la agroindustria, que se relaciona con actividades como la producción de vino (vinicultura), producción de Miel (apicultura), hay que señalar, que estos tipos de producción agroindustrial se desarrollan de forma artesanal y agrupa a muchos micro productores; y una tercera actividad se refiere a labores de artesanía, que se lleva a cabo por medio de una agrupación de productores y artesanos, que cuya vinculación con el turismo es la producción de ferias costumbristas en distintas fechas del año.

Tabla 14.

Producción apícola y vinícola de la zona.

ÍTEM	Industria Apícola	Industria Vinícola
Número de Productores.	61	47
Edad: promedio por productor.	44,2 años.	46,6 años.
Inversión total en Apicultura y Vitivinicultura.	\$15.520.000 pesos.	\$77.660.000 pesos.

ÍTEM	Industria Apícola	Industria Vinícola
Inversión total promedio por productor.	\$254.425 pesos.	\$1.650.000 pesos.
Producción total.	17.588 Kilos.	123.000 Litros.
Producción total promedio (por productor).	268,3 Kilos	2.617 Litros.

Fuente: Elaboración propia según Listado de productores de Santa Juana, Oficina de Fomento productivo. (PLADECO Comuna de Santa Juana).

El cuadro muestra los indicadores económicos relacionados con las principales actividades agroindustriales. Estos indicadores se pueden interpretar de la siguiente forma:

- ✓ Existen alrededor de 108 productores agroindustriales de los cuales, la mayoría se dedica a la Apicultura con un 56,5 % y un 43,5 % a la Vinicultura, abarcando entre dos grupos casi la totalidad de producción agroindustrial
- ✓ Se debe señalar que las actividades agroindustriales se caracterizan por su orientación al autoconsumo y venta de excedentes, con bajos niveles de aplicación de tecnología, razón por la cual múltiples instituciones públicas y sociales, están llevando programas de asistencia técnica y financiamiento de proyectos. Lo mismo que se presenta en la agroindustria local es válido para la totalidad de las actividades de producción industrial de la comuna.

▪ **Sector comercio:**

Está constituido principalmente por pequeños establecimientos comerciales, siendo gran parte de ellos microempresas familiares. La principal actividad comercial de la comuna está dada por almacenes que prestan servicios de provisión de alimentos, bebidas, productos de higiene y mantención del hogar. Esta área está concentrada en la zona urbana, no generan

fuentes de empleo externas, ya que son atendidas por sus dueños y que, en función a su naturaleza, no involucran procesos productivos de transformación de materias primas, generando ingresos mínimos a sus propietarios.

▪ **Sector turismo:**

La Comuna de Santa Juana ha considerado a la actividad turística como una oportunidad para generar desarrollo económico local, considerando elementos favorables como la cercanía con grandes centros urbanos, como Concepción y Talcahuano, la existencia de atractivos naturales e históricos, la identidad campesina de la comuna, entre otros. De esta forma se ha logrado posicionar una serie de eventos turísticos, los cuales dinamizan la economía de la comuna, siendo beneficiosos no sólo para los expositores de cada una de las ferias costumbristas, sino que también para el comercio en general. A su vez, es necesario destacar la existencia de zonas de camping y piscinas, ubicadas en el sector del Río Lía, las cuales atraen gran cantidad de visitantes durante la temporada de verano. Sumado a lo anterior, se está desarrollando un nuevo atractivo, mediante la conformación de la Ruta Gastronómica de Santa Juana “Sabor y Tradición”, a través de la cual los restaurantes de la comuna generan una oferta gastronómica asociada a la comida tradicional chilena.

3.1.6. Análisis de la infraestructura y situación de servicios básicos

En cuanto al análisis de la infraestructura de las viviendas a nivel comunal se encuentra a un mejor nivel después del terremoto del 2010, ya que las casas de adobe sufrieron bastante tras este catástrofe, estas eran las que tenían un mayor porcentaje en sectores rurales, en comparación a las casas de material ligero y hormigón armado ubicadas en el sector urbano; en cuanto a la situación de servicios básicos son deficientes en algunos sectores, tales como, los servicios de luz rural, alumbrado público, caminos en mal estado, viviendas muy básicas, estas son algunas de las razones por lo cual los habitantes de la comuna prefieren invertir un poco más y radicarse en la zona urbana de la localidad.

3.1.7. Accesibilidad externa e interna

La accesibilidad interna que posee la Comuna de Santa Juana es la línea de taxis que se mueven principalmente dentro de la zona urbana, pero también llegan en una menor cantidad a los sectores rurales, puesto que la gente de esa zona posee la mayoría vehículos particulares. En cuanto a la accesibilidad externa existe la línea de buses los conquistadores que parte recorrido en la Plaza de Armas de Santa Juana y finalizándolo en Concepción entre las calles Los Carreras y Heras con Colocolo; además se pueden acercar mediante vehículos particulares tanto personas aledañas a la comuna como las mismas.

3.1.8. Problemas ambientales y restricciones territoriales

Los principales problemas ambientales de la comuna se relacionan con los siguientes aspectos:

- Contaminación por residuos sólidos provenientes de la actividad forestal, plantas de aserríos y elaboración de maderas las que generan una cantidad desconocida de residuos sólidos para los cuales no existe ningún tipo de manejo, eliminándose ilegalmente en sectores no autorizados.
- Contaminación de los cuerpos acuáticos: a consecuencia de la carencia de red de alcantarillado para las aguas servidas domésticas en áreas rurales, además de que existe un déficit en el tratamiento y disposición final de los residuos líquidos industriales.
- Contaminación atmosférica: debido a las emisiones de tipo material particulado respirable en forma de polvo, el que es generado por acción del viento y el tránsito de vehículos sobre las vías y calles de tierra, tanto en el área urbana como en las zonas rurales, fenómeno que se observa especialmente durante primavera y verano.

- Arrastre de sedimentos y embancamientos de cursos fluviales.
- Sectores de interés sanitario y zoonosis: existe en la Comuna una sobrepoblación de perros y roedores, los que constituyen un problema de saneamiento básico en la comuna ya que estos son importantes en la transmisión de ciertas enfermedades como es el caso de la rabia, sarna e incluso el Hanta.
- Exposición a riesgos naturales y antrópicos: como son los derrumbes y deslizamientos, inundaciones en áreas bajas y lo más importante sobre todo en el verano son los incendios forestales.

3.2. Análisis de la oferta turística

3.2.1. Identificación y evaluación de recursos turísticos

Para identificar los recursos turísticos y poder generar una evaluación con respecto a las condiciones en las que se encuentran es importante establecer los criterios de evaluación, a continuación, se presentan los criterios de evaluación de la situación actual de los atractivos turísticos de la comuna.

Tabla 15.

Criterios de evaluación de la situación actual de los atractivos turísticos.

Clasificación	Evaluación	Descripción
Bueno.	I	El atractivo turístico se encuentra en óptimas condiciones para satisfacer al turista en general.
Regular.	II	El atractivo turístico se encuentra en condiciones regulares para satisfacer las necesidades del turista en general.
Deficiente.	III	El atractivo turístico carece de condiciones para satisfacer las exigencias del turista.

Fuente: Elaboración propia según Orientaciones para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico.

Los criterios de evaluación se establecieron de acuerdo a lo expuesto en el documento Orientaciones para el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico, en éste se instauran tres clasificaciones: bueno, regular o deficiente; donde cada una toma un rango de las condiciones en la que se encuentra el recurso turístico.

Los recursos turísticos se clasificaron según su naturaleza, en este caso, recursos turísticos naturales e históricos. Para identificar cada recurso turístico se evalúan los resultados de cada

herramienta de recolección de datos aplicada y documentos relacionados al tema como el PLADECO 2010-2014 de la comuna y el último PLADETUR diseñado. Los recursos turísticos se clasifican de acuerdo a su naturaleza y en las siguientes tablas se identifican los recursos turísticos tanto naturales e históricos con sus respectivas evaluaciones. (Para más detalles de la clasificación de los tipos de recursos turísticos, ver anexo n°3).

Tabla 16.

Identificación y evaluaciones recursos turísticos naturales.

Recurso turístico naturales	Evaluación
Parque Catirai.	III
Laguna Rayenantu.	II
Río Lía.	I
Molinos de Agua.	III
Camping Lomas del Río Lía.	II
Camping Nahuelbuta.	II
El Membrillar.	I
Camping El Aromo.	II
Piscina Giseloy.	II

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

Tabla 17.*Identificación y evaluación recursos turísticos históricos.*

Recursos turísticos históricos	Evaluación
Monumento al Campesino.	I
Fiestas Costumbristas.	II
Fuerte Guadalcazar.	III

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

Como resultado general se concluye que aún falta en la comuna generar mejores condiciones en los recursos turísticos identificados que satisfagan las necesidades del turista. Entre los recursos que obtienen una mejor evaluación se encuentran el Río Lía como recurso natural, El Membrillar como camping y centro de eventos y el Monumento al Campesino como recurso turístico histórico. Desde el otro extremo, los recursos que se encuentran en condiciones deficientes son el Fuerte de Guadalcazar, Parque Catirai y Molinos de Agua, esto se da principalmente porque se encuentran en remodelación, no se ha generado una inversión donde se puedan alcanzar las condiciones necesarias y requeridas, ni se ha establecido un lineamiento de su estructura ni identidad.

3.2.2. Identificación de actividades turísticas

En cada recurso turístico se pueden identificar diversas actividades que ayudan a fortalecer el recurso y a establecer una identidad y característica de éste. (Para más detalles de los recursos turísticos, ver anexo n°4). Muchas veces, el atractivo turístico se mide principalmente por las diversas actividades que se pueden realizar en él, y no por el recurso en sí. Se describe en la siguiente tabla las actividades que se desarrollan en cada recurso turístico y que tipo de turismo está relacionado a tales actividades.

Tabla 18.

Identificación actividades turísticas y tipo de turismo.

Recursos Turísticos Naturales	Actividades que se desarrollan	Tipo de Turismo
Parque Catirai.	Caminatas, Paseos en bicicletas, motocross, fotografías, actividades costumbristas en las instalaciones de la media luna ubicada en las faldas del cerro Catirai.	Ecoturismo.
Laguna Rayenantú.	Deportes acuáticos (Remo, Kayak, natación y pesca deportiva.), fotografía.	Turismo Aventura.
Río Lía.	Caminatas, Zona de camping, pesca deportiva.	Ecoturismo.
Ruta Molinos de Agua.	Manifestaciones culturales, fotografías.	Turismo Cultural.
Camping Lomas del Río Lía.	Camping, Cabañas, Tinajas, canopy, kayak, 4x4, centro de eventos.	Turismo de descanso.
Camping Nahuelbuta.	Cabañas, zona de camping, centro de eventos.	Turismo de descanso.
El Membrillar.	Camping, cabañas, centro de eventos, piscinas.	Turismo de descanso.
Camping El Aromo.	Zona de camping.	Turismo de descanso.

Recursos Turísticos Naturales	Actividades que se desarrollan	Tipo de Turismo
Piscina Giselay.	Piscinas, camping, canopy, cabañas.	Turismo de descanso.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

Tabla 19.

Identificación actividades turísticas y tipo de turismo.

Recursos Turísticos históricos	Actividades que se desarrollan	Tipo de Turismo
Monumento al Campesino.	Fotografías y manifestaciones culturales.	Turismo Cultural.
Fiestas Costumbristas.	Manifestaciones culturales, gastronomía, cultura, festivales y artesanía.	Agroturismo.
Fuerte Guadalcazar.	Patrimonio histórico, fotografías.	Turismo Cultural.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

3.2.3. Alojamiento

Contar con un alojamiento y que éste sea apropiado de acuerdo a los requerimientos del turista es de suma importancia, el alojamiento da la oportunidad de prolongar las visitas del turista y así aumentar el ingreso del sector turístico de la comuna; en la actualidad, Santa Juana cuenta con alrededor de 230 camas, las cuales se distribuyen entre el sector del Río Lía y el sector urbano. A continuación, se identifican las empresas que cuentan con éste servicio y n° de camas en cada una de ellas.

Tabla 20.

Distribución número de camas.

Empresa	N° de camas
Camping Lomas del Río Lía.	60
Camping Nahuelbuta.	35
El Membrillar.	20
Piscina Giseloy.	0
El Caleuche.	40
Cabañas Santa Juana.	75

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.







Otro aspecto importante es la accesibilidad a estos lugares y su distribución geográfica en el plano comunal, en la siguiente imagen se muestra la ubicación de cada empresa de acuerdo a sus sectores.

Imagen 8: *Distribución geográfica alojamiento en la comuna.*



Fuente: Elaboración propia.

Leyenda:

-  **Cabañas Santa Juana.**
-  **El Caleuche.**
-  **El Membrillar.**
-  **Piscina Giselay.**
-  **Camping Nahuelbuta.**
-  **Camping Lomas del Río Lía.**

3.2.4. Transporte

El transporte es utilizado con el fin de trasladar a personas de un lugar a otro, en el plano turístico, el transporte tiene que cumplir con las necesidades y comodidades requeridas; en el caso práctico, existe solo la posibilidad de llegar al sector urbano de la comuna y a algunos sectores rurales más poblados.

Para llegar a la comuna existen 4 líneas de buses, las que hacen recorridos intercomunales e interprovinciales desde Concepción, Lota, Nacimiento y Angol. En la siguiente tabla se especifica cada línea, sus recorridos y su frecuencia.

Tabla 21.

Identificación, recorrido y frecuencia del transporte.

Línea de Buses	Recorrido	Frecuencia
El Conquistador.	Santa Juana - Concepción. Concepción - Santa Juana hasta algunos sectores rurales.	Cada 15 minutos entre lunes y sábado, domingo cada 45 minutos. Existen horarios establecidos a los sectores rurales, 1 recorrido por día a cada sector.
Buses Bío-bío.	Concepción - Santa Juana - Nacimiento - Angol. Angol - Nacimiento - Santa Juana - Concepción.	Cada 1 hora.

Línea de Buses	Recorrido	Frecuencia
Costa Azul.	Santa Juana - Concepción. Concepción - Santa Juana.	Cada 2 horas aprox.
Buses Lota	Santa Juana - Coronel - Lota. Lota – Coronel - Santa Juana.	3 veces al día.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

A nivel comunal, los taxis son el único medio de transporte, los cuales trasladan a los pasajeros a cualquier sector de la comuna, sea rural o urbano; en la actualidad existen 6 líneas de taxis que están ubicadas en Población Villa El Ángel, Población Nahuelbuta y 4 líneas en el sector plaza de armas.

3.2.5. Alimentación

La alimentación en la comuna se centra principalmente en los restaurantes, cocinerías y locales de comida al paso de las fiestas costumbristas realizadas casi todos los meses del año. En la siguiente tabla se identifican los restaurantes y su ubicación.

Tabla 22.

Restaurant.

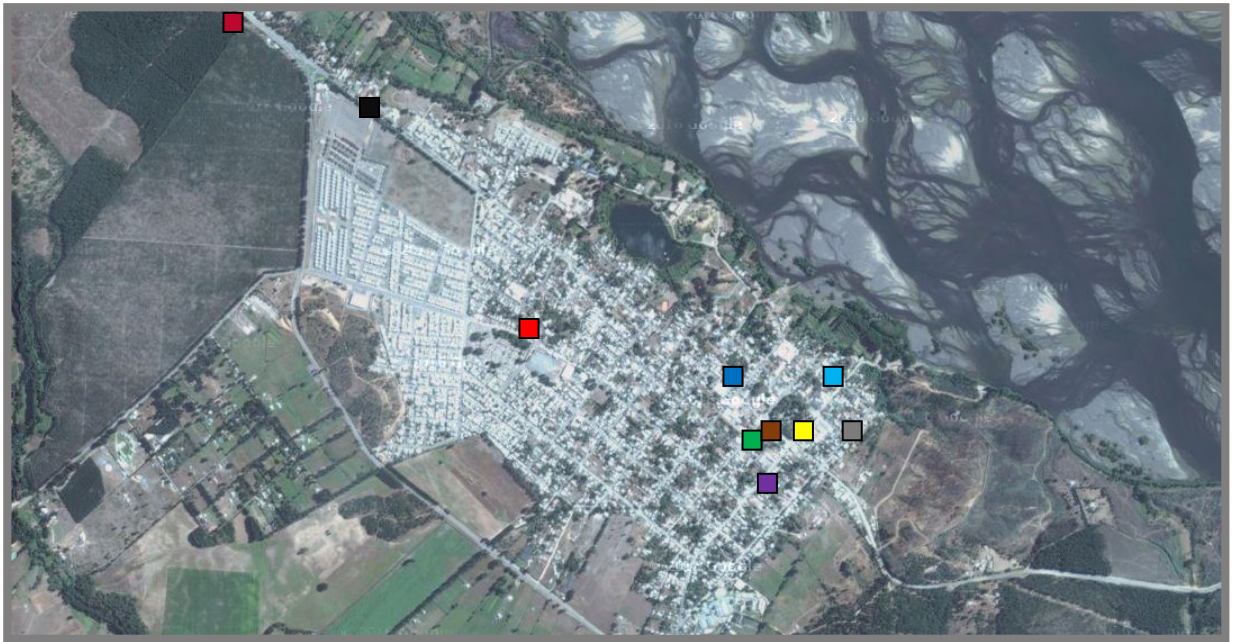
Restaurant	Ubicación
El Caleuche.	Lautaro 1400.
Agrocampesinos.	Tricauco S/N.
Maily	Irrazabal n°307.
El Velero.	Lautaro n°123.
Rivarolo.	Cardenio Avello n°247.
Café Rayen.	Irrazabal n°181.

Restaurant	Ubicación
Café Plaza.	Lautaro n°230.
Madrid.	Colo-Colo n°491.
El Tropezón de Chello.	Pedro Aguirre Cerda n°567.
El Parrón.	Alameda n°93.
Rosa Blanca.	Tricauco S/N.
R80.	Tricauco S/N.
El Hualle.	Chacay S/N.
Residencia Luisa.	Bío-bío n°239.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

En el ámbito geográfico y en la importancia de la distribución territorial de los restaurantes, en la siguiente imagen se identifican los restaurantes del sector urbano señalados en la tabla anterior.

Imagen 9: *Distribución geográfica restaurant sector urbano.*



Fuente: Elaboración propia.

Leyenda:

-  R80.
-  El Caleuche.
-  El Tropezón de Chello.
-  Café Plaza.
-  Rivarolo.
-  El Velero.
-  Maily.
-  Residencia Luisa.
-  Café Rayen.
-  El Parrón.

Las fiestas que realiza y gestiona la Municipalidad de Santa Juana proporcionan uno de los enfoques más desarrollados hasta el momento del turismo comunal, las fiestas costumbristas se caracterizan por tener cocinerías, puestos de comida al paso y de productos agrícolas, todo lo anterior está directamente relacionado con la oferta gastronómica que ofrece la comuna. La siguiente tabla muestra el promedio de número de cocinerías, puestos de comida al paso y de venta de productos agrícolas.

Tabla 23.

Oferta gastronómica en fiestas.

Tipo de oferta gastronómica	Número promedio
Cocinerías.	26
Comida al paso.	16
Productos agrícolas.	10
Total	52

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

3.2.6. Comercio y servicios

Santa Juana en la última década ha tenido una evolución en cuanto al desarrollo del comercio interno, este se ha ido perfeccionando e intenta cubrir todas las necesidades tanto de los turistas como también de los residentes. En la siguiente tabla se mencionan los rubros y cantidades de empresas más destacadas.

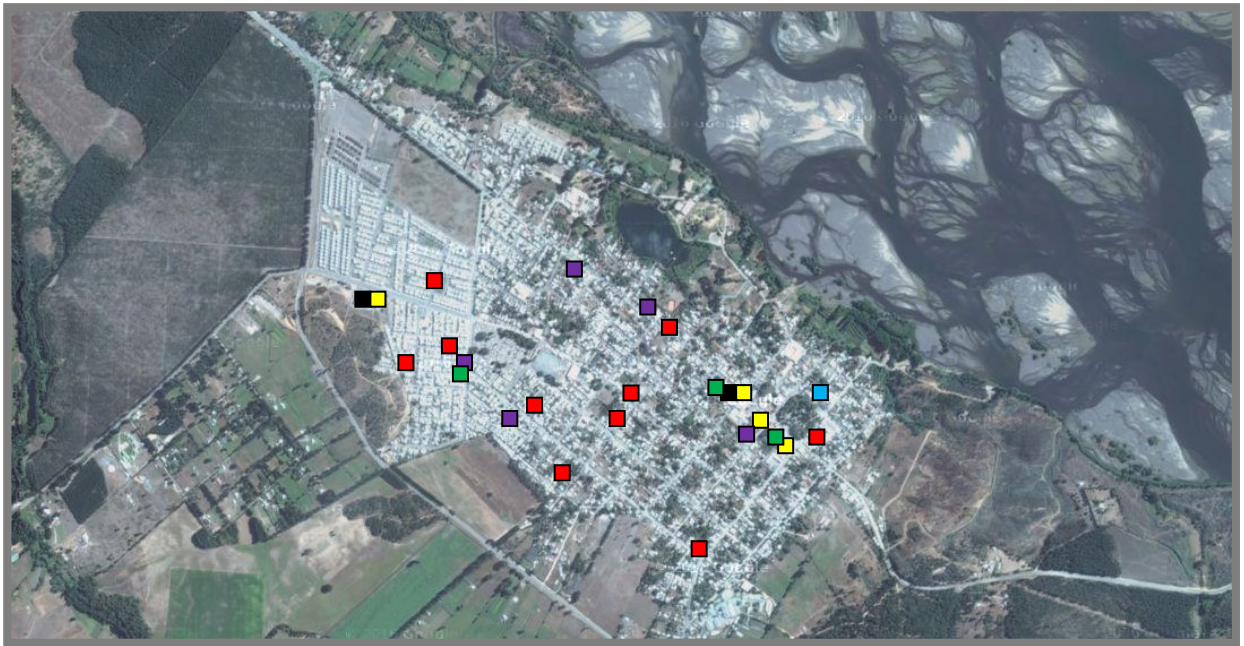
Tabla 24.*Identificación del comercio.*

Rubro	N° de Empresas
Supermercados.	2
Restaurant.	14
Farmacias.	4
Banco.	1
Camping.	5
Cajas Vecinas.	13
Hipermercados.	20
Ventas de productos agrícolas (frutas, verduras, etc.)	3
Fiestas costumbristas.	10

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

En el plano geográfico, en la siguiente imagen se muestra la distribución geográfica urbana del comercio más importante:

Imagen 10: *Distribución geográfica comercio urbano.*



Fuente: Elaboración propia.

Leyenda:

- | | |
|--|--|
|  Supermercados. |  Algunos Hipermercados. |
|  Farmacias. |  Productos agrícolas. |
|  Banco Estado. | |
|  Cajas Vecinas. | |

3.2.7. Servicios de apoyo y utilidad pública

La Ilustre Municipalidad de Santa Juana gestiona constantemente los servicios de apoyo que requiere la comuna en diferentes ámbitos, estos servicios de apoyo se distribuyen en:

Tabla 25.

Identificación de los servicios de apoyo.

Servicios de apoyo e institucionalidades	Números
Compañías de bomberos.	3
Tenencia.	1
Hospital.	1
Vehículos de seguridad ciudadana.	2
Cuartel de la CONAF.	1
Municipalidad	1
Ambulancias.	3

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

Cada servicio de apoyo proporciona en diversas actividades y eventos de carácter turístico la seguridad de su ejecución y el orden público necesario. En la siguiente imagen se muestra el emplazamiento geográfico urbano de cada servicio de apoyo.

Imagen 11: *Distribución geográfica urbana de servicios de apoyo.*



Fuente: Elaboración propia.

Leyenda:

- Compañías de Bomberos.**
- Hospital.**
- Municipalidad.**
- Tenencia.**

3.3. Institucionalidad de apoyo para la actividad turística

La institucionalidad de apoyo se orienta a destacar toda institución que ayude en la gestión del área turística de la comuna. En el caso práctico se puede identificar diversas instituciones a través de los resultados de las herramientas de recolección de datos aplicadas, como las entrevistas y grupos focales.

3.3.1. Instituciones públicas relacionadas

Las instituciones públicas ayudan a una gestión turística más colaborativa con el objetivo de generar un desarrollo sustentable en el sector. En la siguiente tabla se identifican las instituciones con relaciones más periódicas.

Tabla 26.

Identificación de instituciones públicas relacionadas.

Instituciones relacionadas
SERNATUR.
GORE.
Obras Públicas.
MINVU.
SAG.
CONAMA.
CONAF.
SENCE.
CORFO.
SERCOTEC.
INDAP.
FIA.

FOSIS.

Subsecretaría de Turismo.

Subsecretaría del Medio Ambiente.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

FEDETUR.

Universidades.

Innova Chile.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

3.3.2. Mecanismos de financiamiento y asistencia técnica

Para poder adquirir un alto nivel de desarrollo turístico es de vital importancia contar con un buen financiamiento y una asistencia técnica. En la Comuna de Santa Juana, el financiamiento y asistencia técnica que reciben algunas PYMES pueden ser de carácter tanto público como privado. En la siguiente tabla se identifican algunas fuentes de financiamiento y una breve descripción de éstos.

Tabla 27.

Identificación de mecanismos de financiamiento.

Financiamiento Apoyo Público	Descripción
SERCOTEC.	Promueve y apoya iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalece el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios.
CORFO (Corporación de Fomento de la Producción).	Ejecuta las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos

	compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades.
SEGEGOB (Subsecretaría General de Gobierno).	Facilita la comunicación entre el gobierno y la sociedad chilena. A través del Fondo de Medios de Comunicación, financia en forma complementaria proyectos relativos a la realización, edición y difusión de programas o suplementos de carácter regional, intercomunal o comunal.
FOSIS (Fondo de Solidaridad e Inversión Social).	Apoya a las personas en situación de pobreza o vulnerabilidad que buscan mejorar su condición de vida. Según sus necesidades, implementa programas en tres ámbitos: emprendimiento, trabajo y habilitación social.

Financiamiento Apoyo Privado	Descripción
INNOVA BÍO-BÍO.	El Fondo de Innovación Tecnológica de la Región del Bio-bío, Innova Bío-bío, 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 existentes en el país. Promover la innovación, la transferencia de conocimiento y las capacidades tecnológicas en la Región del Bío-bío, 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.

CORPARAUCO.

Patrocinador de Innova Bío-bío, labor que ha permitido levantar y patrocinar proyectos de innovación tecnológica, asesorar en misiones tecnológicas, traídas de expertos, etc. Además, es parte del equipo de evaluación de proyectos postulados a la Convocatoria de Innovación Emprendedora, realizada cada año en la región.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

En cuanto a las asesorías técnicas que reciben las PYMES, se pueden identificar las siguientes:

Tabla 28.

Identificación de asesoría técnica.

Asesorías Técnicas	Descripción
USCS.	Realiza capacitaciones y presta asesorías a las pequeñas y medianas empresas en diversos campos.
CORPARAUCO.	La Corporación, basa su funcionamiento en una política de calidad, mediante el cumplimiento a sus compromisos contraídos con sus asociados, clientes (emprendedores/as, empresarios/as), clientes complementadores (CORFO, SERCOTEC, Innova Biobío, entre otros) y las personas que interactúan con ella.
SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo).	Promueve y difunde el desarrollo de la actividad turística de Chile.
INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario).	Apoya el desarrollo de los pequeños productores y productoras agrícolas mediante acciones de fomento productivo, orientadas a la generación y fortalecimiento del capital humano, financiero y productivo, que contribuyan a la superación de la pobreza y a la sostenibilidad y competitividad de la agricultura nacional.
PRODEMU (Programa Desarrollo de la Mujer).	Se enfoca principalmente en el desarrollo de la mujer, a través de capacitaciones.

Asesorías Técnicas	Descripción
SENCE (Servicio Nacional de Capacitación y Empleo).	Contribuye a la generación de empleo, dinamiza el mercado laboral y desarrolla capital humano mediante la aplicación de políticas públicas de fomento e intermediación laboral y de capacitación orientada a la empleabilidad y la productividad.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

Estas entidades intervienen en la comuna a través de alianzas estratégicas donde se realizan mesas de trabajo, convenios con algunas instituciones donde se transfieren recursos profesionales o instrumentos técnicos, los cuales pueden ser utilizados y no generen costos en la implementación directa; estas alianzas permiten realizar un trabajo más asertivo y funcional con un enfoque intersectorial, lo que se refiere a que se van a intervenir áreas tanto sociales, fomento económico, capacitaciones y salud, que es imposible abordar solo un área para impulsar el desarrollo.

Otra perspectiva, es el financiamiento de proyectos que ayudan al desarrollo local y que impulsan de una forma indirecta o directa el desarrollo del sector turístico de la comuna. Estos proyectos son postulados a fondos públicos tanto regionales como nacionales. La entidad que realiza la formulación de los proyectos y analiza la carta de proyectos más importantes para la comuna es la municipalidad. En la siguiente tabla se identifican proyectos postulados y algunos ejecutados en la comuna en el último año.

Tabla 29.

Identificación de proyectos.

Proyectos postulados
Directos
Finalización de construcción piscina semi-olímpica, pública, temperada y techada.
Construcción Museo Fuerte Histórico.
Reconstrucción Segunda Compañía de Bomberos.
Reconstrucción Fuerte Histórico.
Diseño Plan de Desarrollo Comunal año 2017-2020.
Mejoramiento Plaza Sueño Cumplido.
Reconstrucción Teatro Municipal.
Recuperación de espacios públicos: Parque Av. La Paz y habilitación paseo Rayenantu.
Construcción Anfiteatro población Nahuelbuta.
Indirectos
Construcción Estadio de pasto Sintético Estándar FIFA.
Mejoramiento Biblioteca Municipal.
Construcción Centro comunitario para Discapacitados.
Construcción de Skatepark.
Reposición Alumbrado público Comuna de Santa Juana.
Construcción Nuevo Cementerio.
Agua Potable Rural para sectores El Cohiue, Colico Alto, Las Arenitas.
Construcción Centro Cívico de Palihue Rely.
Paraderos Sectores Urbanos y Rurales.
Electrificación rural en el sector Chivicura.
Construcción sede social Club de Huasos Benigno Palma Salazar.
Construcción sede social Villa San Felipe.
Ampliación sede social Tanahullín.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

3.3.3. Organizaciones no gubernamentales

Una organización no gubernamental (ONG) es cualquier entidad no lucrativa que puede estar organizada a nivel local, nacional o internacional. Estas entidades están orientadas y dirigidas por personas que tienen un interés en común y realizan una variedad de servicios y funciones humanitarias; son las encargadas de llevar los problemas de los ciudadanos a los Gobiernos, además de alimentar la participación de la comunidad. Sirven como mecanismos de advertencia temprana y ayudan en la supervisión e implementación de acuerdos tanto locales, nacionales e internacionales. Existen algunas organizaciones que tratan temas en específico, tales como los derechos humanos, medio ambiente, entre otros.

En la actualidad, la Ilustre Municipalidad de Santa Juana se encuentra trabajando con algunas fundaciones como la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), quien promueve la cultura y los procesos de innovación. Para ello, apoya iniciativas, genera estrategias, trasfiere información y resultados de proyectos y programas innovadores en el ámbito rural, además de la Fundación Emplea que aporta capacitaciones.

3.3.4. Centros de enseñanza especializada

Dentro de los centros de enseñanza especializada con los que trabaja la municipalidad se encuentran las capacitaciones que se realizan por medio del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), Organismo Técnico de Capacitación (OTEC) e Indagación Científica para la Educación de las Ciencias (ICEC), quienes entregan conocimientos a los microempresarios de la comuna en temas como la formulación de proyectos, inocuidad alimentaria, contabilidad básica, atención al cliente, entre otros.

En la siguiente tabla se especifican las capacitaciones que se realizaron durante el año 2015:

Tabla 30.*Identificación de capacitaciones realizadas año 2015.*

Nombre Capacitación	N° personas
Producción Hongo Shiitake.	20 personas
Mejorando mi negocio (PRODEMU).	25 mujeres
Emprendimiento rural (PRODEMU).	20 mujeres
Mujeres Emprendedoras (PRODEMU).	25 mujeres
Norma HHCP inocuidad alimentaria en recinto, restaurant.	20 emprendedores
Formulación y evaluación de proyecto.	20 emprendedores
Vendedor integral.	25 personas

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

Estas capacitaciones están dirigidas a los emprendedores y mujeres de la comuna, con el fin de crecer en forma constante y lograr administrar su negocio de la manera más adecuada. En el caso de los emprendedores, se les enseña cómo administrar de manera más óptima los recursos que poseen, formulando y evaluando sus proyectos, mientras tanto, las mujeres a través del Programa de Desarrollo de la Mujer, pueden capacitarse en diferentes áreas, ya sean para mejorar su emprendimiento o para ser monitoras de violencia intrafamiliar.

3.4. Tendencias del desarrollo turístico

3.4.1. Efectividad de la promoción turística

Hoy en día los medios de comunicación han ayudado de forma permanente al desarrollo del turismo en la comuna, aumentando así el número de visitantes que asisten a los diferentes atractivos turísticos y actividades programadas por el municipio. Dentro de los medios de comunicación masivos se destacan principalmente las redes sociales, los electrónicos y televisivos. A continuación, se identifican las herramientas de promoción más utilizadas por el municipio y el momento de su utilización.

Tabla 31.

Identificación de herramientas de promoción turística.

Herramienta de promoción	Momentos utilizada
Radio.	Promoción de eventos programados.
Redes Sociales.	Promoción de eventos programados y recursos turísticos.
Videos Promocionales.	Promoción de eventos programados.
Tv.	Promoción de eventos programados.
Merchandising.	Promoción de eventos programados y recursos turísticos.
Pág. Oficial Municipalidad.	Promoción de eventos programados y recursos turísticos.

Fuente: Elaboración propia según herramientas de recolección de datos aplicadas.

3.4.2. Evolución de la inversión turística privada

Respecto de la inversión turística privada, se puede observar lo siguiente:

- Inversión en los proyectos de turismo de descanso, principalmente en los sectores circundantes al Río Lía, específicamente de los dueños de los campings, quienes son los que más invierten en sus terrenos.
- Las inversiones en el sector agrícola están asociadas a los programas de apoyo dirigidos a la pequeña agricultura, impulsadas desde las agencias estatales, entre las cuales destacan invernaderos de flores y hortalizas en los sectores de Huallerehue, Colico y el Valle de Curafí.
- La inversión realizada en el área gastronómica se destaca principalmente por los dueños de los restaurant, quienes invierten tanto en infraestructura como en los utensilios del local; esta inversión ayuda notablemente a que estos sean una oferta turística más atractiva.
- Dentro de la inversión privada también se encuentran las que realizan los supermercados, bancos y los participantes de las fiestas costumbristas, quienes cada año tienen que invertir en nuevas tecnologías para sus locales, con la finalidad de hacer más expedita la atención a los turistas o visitantes.

3.4.3. Percepción de la comunidad acerca de desarrollo turístico

La percepción de la comunidad en cuanto al turismo es baja, ya que los habitantes de la comuna no identifican la palabra turismo como propia, ésta realidad se da por distintos factores. Entre estos factores se destacan el nivel del desarrollo económico que genera la industria turística y el efecto de costumbre que se da al identificar los recursos turísticos y actividades turísticas como parte de la comuna.

3.4.4. Nivel de información disponible acerca de la oferta turística

El nivel de información que se entrega a los visitantes de la oferta turística que posee Santa Juana son regulares, puesto que, los actuales atractivos turísticos que tiene la comuna se encuentran en condiciones que no satisfacen las necesidades de los turistas y de los habitantes de la comuna, ya que se encuentran en reconstrucción, como es el caso del Fuerte Histórico, o en evidente abandono. La información que se logra entregar tanto a la comuna como a otras aledañas se hace a través de la página que posee la municipalidad, Radio Bío-bío y las redes sociales destacando dentro de ellas principalmente Facebook.

Al no poseer una oficina o un departamento de turismo los visitantes no saben dónde dirigirse o no tienen muy claro los lugares a los que pueden acudir o en el caso que quieran pernoctar en Santa Juana, no tienen información de las cabañas o lugares donde se puedan alojar. En conclusión, podemos decir que la comuna se encuentra deficiente en el tema de la información disponible que tiene acerca de la oferta turística que posee.

3.5. Antecedentes generales de la demanda

3.5.1. Llegadas

La llegada de los turistas a la comuna se da principalmente en el verano, optando por el sector del Río Lía y las actividades programadas en ésta época del año; cabe mencionar que durante todo el año se realizan eventos programados, es decir, fiestas costumbristas, las cuales tienen una alta participación tanto de turistas como de los mismos Santa Juaninos, pero son fechas específicas, mientras que, en el verano, el flujo de visitantes y turistas es mayor a las otras estaciones del año.

3.5.2. Pernoctaciones

El desarrollo de la demanda de pernoctaciones en la comuna es muy bajo, esto se da principalmente por las características de los recursos turísticos y por la situación actual en la que se encuentra la oferta de ésta demanda. A continuación, se identifican de forma detallada los factores que influyen en ésta demanda:

- Los eventos programados tienen una duración de uno a dos días.
- Los turistas son principalmente de comunas aledañas, con una distancia promedio de 50/km.
- Los recursos turísticos no tienen las condiciones ni el atractivo para poder generar una demanda mayor y una inversión privada para cubrir esa demanda.

En la actualidad, el recurso turístico que más desarrollo tiene en el tema es el sector del Río Lía, se da especialmente por sus características naturales y por la inversión de privados que ha ido en aumento estos dos últimos años, siendo el sector con mayor porcentaje de oferta de alojamiento en la comuna.

3.5.3. Ocupabilidad

La Ocupabilidad de la demanda en la industria turística proporciona de forma involuntaria la información de la oferta turística más desarrollada. Entre las principales actividades y recursos turísticos que involucran las demandas con un mayor índice son: los eventos programados, el sector del Río Lía y sus zonas de camping con sus diversas actividades, el Fuerte Histórico, Laguna Rayenantu y la oferta gastronómica que vincula a los productos agrícolas y restaurantes.

3.5.4. Estacionalidad

La llegada de los turistas a la comuna se ha desarrollado tomando en cuenta dos factores claves, los eventos programados y la demanda generada por la estación de verano.

Los eventos programados se distribuyen durante el año bajo una estrategia de generar un evento por mes, con la finalidad de atraer una demanda estable durante todo el año, mejorando la dinámica turística de la comuna.

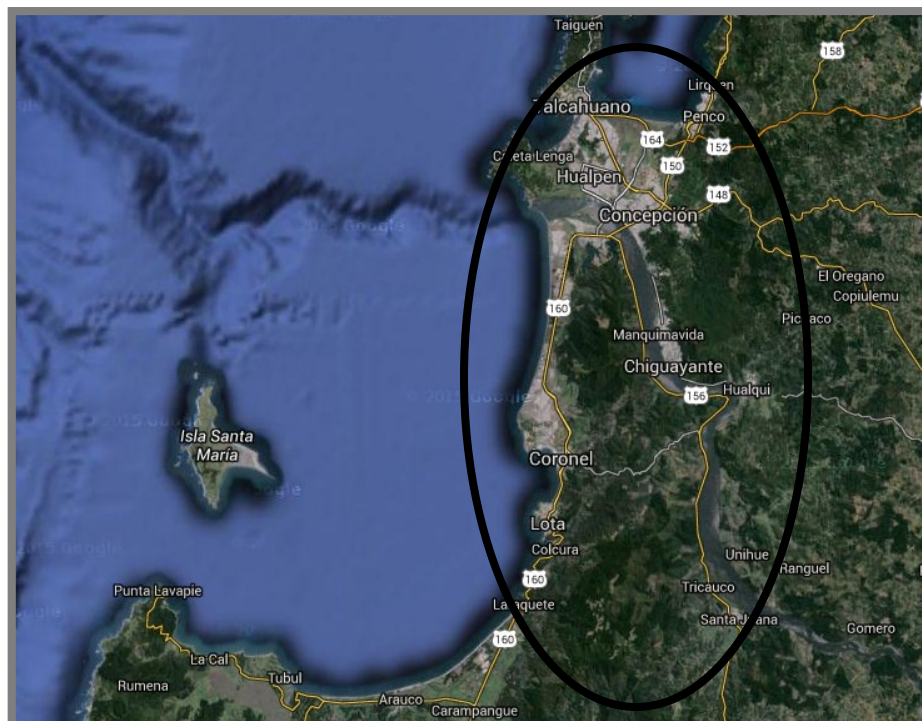
La mayor demanda turística se genera en la estación de verano, ya que los visitantes buscan un lugar tranquilo y alejado de la ciudad, en ese caso, la Comuna de Santa Juana puede satisfacer ese tipo de necesidades. La Municipalidad de Santa Juana y los empresarios planifican con anterioridad las actividades a realizar en ésta temporada, el principal atractivo turístico natural que fortalece el turismo es el sector del Río Lía, donde los campings ofrecen un tipo de turismo de descanso donde los demandantes pueden adquirir una experiencia familiar de diversión, descanso y seguridad.

3.6. Perfil del visitante

Para poder segmentar y caracterizar el perfil del visitante se toman en cuenta aspectos geográficos, socio-demográficos y psicológicos, los cuales dan a conocer ciertos tipos de conductas y necesidades que se deberían satisfacer. Cada aspecto se analiza de acuerdo a los resultados de las herramientas de recolección de datos aplicadas.

Los visitantes se caracterizan por tener un origen de las comunas aledañas a Santa Juana, principalmente de la Provincia de Concepción, con una distancia promedio de 50/km; entre estas comunas se destacan Lota, Coronel, Lagunillas, San pedro de la Paz, Talcahuano, Hualpén, Concepción, Chiguayante y Hualqui. En la siguiente imagen se ilustra la distribución geográfica de estas comunas:

Imagen 12: *Distribución geográfica del origen del visitante.*



Fuente: Elaboración propia.

Leyenda:



Rango geográfico del origen del visitante.

Entre los aspectos socio-demográficos y psicológicos se puede inferir que la demanda se caracteriza por ser de un nivel socioeconómico medio bajo (C3) y con una edad promedio de los visitantes que bordea los 30 y 70 años. Buscan adquirir experiencias familiares, recordando y rescatando tradiciones vinculadas al ámbito cultural, gastronómico y económico. Los visitantes tienen una visión de una comuna limpia, ordenada y segura; donde pueden participar de diversas actividades acorde a sus necesidades, cultura, nivel socioeconómico, entre otros.

3.7. Análisis FODA

El diseño de un PLADETUR requiere diversos análisis tomando en cuenta distintas perspectivas de la situación en la que se encuentra la industria turística de la comuna, uno de estos análisis es el FODA, el que idéntica fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de alguna situación; a continuación, se plantea cada parte del FODA aplicado al diagnóstico externo e interno del sector turístico comunal, analizando los resultados de las herramientas de recolección de datos aplicadas.

3.7.1. Fortalezas

Las fortalezas son los aspectos internos controlables que repercuten de forma positiva en una organización, en el caso práctico, las fortalezas de la Ilustre Municipalidad de Santa Juana y de la comuna son:

- **Recursos Turísticos:**

- Actividades programadas.
- Sector Río Lía.
- Monumento al campesino.
- Restaurants.
- Fuerte Histórico.
- Laguna Rayenantu.
- Plaza de Armas.
- Actividades agroturísticas.

- **Aspecto climático:**

- Estaciones del año claramente definidas.

▪ **Administración:**

- Enfoque organizativo municipal en fortalecer y crear una industria turística potencial.
- Trabajo constante con la comunidad a través de cursos, talleres y actividades programadas.

▪ **Ordenamiento territorial:**

- Comuna estéticamente ordenada y limpia.
- Plan de ordenamiento territorial que fortalece la identidad comunal.

▪ **Medio ambiente:**

- Comuna libre de contaminación ambiental.
- Puntos de reciclaje claramente definidos.
- Potencial desarrollo de actividades reciclables.

▪ **Identidad comunal:**

- Identidad comunal claramente definida, siempre rescatando tradiciones y cultura.

▪ **Desarrollo económico:**

- Potencial desarrollo de actividades económicas agroturísticas.

3.7.2. Debilidades

Las debilidades son aspectos internos controlables que repercuten de forma negativa en una organización, en el caso práctico, las debilidades de la Ilustre Municipalidad de Santa Juana y de la comuna son:

▪ **Recursos turísticos:**

- Recursos turísticos potenciales no desarrollados.
- Inmobiliario y señalética de recursos turísticos.

▪ **Medio ambiente:**

- Déficit en la fiscalización de empresas forestales sobre la utilización de suelos agrícolas y tala de bosques.

▪ **Administración:**

- No existe un plan de desarrollo turístico.
- No existe una oficina ni departamento de turismo en el municipio.
- No existe un plan de marketing definido.

▪ **Conectividad:**

- Dificultad para llegar a algunos sectores rurales.
- Déficit en el transporte público.
- Mala conectividad para algunos recursos turísticos.

▪ **Calidad del servicio:**

- Escaso profesionalismo de los servicios turísticos ofrecidos.
- Poca relación entre precio y calidad en algunos servicios.
- Falta de red de servicios básicos en zonas rurales potencialmente turísticas.

▪ **Desarrollo económico:**

- Poca inversión de privados en la industria del turismo.

3.7.3. Oportunidades

Las oportunidades son aspectos externos incontrolables que repercuten de forma positiva en una organización, en el caso práctico, las oportunidades que se pueden dar para un desarrollo turístico sustentable son:

- Costanera rivera sur Río Bio-Bio.
- Desarrollo del Parque Catirai para diversas actividades turísticas y deportivas.
- Desarrollo del área agrícola como fuente de desarrollo económico comunal.
- Conexión hacia Laja y San Rosendo, e integración con comunas vecinas.
- Cordillera de Nahuelbuta.
- Desarrollo de PYMES y Programa de emprendedores.
- Creación de nuevos atractivos turísticos en relación a la identidad comunal.
- Fortalecimiento de programas de financiamiento público que buscan fomentar el emprendimiento.
- Existencia de programas del gobierno que fomentan la actividad turística.
- Organismos públicos, de índole regional y nacional, reconocen que la actividad turística es un eje importante en la Región del Bío-bío.

3.7.4. Amenazas

Las amenazas son aspectos externos incontrolables que repercuten de forma negativa en una organización, en el caso práctico, las amenazas que se pueden dar en el sector turístico comunal son:

- Creación de diversas fiestas costumbristas en comunas de la región.
- Ruta y vialidad deficiente e insegura.
- Índice de delincuencia creciente.
- Destrucción del bosque nativo a consecuencia de la expansión de la actividad forestal.
- Pérdida exponencial de la identidad comunal.

CAPÍTULO 4 PLAN DE DESARROLLO TURISTICO (PLADETUR)

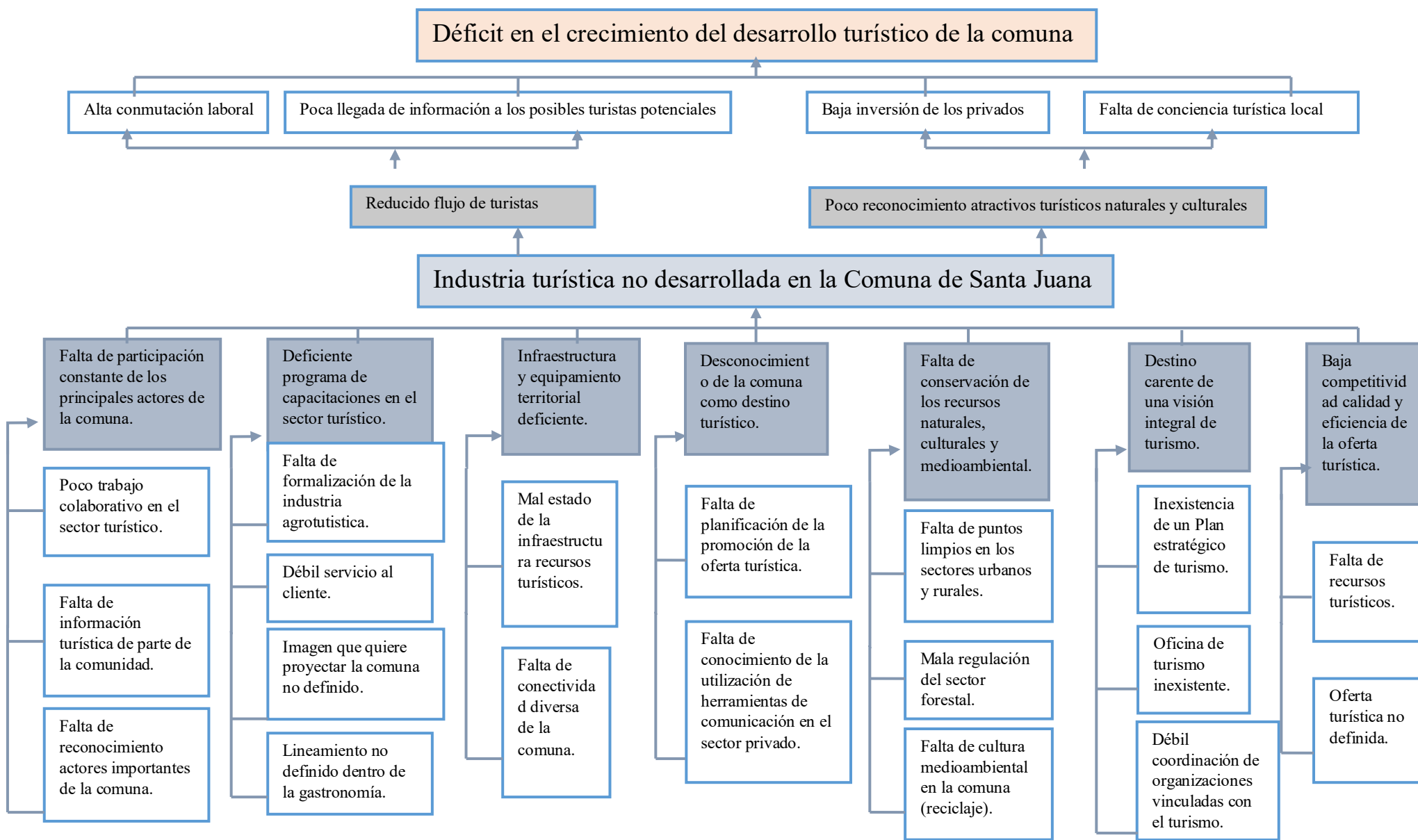
Un PLADETUR se basa principalmente en generar una planificación de las acciones y estrategias a seguir de acuerdo a la situación actual, al problema enfrentado y a las directrices estratégicas planteadas. A continuación, se desarrollará el capítulo de planificación identificando el problema a través de un Árbol de Problemas, la visión, misión, objetivos y lineamientos de trabajo.

4.1. Identificación del Problema

En un proceso de planificación turística, la identificación del problema principal al que se enfrenta la situación actual de la comuna es un paso muy importante, con el cual se pueden identificar los objetivos estratégicos y crear planes de acción para revertir tal situación. En el caso práctico, la herramienta utilizada se denomina Árbol de Problemas, la cual tiene como objetivo ayudar a analizar las causas y efectos en un primer y segundo nivel de un problema central. El Árbol de Problemas fue diseñado de acuerdo al análisis realizado de la situación actual de la comuna, obteniendo información desde las entrevistas y grupos focales; el siguiente esquema identifica las causas, el problema central y los efectos sobre la industria turística de la comuna.

Esquema 1.

Árbol de Problemas Causa-Efecto.



El Árbol de problemas causa y efecto expuesto en la página anterior identifica como problema central una industria turística no desarrollada a causa de la falta de participación constante de los principales actores de la comuna, del deficiente programa de capacitaciones en el sector, de la infraestructura y equipamiento, del desconocimiento de la comuna como un destino turístico potenciado, de la falta de conservación de recursos naturales, culturales y medioambientales, de la carencia de una visión integral y un déficit en la oferta turística local; repercutiendo principalmente en un reducido flujo de turistas y en el reconocimiento de atractivos turísticos naturales y culturales de la comuna proyectando un déficit en el crecimiento del desarrollo turístico comunal.

4.2. Visión, Misión e imagen objetivo

Al definir la visión, misión e imagen objetivo de la industria turística de la Comuna de Santa Juana se busca establecer la línea de acción en la que se deben orientar las estrategias diseñadas en las matrices de planificación; en su diseño, se consideraron las orientaciones del Plan de Desarrollo Comunal, los resultados del análisis de la situación actual (realizados a través de los grupos focales y entrevistas) y lineamientos entregados por organismos gubernamentales orientados a fomentar la industria turística.

El trabajo de la investigación se basó principalmente en el documento entregado por SERNATUR denominado Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico (2015), el que sugiere un trabajo sistemático para la confección de la línea de acción, respondiendo al menos las siguientes cuatro interrogantes:

- ¿Cómo nos ven los turistas?
- ¿Cómo queremos que nos vean?
- ¿Cómo estamos actualmente?
- ¿Dónde queremos llegar?

A continuación, se plantea la misión, visión e imagen-objetivo de la comuna, las que intentan responder las preguntas antes señaladas:

- **Visión:**

“Ser una comuna con una industria turística desarrollada, reconocida a nivel regional y nacional como un destino turístico que valora su historia, tradiciones y medio ambiente.”

- **Misión:**

“Somos una comuna que se caracteriza por tener diversos atractivos turísticos potenciales, que vela por conservar las tradiciones y cultura campestre trabajando en forma conjunta entre el sector público y privado, ayudando al crecimiento y desarrollo de la industria turística”.

▪ **Imagen- objetivo:**

“Santa Juana es una comuna que quiere reflejar un alto desarrollo de la industria turística, la que conserva las tradiciones campesinas, patrimonio histórico, paisaje natural y limpio, permitiendo generar una oferta turística sustentable”.

4.3. Lineamientos objetivos

Los lineamientos objetivos corresponden a las áreas de intervención en la comuna para superar la situación actual y avanzar hacia la imagen objetivo. En el caso práctico, los lineamientos estratégicos se identificaron de acuerdo al planteamiento sugerido en los grupos focales realizados con el personal municipal y los personajes claves de la comuna, también se tomó en cuenta el análisis general de la situación actual del sector turístico. Para obtener los lineamientos se plantearon diversas líneas de acción de intervención, donde cada participante identificó el más importante de acuerdo a lo conversado en cada grupo focal. A continuación, se detallarán las líneas de acción que se llevarán a cabo para lograr la imagen objetivo general de cada lineamiento.

Tabla 32.

Lineamientos objetivos y descripción.

Lineamiento Objetivo	Descripción
Lineamiento Conciencia Turística.	El lineamiento conciencia turística se orienta principalmente en trabajar de forma conjunta entre la comunidad y el municipio con el fin de crear conciencia de la importancia de su participación y aporte en el sector tanto individual como colectivo.
Lineamiento Capacitación Turística.	El lineamiento de capacitación turística consiste en proponer una gama de proyectos orientados a las capacitaciones de actores influyentes en el desarrollo del sector turístico comunal.

Lineamiento Inversión en equipamiento e infraestructura.	El lineamiento de inversión en equipamiento e infraestructura propone mejorar la imagen y esencia de la comuna a través de la inversión de privados en sus negocios y la inversión del municipio en espacios públicos.
Lineamiento Promoción turística.	El lineamiento de promoción turística se orienta principalmente en generar la difusión de los recursos turísticos de la comuna a través de una elaboración de un plan de marketing.
Lineamiento Medio Ambiente.	El lineamiento de medio ambiente propone generar acciones que conserven los recursos naturales e incorporar una cultura medioambiental sustentable.
Lineamiento Fortalecimiento Institucional.	El lineamiento de fortalecimiento institucional se basa principalmente en crear una oficina de turismo dentro del organigrama municipal con el fin de centrar y gestionar la coordinación del sector entre sus actores, y sustentar la planificación dentro de la industria.
Lineamiento Oferta Turística.	El lineamiento de oferta turística propone la creación de nuevos atractivos turísticos en la zona, fomentando así la inversión tanto privada como pública, ayudando de esta forma al desarrollo local.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Matriz de planificación por lineamientos (Proyectos-Iniciativas)

La matriz de planificación cumple el objetivo de identificar los proyectos e iniciativas que se plantean de acuerdo a los lineamientos o áreas de acción propuestas, con el fin de abordar los problemas identificados en el Árbol de Problemas. El diseño de la matriz general es una mezcla entre un Cuadro de Mando Integral con la información necesaria requerida por la municipalidad, identificada en las entrevistas y grupo focal aplicado al personal municipal. En las siguientes siete tablas se dan conocer las matrices por cada lineamiento propuesto.

Tabla 33.

Matriz 1, Lineamiento Conciencia Turística.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Crear en la comunidad y visitantes el concepto de la importancia del trabajo colaborativo del sector, formando una educación en la cual se pueda identificar el rol de cada actor y su aporte al desarrollo turístico.	Generar instancias donde se pueda informar y discutir sobre temas del sector turístico.	Informar a la comunidad a través de las Juntas de Vecinos sobre el rol que tiene cada actor.	Estrategia de Diversificación: Realizar una jornada anual de reflexión sobre la situación actual del sector turístico comunal.	Promover la conciencia turística en la comunidad, con el fin de que cada actor sepa sobre los detalles de la oferta turística y así, poder otorgar una información clara y certera a la demanda turística.	Aumentar la conciencia turística en la comunidad.	4 años	Número de jornadas de reflexión: 1 jornada anual.	Fomento Productivo.

<p>Adaptar la infraestructura y señalética urbana con el fin de incorporar información turística de una forma más lúdica y con identidad propia.</p>	<p>Incorporar a la infraestructura y señalética urbana información correspondiente a orientación e historia sobre los principales atractivos turísticos.</p>	<p>Estrategia de Desarrollo Producto: Diagnosticar la infraestructura y señalética necesaria para cada destino turístico. Diseñar señalética acorde a la identidad comunal. Identificar fuentes de financiamiento y diseñar proyectos que ayuden a la realización de éstos.</p>	<p>Lograr que cada ciudadano conozca los destinos turísticos; para así convertirse en un importante canal informativo con identidad propia de la comuna.</p>	<p>Causar un impacto positivo en el turista que visita la comuna otorgando una mejor experiencia enfocada en la cultura y/o tradiciones.</p>	<p>4 años</p>	<p>N° de infraestructura y señalética implementada.</p>	<p>Oficina de Tránsito.</p>
<p>Informar a los actores influyentes sobre la importancia que tiene manejar la información turística de la comuna con el fin fomentar el crecimiento turístico de la misma.</p>	<p>Realizar jornadas de capacitación a los personajes claves e influyentes en el sector turístico.</p>	<p>Estrategia de Diversificación: Realizar una jornada anual de capacitación sobre la información de la oferta turística que posee la comuna.</p>	<p>Generar conciencia en los actores claves sobre la importancia de su participación dentro del desarrollo del sector turístico.</p>	<p>Generar una participación positiva y sustentable de los personajes claves e influyentes.</p>	<p>2 años.</p>	<p>N° de actores influyentes que asisten a las capacitaciones.</p>	<p>Fomento Productivo.</p>

Incorporar programas de talleres en establecimientos educacionales sobre la identidad comunal que fomenten la conciencia turística.	Realizar talleres en establecimientos educacionales sobre la conciencia turística.	Estrategia de Diversificación: Realizar talleres extra programáticos en establecimientos educacionales sobre la identidad comunal y como ser parte activa de ésta.	Conservar la identidad histórica y comunal dentro de las nuevas generaciones, otorgando un papel fundamental en el crecimiento turístico de la comuna.	Lograr que las actividades desarrolladas generen en los jóvenes un interés por su comuna y sus raíces fomentando la conciencia turística.	4 años.	N° de programas incorporados en los diferentes establecimientos.	Fomento Productivo. Departamento de Educación.
---	--	--	--	---	---------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34.

Matriz 2, Lineamiento Capacitación Turística.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Capacitar a los empresarios turísticos y sus colaboradores en el mejoramiento de sus servicios, alcanzando estándares nacionales de calidad, además capacitar a los mismos en el reconocimiento de su identidad comunal y arquitectónica.	Incorporar en el área gastronómica y fiestas costumbristas un mayor valor agregado a través de capacitaciones que incluyan herramientas que permitan desarrollar una mejor atención al turista o visitante; Manteniendo así las tradiciones que posee la comuna sin perder la identidad propia de cada local.	Crear un plan de capacitación a los restaurantes y expositores para mejorar el nivel de atención de sus clientes coordinando además un plan de negocios y la convergencia de la identidad propia de cada local o expositor con la identidad comunal.	Estrategia de Desarrollo Producto: Capacitar en la entrega de una mejor atención al cliente. Generar conciencia sobre la importancia de la buena atención al cliente. Crear jornadas de capacitación sobre el diseño de un plan de negocios que rescate la identidad comunal acoplada a la identidad propia de cada local u/o expositor.	Obtener un mayor desempeño de la industria turística de la comuna, por medio de una retroalimentación entre profesionales del área turística con los empresarios y colaboradores de ésta.	Mejorar la experiencia de los turistas y visitantes al momento de generar una relación comercial y conformar una fidelización garantizando un crecimiento en el área.	4 años.	Nº de capacitaciones aplicadas al área gastronómicas/ locales existentes en el área.	Fomento Productivo.
	Orientar capacitaciones a los campings generando la	Proponer un programa de capacitaciones que entreguen las	Estrategia de Desarrollo Producto:	Unificar la calidad del servicio otorgado por los	Incrementar el flujo de turistas en las distintas	3 años.	Inversión de privados / ingresos.	Fomento Productivo.

<p>entrega de herramientas que les permitan fortalecer la presentación, arquitectura, diseño y señalización del lugar.</p>	<p>herramientas pertinentes para identificar una identidad general de los campings representada en la arquitectura y diseño del lugar.</p>	<p>Generar una mesa de diálogo y trabajo colectivo entre los campings asociados y profesionales capacitadores, dividido en cuatro sesiones, una por semana dentro de un mismo mes.</p>	<p>campings representado mediante la arquitectura y diseño de sus instalaciones y señalética, proponiendo así un enfoque diferenciador de cada complejo turístico, alineado a la identidad comunal</p>	<p>estaciones del año producto de las mejoras realizadas por los dueños de complejos turísticos renovando con un aire de identidad comunal, la experiencia del turista.</p>	<p>4 años.</p>	<p>Nº de restaurant y supermercados /productores agropecuarios. Restaurant y supermercados que crean un lazo comercial con los productores de la comuna.</p>	<p>Fomento Productivo y PRODESAL.</p>
<p>Transformar a los productores agropecuarios en principales proveedores de restaurant y supermercados de la comuna, a través de capacitaciones enfocadas en el fomento productivo de la zona.</p>	<p>Entregar las herramientas necesarias para que los productores de la zona puedan capacitarse, a través de un plan entregado por la oficina de fomento productivo.</p>	<p>Estrategia de Desarrollo Producto: Realizar jornadas de capacitaciones orientadas a fortalecer a los pequeños productores agrícolas de la zona. Dentro de las capacitaciones se entregará información necesaria, para que los agropecuarios puedan formalizar su negocio, con el</p>	<p>Fortalecer la industria agroturística, a través de las mejoras realizadas por las capacitaciones que involucran temas importantes dentro de un emprendimiento .</p>	<p>Crear un lazo comercial entre la industria turística de la comuna y los agricultores, fomentando la auto-sustentabilidad</p>	<p>4 años.</p>	<p>Nº de restaurant y supermercados /productores agropecuarios. Restaurant y supermercados que crean un lazo comercial con los productores de la comuna.</p>	<p>Fomento Productivo y PRODESAL.</p>

fin de enfocar las
actividades en el
crecimiento
constante de la
industria.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35.

Matriz 3, Lineamiento Inversión en equipamiento e infraestructura.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Mejorar la calidad del equipamiento e infraestructura urbana y rural de diversos atractivos turísticos.	Renovar la imagen y esencia de la comuna generando cambios estructurales en el sector urbano y rural.	Instaurar ciclo vías en los sectores urbanos y rurales, con el fin de mejorar la conectividad entre los atractivos turísticos.	Estrategia de Desarrollo Producto: Diagnosticar mediante levantamiento de datos los puntos claves de conectividad, diseñando un modelo inicial para la construcción de las futuras rutas y senderos. Formular proyectos que permitan postular a fondos públicos concursables con el fin de financiar tales iniciativas.	Construir un ciclo vía, con el fin de mejorar la conectividad entre los atractivos turístico, convirtiéndose esta también en un atractivo.	Contribuir a mejorar a los atractivos turísticos que ya existen, siendo esto un complement o a la industria turística.	4 años	Mejoras realizadas a los atractivos turísticos.	Dirección de Obras Públicas.
	Mejorar el Parque Catirai, siendo uno de los atractivos turísticos potenciales	Implementar dentro del recinto mejoras en su infraestructura tales como: caminos,	Estrategia de Desarrollo Producto: Diagnosticar mediante levantamientos de	Impactar de manera positiva a la comunidad y visitantes, generando áreas	Tener un atractivo turístico potenciado que genere un mayor	8 años	Nº de mejoras implementadas en el Parque Catirai.	Dirección de Obras Públicas y Fomento Productivo.

dentro de la comuna.	miradores y zona de fotografías, iluminación, señalización, equipamiento, zonas de descanso e hidratación. Forestación de especies nativas.	datos la ubicación en la cual se realizarán las mejoras.	para el deporte y esparcimiento.	flujo de visitantes durante el año.
----------------------	---	--	----------------------------------	-------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36.

Matriz 4, Lineamiento Promoción turística.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Proponer un Plan de Marketing Turístico que difunda los atractivos turísticos, transformándolo en una herramienta directa de comunicación con los potenciales turistas.	Canalizar los recursos de marketing existentes para optimizar la promoción y difusión de los atractivos turísticos, con la finalidad de generar el interés de los turistas de visitar la comuna.	Confeccionar desde un estudio previo un nuevo Plan de Marketing Turístico que involucre todas las posibles herramientas de comunicación más utilizadas en el marketing turístico.	Estrategia de Desarrollo Producto: Realizar un estudio de la situación actual, identificando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de mejora en la difusión y entrega de información referente a los recursos turísticos de la comuna. Formular un Plan de Marketing Turístico, que contenga las estrategias y herramientas adecuadas de comunicación, identificadas por el estudio realizado.	Garantizar de manera efectiva la entrega de la información referente a la oferta turística de la Comuna de Santa Juana. Generando un mayor interés de los turistas, y por añadidura aumentar la población flotante durante todo el año.	Fortalecer la entrega de la información turística utilizando herramientas actualizadas de comunicación. Que den a conocer la Comuna de Santa Juana generando el interés de los potenciales turistas.	3 años.	Flujo de personas que visitan la comuna por la información entregada por la oficina relaciones públicas.	Oficina Relaciones Públicas. Fomento Productivo.

			Ejecutar las estrategias según los resultados obtenidos en el Plan de Marketing Turístico desarrollando las potenciales mejoras.				
Asesorar a través de capacitaciones a las entidades relacionadas directamente con el turismo, otorgándoles la información necesaria para el óptimo uso de las herramientas de promoción.	Diseñar un programa de capacitaciones que contemple el manejo efectivo de las diversas herramientas de comunicación, adaptando la información entregada acorde a la situación que enfrente cada entidad.	Estrategia de Desarrollo Producto: Acorde al levantamiento de datos de las posibles entidades participantes, se dispondrán los recursos necesarios para el óptimo desarrollo de cada capacitación.	Lograr que las entidades utilicen la información entregada en cada capacitación de una manera correcta, contribuyendo a la mejora de la promoción de cada oferta turística.	Mejorar la relación entre el turista o visitante y las entidades que entregan una respectiva oferta turística, aumentando el número de llegadas de turistas a la comuna.	3 años.	El aumento de llegadas de los turistas.	Oficina de Relaciones Públicas y Fomento Productivo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37.

Matriz 5, Lineamiento Medio Ambiente.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Proponer acciones que conserven los recursos naturales e incorporar una cultura medioambiental sustentable.	Instalar dentro de la comuna, tanto sectores rurales como urbanos puntos limpios de reciclaje.	Situar en lugares estratégicos, tanto rurales como urbanos, puntos limpios.	Desarrollo de Mercado: Realizar un diagnóstico donde se obtendrán los puntos estratégicos para ubicar los puntos limpios.	Emplazar de forma estratégica los puntos limpios, abarcando la mayor cantidad posibles en la comuna.	Mantener la imagen de una comuna limpia y que ayude a crear una cultura medioambiental sustentable.	4 años	N° de puntos limpios instalados en sectores rurales y urbanos.	Dirección de Obras Públicas.
	Forestar y reforestar con árboles nativos áreas intervenidas por las grandes empresas forestales que han afectado la situación hídrica de la comuna.	Forestar puntos estratégicos que ayuden a crear una imagen más atractiva a los recursos turísticos y reforestar las áreas intervenidas regulando la plantación del pino y eucaliptus creando límites forestales.	Estrategia de Diversificación: Diagnosticar la situación de la flora nativa y forestal, y diseñar un Plan de forestación y reforestación para la Comuna de Santa Juana.	Mejorar la situación de la flora nativa e hídrica de la comuna.	Aumentar y conservar de una forma sustentable y participativa la flora nativa.	10 años.	N° de hectáreas plantadas de árboles nativos.	
	Generar una cultura medio ambiental a través de capacitaciones	Diseñar un programa de capacitaciones donde se enseñen técnicas de	Estrategia de Diversificación: Realizar capacitaciones a establecimientos	Contribuir a la cultura medio ambiental de la comuna.	Disminuir los desechos del hogar.	4 años.	N° de capacitaciones realizadas.	

orientadas a técnicas del reciclaje.	reciclaje a la comunidad.	educacionales y juntas de vecinos de técnicas de reciclaje, con la finalidad de contribuir a la cultura medioambiental de la comuna.
--------------------------------------	---------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38.

Matriz 6, Lineamiento Fortalecimiento Institucional.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Crear una oficina de turismo dentro del organigrama municipal con el fin de centrar y gestionar la coordinación del sector entre sus actores, y sustentar la planificación dentro de la industria.	Incorporar dentro del organigrama de la municipalidad una oficina de turismo.	Gestionar las acciones pertinentes para la creación de una oficina encargada de las gestiones turísticas de la comuna.	Estrategia de Desarrollo Producto: Crear la oficina de turismo. Definir perfiles de cargos óptimos de acuerdo a los requerimientos de las gestiones a realizar. Incorporar la oficina dentro del organigrama municipal.	Asegurar que las gestiones realizadas en sector turístico cumplan los objetivos establecidos dentro de las herramientas de planificación.	Generar un crecimiento en la industria turística local a través de las gestiones realizadas por la oficina de turismo.	4 años.	Creación de la oficina.	Alcalde.
	Incorporar al personal municipal en la gestión para que estos puedan ser partícipes activos en el crecimiento que se quiere lograr acorde a los objetivos planteados	Hacer partícipe al personal municipal dentro de la gestión a través de un programa de evaluación, participación y capacitación.	Desarrollo de Producto: Realizar una evaluación a nivel institucional que involucre el desempeño de cada persona dentro de la municipalidad y la efectividad de la gestión utilizada.	Lograr la alineación dentro de los departamentos municipales con la finalidad que estos contribuyan a cumplir el objetivo identificado dentro de	Identificar al personal municipal como un ente activo dentro de la gestión y crecimiento del sector turístico.	2 años.	Nº de programas realizados al personal municipal.	Recursos Humanos.

dentro de la
planificación.

Establecer la
participación del
personal dentro de
la elaboración de
las herramientas a
utilizar.
Crear un
programa de
capacitación
donde el personal
pueda
desempeñar de
mejor forma su
participación
dentro de la
gestión turística
municipal.

instrumento de
planificación.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39.

Matriz 7, Lineamiento Oferta Turística.

Lineamiento Objetivo	Objetivo	Descripción	Estrategia	Metas	Resultados Esperados	Plazo	Indicador	Responsable
Fomentar la creación de nuevos atractivos turísticos que ayuden a desarrollar el turismo local.	Crear atractivos turísticos que estén alineados con la imagen que quiere proyectar Santa Juana y que ayuden a generar una oferta turística más atrayente para la inversión de los privados.	Generar nuevos atractivos turísticos enfocados a los recursos naturales y culturales aumentando así la oferta turística de la comuna.	Estrategia de Diversificación: Confeccionar propuestas detallando su nombre, descripción y ubicación, distribuyéndolos en recursos turísticos naturales y culturales. (Para ver más detalles, ver anexo n°5).	Aumentar los recursos turísticos de la comuna causando un impacto en la inversión privada de la industria turística local.	Aumentar el flujo de los turistas a la zona causando un incremento en el desarrollo de la economía local.	10 años.	N° de recursos turísticos creados/recursos turísticos existentes a la fecha.	Fomento Productivo, Dirección de Obras Públicas y Relaciones Públicas.

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 5 RESULTADOS

Los resultados de la investigación reflejan en que situación actual se encuentra la industria turística comunal y como ésta se puede ver reflejada en la visión que plasma cada institución o actor clave de la comuna. Al momento de aplicar las herramientas de recolección de datos es importante tener en cuenta que existe una diferencia entre la planificación de la metodología del proceso de investigación y su ejecución. Muchas veces lo estipulado no se ve reflejado en la situación real en la que se ve enfrentada la aplicación de cada herramienta. A continuación, se identifican los datos reales de la aplicación de las entrevistas y grupos focales y sus resultados.

5.1. Resultados entrevistas.

Las entrevistas realizadas al personal municipal se planificaron con el fin de recolectar información específica de acuerdo a la información disponible de cada entrevistado, por lo que sus respuestas dependían de la situación a enfrentar, del entrevistado y el tiempo disponible. En la siguiente tabla se especifican los datos reales de la aplicación de la herramienta como mecanismo de recolección de datos.

Tabla 40.

Datos concretos entrevista.

Ítems a identificar	Resultados
Entrevistas realizadas.	6 entrevistas.
Personal entrevistas aplicadas.	Elizabeth Reyes. Gerald Arriagada Ormeño. Héctor Pacheco. Leonel Candia Gutiérrez. Juana Ruiz Hidalgo. Roberto Hidalgo
Personal entrevistas no aplicadas.	Carlos Umaña Mardones.

Registro de información.	El registro de información se realizó a través de grabación de audio.
Capacidad de respuesta de los entrevistados.	La capacidad de respuesta de las entrevistas fue dependiendo del real manejo de la información que ellos poseen.

Fuente: Elaboración propia.

Cada entrevista realizada proporciona cierta información acorde a las guías de entrevistas diseñadas, en la siguiente tabla se pueden identificar los resultados de las entrevistas en conjunto, implementando un análisis acorde a las necesidades de información establecidas con anterioridad.

Tabla 41.

Resultados entrevistas.

Resultados Entrevistas	
Se puede identificar como atractivo turístico El Parque Catirai, Fuerte Histórico, Laguna Rayenantu, Río Lía, Monumento al Campesino, Camping y eventos programados.	
Entre los tipos de turismo desarrollados en la comuna se destacan el turismo cultural y patrimonial, turismo de descanso, donde se realizan actividades orientadas al esparcimiento, deporte, entretención y rescate de tradiciones.	
La oferta turística de la comuna posee un débil desarrollo en alojamiento y un potencial en el área gastronómica.	
La demanda más alta en la industria se proyecta en los eventos programados, camping y sector del Río Lía.	
Entre las institucionalidades que entregan más apoyo a la municipalidad en diversas actividades, planificación y gestión turística se encuentran: carabineros, bomberos, ambulancias, SERNATUR, SERCOTEC, CORFO, Universidades, entre otras.	
La industria turística se caracteriza por una baja inversión de privados y un déficit en la calidad de la información turística.	

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Resultados grupos focales

Los grupos focales y de acuerdo a lo planificado tuvieron un margen diferencial mucho más extenso que las entrevistas, esto quiere decir, que la diferencia de participación en relación a lo establecido fue mayor. Conforme a lo expuesto, en la siguiente tabla se especifica la realidad de la aplicación de cada grupo focal.

Tabla 42.

Datos concretos grupo focal personal municipal.

Ítems a identificar	Resultados
Grupo focal.	Personal Municipal.
Participantes del grupo focal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerald Arriagada ▪ Ricardo Pezo ▪ Héctor Pacheco ▪ Leonel Candia ▪ Marcos Fernández ▪ Víctor Reyes. ▪ Francisco Riquelme. ▪ Héctor Delgado. ▪ Juan Pezo.
No participantes del grupo focal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ángel Castro Medina. ▪ Carlos Umaña Mardones.
Reporte de Sesión.	(Para más detalles, ver anexo n°6).
Duración.	95 minutos.
Lugar.	Sala de Reuniones Municipalidad.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43.

Datos concretos grupo focal personajes claves de la comuna.

Ítems a identificar	Resultados
Grupo focal.	Personajes claves de la comuna.
Participantes del grupo focal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zenón Bizama Castro. ▪ Alejandro Chávez Hidalgo. ▪ Susana Valenzuela Riffo. ▪ María Sonia Neira González. ▪ Jonathan Yáñez Garrido.
No participantes del grupo focal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elizabeth Reyes ▪ Yolanda Fritz. ▪ Jocelyn Vergara Palma. ▪ Restaurante Maily ▪ Restaurant El Caleuche. ▪ Restaurant La Picá de Chello. ▪ Camping El Membrillar. ▪ Camping Lomas del Río Lía. ▪ Presidente de la Cámara de Comercio. ▪ Presidente de la Unión Comunal de Junta de Vecinos.
Reporte de Sesión.	(Para más detalles ver anexo n°7).
Duración.	120 minutos.
Lugar.	Sede Unión Comunal de la Junta de Vecinos.

Fuente: Elaboración propia.

En la planificación de los grupos focales se diseñó una guía de tópicos para cada grupo, con la finalidad de direccionar el desarrollo de éstos. En las siguientes tablas se plantean los resultados de cada grupo focal de acuerdo a cada guía de tópicos.

Tabla 44.

Resultados grupo focal personal municipal.

Aspectos guía de tópicos.	Resultados.
¿Cuáles son las exceptivas que tienen en la elaboración del PLADETUR?	Generar un mayor desarrollo turístico en la comuna creando nuevos atractivos turísticos; es un instrumento que ayuda a mejorar el sector turístico identificando las áreas que se encuentran con un bajo crecimiento creando planes de acción para poder revertir esa situación.
¿Cuál sería la forma del desarrollo del PLADETUR?	Identificando la situación en la cual se encuentra la comuna y haciendo participe a todos los actores relevantes de la comuna.
3 aportes por cada representante.	Los aportes se encuentran especificados en el reporte de sesión de cada participante. (Ver anexo n°6).
¿Cuál es la percepción de la comunidad frente a la palabra turismo?	La comunidad no se identifica con la palabra turismo y no son parte del desarrollo de la industria turística.
¿Cuáles son las oportunidades de desarrollo turístico en la actualidad?	Desarrollar el turismo aventura, generar nuevas rutas relacionada a la historia comunal, mejorar la calidad de servicio entregado.
¿En qué posibles escenarios se pueden desarrollar?	En la creación de una oficina de turismo, en la inversión de privados y con la participación de la comunidad.
Caracterización general del perfil del visitante.	El perfil del visitante se caracteriza por venir de comunas aledañas a Santa Juana ubicadas principalmente en la provincia de Concepción, con un nivel socioeconómico medio bajo, con expectativas de realizar actividades de carácter familiar.

¿Qué área de intervención se puede trabajar?	Conciencia turística, Inversión en equipamiento e infraestructura, calidad de servicios, promoción turística y fortalecimiento institucional.
¿Cómo nos ven los turistas?	Los turistas nos ven como una comuna ordenada, segura, limpia y de tradiciones.
¿Cómo queremos que nos vean?	Queremos que nos vean con uno de los principales puntos atractivos de la región que puedan satisfacer las necesidades acordes al perfil del visitante.
¿Cómo estamos actualmente?	Como municipalidad y comuna falta trabajar muchas áreas que ayudan a fomentar el turismo.
¿Dónde queremos llegar?	Ser una comuna reconocida a nivel regional y nacional en cuanto al turismo.
Medidas que debería de tomar la municipalidad para aumentar el desarrollo turístico.	Generar la Oficina de turismo, realizar un seguimiento a los instrumentos diseñados para el crecimiento constante del desarrollo turístico.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45.

Resultados grupo focal personajes claves.

Aspectos guía de tópicos.	Resultados.
Perspectivas de trabajo de un PLADETUR.	Que sea un instrumento que se utilice por la municipalidad y sea una de las principales herramientas dentro de la planificación y gestión de la comuna.
Aportes de los diferentes actores.	Los aportes de cada participante se encuentran en las fichas de reporte de sesión. (Ver anexo n°7).
¿Cuál creen que es la percepción de la comunidad frente a la palabra turismo?	La percepción que posee la comunidad frente a la palabra turismo se orienta a la poca participación de estos no generando una identidad local.

¿Cuáles son las oportunidades de desarrollo turístico en la actualidad?	Las oportunidades de desarrollo turístico se orientan al turismo aventura, trabajar con los privados en la confección de nuevos atractivos turísticos.
¿En qué posibles escenarios se pueden desarrollar?	Los posibles escenarios se pueden desarrollar trabajando en conjunto con la municipalidad y mejorando la comunicación dentro de los actores claves de la comuna.
Caracterización general del perfil del visitante.	El visitante de la comuna se caracteriza por ser de un nivel socioeconómico medio bajo y bajo, que tiene un origen desde las comunas aledañas a Santa Juana y que busca adquirir una experiencia envuelta en el rescate de tradiciones.
¿Qué área de intervención se puede trabajar?	Conciencia turística, Medio ambiente, Fortalecimiento institucional, Calidad de servicios, capacitación turística y atractivos turísticos.
¿Cómo nos ven los turistas?	Los turistas nos ven como una comuna que fortalece las tradiciones campestres.
¿Cómo queremos que nos vean?	Como un destino turístico de alta prioridad a nivel regional y nacional.
¿Cómo estamos actualmente?	En el proceso de crecimiento de la industria.
¿Dónde queremos llegar?	Que la industria turística sea desarrollada y que ésta sea la principal fuente de ingreso de la comuna, aumentando así el desarrollo local.

Fuente: Elaboración propia.

5.3. Resultados en común entre las herramientas aplicadas

Los resultados de las entrevistas y grupos focales aplicados determinan ciertos aspectos en común con respecto a la situación actual de la comuna y la definición de la imagen objetivo. En la siguiente tabla se identifican las ideas y aspectos en común entre las herramientas aplicadas, tomando en cuenta las más influyentes dentro de la investigación.

Tabla 46.

Resultados en común entre las herramientas aplicadas.

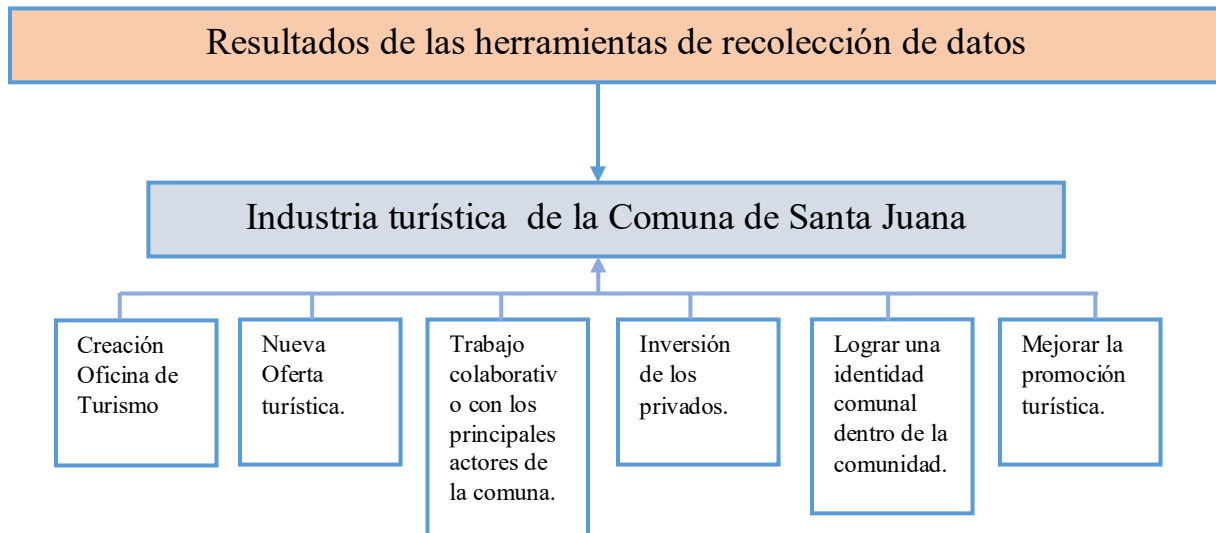
Resultados en común.
La importancia de crear una oficina de turismo dentro del municipio, que ayude a gestionar la industria turística de la comuna.
Incorporar nuevos atractivos turísticos dentro de la oferta turística comunal.
Mejorar el trabajo colaborativo entre los principales actores de la industria turística.
La importancia de la inversión de privados para generar un crecimiento en la industria.
Lograr una identidad comunal participativa.
Invertir y potenciar el área de promoción del sector turístico.

Fuente: Elaboración propia.

5.4. Esquema de resultados

Esquema 2.

Resultados en común de las herramientas de recolección de datos aplicadas.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo general y los objetivos específicos identificados al inicio de la investigación se puede concluir que:

Existen diversos conceptos y estudios que involucran un plan turístico y sustentan tal investigación; La planificación estratégica, la administración estratégica, el Turismo 2020, Turismo en Chile, la Política Regional de Turismo, el Desarrollo y Turismo y la Ley de Turismo son términos y estudios que ayudan a comprender de una forma más amplia la industria turística y como funciona su sistema. El sub-capítulo de planificación turística y las definiciones de turismo ayudan a orientar la investigación de una forma más metodológica y minuciosa, contribuyendo al diseño de un PLADETUR, destacando el documento Orientaciones para el Diseño de Planes de Desarrollo Turístico, publicado por el SERNATUR.

Las orientaciones plantean la forma de trabajo de la investigación, teniendo una estructura metodológica tanto para el análisis de la situación actual y la construcción de la visión, misión e imagen objetivo comunal. Para obtener la información necesaria y realizar el diagnóstico de la situación actual se utilizaron diferentes herramientas de recolección de datos, tales como entrevistas al personal municipal, grupos focales a personajes claves de la comuna y al personal municipal e información secundaria.

Al realizar los grupos focales se intentó sensibilizar sobre la importancia de su rol como personajes claves dentro de la industria turística y la relevancia que tiene el crecimiento de esta industria para el crecimiento local.

De resultados obtenidos del diagnóstico de la situación actual de la comuna al aplicar la metodología antes descrita, se puede concluir lo siguiente:

- Existe una descoordinación entre la municipalidad y la comunidad al no contar con un Plan de Desarrollo Turístico que planifique y oriente los accionares de estos actores.

- Para la confección de un nuevo PLADETUR la investigación se basó principalmente en los documentos y datos entregados tanto por el municipio y entidades gubernamentales.
- No existe una relación colaborativa directa entre la municipalidad y la comunidad orientada al turismo al no existir una oficina o departamento de turismo, dificultando entablar una relación que trabaje en post de cumplir un objetivo.
- Dentro del ámbito administrativo y gestión pública no existe una entidad que se encargue de la administración y gestión del sector turístico.
- No existe una conciencia turística dentro de la comunidad, que ayude a fortalecer el crecimiento de la industria.
- No existe una oferta turista definida, y la que posee actualmente no se encuentra en óptimas condiciones para generar una demanda del atractivo.
- No existe una promoción planificada que logre informar y atraer visitantes o turistas a los atractivos turísticos.
- Existe una baja inversión del sector privado, al no existir atractivos turísticos que aseguren una alta demanda.
- Existe una diversificación de la llegada de visitantes o turistas por el efecto de estacionalidad.
- Las capacitaciones se están centrando solo en el área gastronómica y pequeños emprendedores de la comuna, dejando fuera a otros actores claves que podrían contribuir al desarrollo de la industria turística.
- No existe una coherencia de imagen entre el sector privado y la municipalidad.

En cuanto a la construcción de la visión, misión e imagen objetivo se puede concluir:

- **Visión:**

“Ser una comuna con una industria turística desarrollada, reconocida a nivel regional y nacional como un destino turístico que valora su historia, tradiciones y medio ambiente.”

- **Misión:**

“Somos una comuna que se caracteriza por tener diversos atractivos turísticos potenciales, que vela por conservar las tradiciones y cultura campestre trabajando en forma conjunta entre el sector público y privado, ayudando al crecimiento y desarrollo de la industria turística”.

- **Imagen- objetivo:**

“Santa Juana es una comuna que quiere reflejar un alto desarrollo de la industria turística, la que conserva las tradiciones campesinas, patrimonio histórico, paisaje natural y limpio, permitiendo generar una oferta turística sustentable”.

Con respecto a la elaboración de las matrices que tienen como objetivo realizar sugerencias a las diferentes áreas de intervención de acuerdo al análisis, se pueden identificar las siguientes áreas o lineamientos:

- Conciencia turística.
- Capacitación turística.
- Inversión en equipamiento e infraestructura.
- Promoción turística.
- Medio ambiente.
- Fortalecimiento institucional.
- Oferta turística.

Como conclusión final de la investigación, se puede decir que la Comuna de Santa Juana está en un proceso de crecimiento en el ámbito turístico donde, como sugerencia se propone generar nuevas propuestas de atractivos turísticos y así incrementar la demanda y llegada de los turistas, al mismo tiempo la inversión de privados.

CAPÍTULO 7 SUGERENCIAS

Las sugerencias de la investigación se basarán de acuerdo a las matrices de lineamientos (proyectos- Iniciativas) diseñadas en el Capítulo Plan de Desarrollo Turístico, donde se identificaron las principales áreas de intervención más influyentes en la industria turística de la comuna.

En el Lineamiento de Conciencia Turista se sugiere:

- Realizar una jornada anual de reflexión sobre la situación actual del sector turístico comunal, con la finalidad de aumentar la conciencia turística en la comuna.
- Diagnosticar la infraestructura y señalética necesaria para cada destino turístico; diseñar señalética acorde a la identidad comunal e identificar fuentes de financiamiento; y diseñar proyectos que ayuden a la realización de éstos, con el fin de causar un impacto positivo en el turista que visita la comuna, otorgando una mejor experiencia enfocada en la cultura y/o tradiciones.
- Realizar una jornada anual de capacitación sobre la información de la oferta turística que posee la comuna, con la finalidad de generar una participación positiva y sustentable de los personajes claves e influyentes.
- Realizar talleres extra programáticos en establecimientos educacionales sobre la identidad comunal y como ser parte activa de ésta, con el fin de lograr que las actividades desarrolladas generen en los jóvenes un interés por su comuna y sus raíces fomentando la conciencia turística.

En el Lineamiento de Capacitación Turística se sugiere:

- Capacitar en la entrega de una mejor atención al cliente generado conciencia sobre la importancia de la buena atención a éstos.
- Crear jornadas de capacitación sobre el diseño de un plan de negocios que rescate la identidad comunal acoplada a la identidad propia de cada local u/o expositor, con la finalidad de mejorar la experiencia de los turistas y visitantes al momento de generar

una relación comercial y conformar una fidelización garantizando un crecimiento en el área.

- Generar una mesa de diálogo y trabajo colectivo entre los campings asociados y profesionales capacitadores, con el fin de incrementar el flujo de turistas en las distintas estaciones del año, producto de las mejoras realizadas por los dueños de los complejos turísticos.
- Realizar jornadas de capacitaciones orientadas a fortalecer a los pequeños productores agrícolas de la zona, dentro de las capacitaciones se entregará información necesaria, para que los agropecuarios puedan formalizar su negocio, con el fin de enfocar las actividades en el crecimiento constante de la industria.

En el Lineamiento de Inversión en Equipamiento e Infraestructura se sugiere:

- Diagnosticar mediante levantamiento de datos los puntos claves de conectividad, diseñando un modelo inicial para la construcción de las futuras rutas y senderos, formulando proyectos que permitan postular a fondos públicos concursables, con el fin de financiar tales iniciativas.
- Diagnosticar mediante levantamientos de datos la ubicación en la cual se realizarán las mejoras del equipamiento e infraestructura, con la finalidad de tener un atractivo turístico potenciado que genere un mayor flujo de visitantes durante el año.

En el Lineamiento de Promoción Turística se sugiere:

- Realizar un estudio de la situación actual, identificando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de mejora en la difusión y entrega de información referente a los recursos turísticos de la comuna; formular un Plan de Marketing Turístico, que contenga las estrategias y herramientas adecuadas de comunicación identificadas por el estudio realizado; ejecutar las estrategias según los resultados obtenidos en el Plan de Marketing Turístico desarrollando las potenciales mejoras. Todo lo anterior, con el propósito de fortalecer la entrega de la información turística utilizando herramientas actualizadas de comunicación que den a conocer la Comuna de Santa Juana generando el interés de los potenciales turistas.

- Realizar capacitaciones orientadas al área de promoción, acorde al levantamiento de datos de las posibles entidades participantes se dispondrán los recursos necesarios para el óptimo desarrollo de cada capacitación, con la finalidad de mejorar la relación entre el turista o visitante y las entidades que entregan una respectiva oferta turística, aumentando el número de llegadas de turistas en la comuna.

En el Lineamiento de Medio Ambiente se sugiere:

- Realizar un diagnóstico donde se obtendrán los puntos estratégicos para ubicar los puntos limpios y diagnosticar la situación de la flora nativa y forestal, y diseñar un Plan de forestación y reforestación para la Comuna de Santa Juana, con la finalidad de mantener la imagen de una comuna limpia y que ayuda a crear una cultura medioambiental sustentable.

En el Lineamiento de Fortalecimiento Institucional se sugiere:

- Crear la oficina de turismo, definir perfiles de cargos óptimos de acuerdo a los requerimientos de las gestiones a realizar e incorporar la oficina dentro del organigrama municipal, con la finalidad de generar un crecimiento en la industria turística local a través de las gestiones realizadas por la oficina de turismo.
- Realizar una evaluación a nivel institucional que involucre: el desempeño de cada persona dentro de la municipalidad y la efectividad de la gestión utilizada; establecer la participación del personal dentro de la elaboración de las herramientas a utilizar y crear un programa de capacitación donde el personal pueda desempeñar de mejor forma su participación dentro de la gestión turística municipal, con el propósito de identificar al personal municipal como un ente activo dentro de la gestión y crecimiento del sector turístico.

En el Lineamiento de Oferta Turística se sugiere:

- Confeccionar propuestas de atractivos turísticos detallando su nombre, descripción y ubicación con la finalidad de aumentar el flujo de los turistas a la zona causando un incremento en el desarrollo de la economía local.

CAPÍTULO 8 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Las limitaciones presentes en el proceso de investigación son las siguientes:

- Por escasez de tiempo, no se pudieron concretar otras actividades que se tenían contempladas dentro de la investigación, como lo son las sesiones de los grupos focales.
- Falta de participación de personas claves en el sector turístico, para lograr un diseño más participativo del Plan de Desarrollo Turístico.
- La interacción entre los investigadores y los diferentes participantes del sector turístico de la comuna.
- Inasistencia de algunos invitados a los grupos focales planificados.

CAPÍTULO 9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armijo, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Arriagada, P., & Saavedra, C. (1996). *Incidencias de turismo en el desarrollo económico*. Memoria, Universidad del Bío Bio, escuela de Ingeniería Comercial, Concepción. Recuperado el 02 de Septiembre de 2013
- BCN. (26 de Julio de 2006). *Biblioteca del Congreso Nacional*. Obtenido de Ley Organica Constitucional N°18.695: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=251693>
- Berman, S. (1997). *Conciencia social de los niños y el desarrollo de la responsabilidad social*. Nueva York, EE.UU: New York State University Press.
- Biblioteca del Congreso Nacional . (Septiembre de 2010). *Biblioteca del Congreso Nacional* . Obtenido de <https://www.bcn.cl/>
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. London, England: Tourism Management .
- Carrasco, K. (2009). *Estrategias para el desarrollo del sector turístico de la comuna de Contulmo, en el marco del desarrollo económico local*. Memoria, Universidad del Bío Bío, Escuela de Ingeniería Comercial, Concepción. Recuperado el 03 de Septiembre de 2013
- Chisnall, P. (1996). *La Esencia de la Investigación de Mercados*. México: Prentice Hall.
- Comisión Económica para América Latina. (2001). *CEPAL*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de CEPAL : http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/7791/LCL1549E_cap01.pdf
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson/Pentrice Hall.
- Dess, G., Lumpkin, T., & Emsner, A. (2011). *Administración Estratégica*. Estados Unidos: McGraw-Hill.
- DIPRES. (2003). *Guía Metodológica*. Santiago, Chile: Planificación Estratégica en los Servicios Públicos.

- Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. (Marzo de 2012). *portal.mma.gob.cl*. Obtenido de http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf
- Fundación Interamericana. (2009). *RedeAmérica*. Obtenido de http://www.redeamerica.org/guias/guiaeducacion/gestion_a.html
- Garrido, S. (2004). *Dirección Estratégica*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Hernandez, J. R. (2012). *Administración Estratégica*. México D.F: AlfaOmega.
- Hernandez, J. R. (2012). *Administración Estratégica*. Mexico D.F: Alfaomega.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la Investigación* . México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección Estratégica*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (1990). *Mercadeo de Servicios Profesionales*. Santafé de Bogotá: Legis.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. México: Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1997). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1994). *Mercadotecnia en localidades*. México DF: Diana.
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1994). *Mercadotecnia en localidades*. Mexico DF: Diana.
- Krippendorff, J. (1971). *Marketing et Tourisme* . Berna: Herbert Lang .
- La Comisión Europea. (2012). *Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. España: Thomson Reuters.
- Naresh, M. (1997). *Investigación de Mercados un Enfoque Práctico*. México: Prentice Hall.
- Norma ISO 26000:2010. (Enero de 2010). Obtenido de <http://miguelcm.unex.es/Lecturas%20ASE/ISO%2026000%20%E2%80%9320Responsabilidad%20social.pdf>
- Oñate, F. M. (1994). *Marketing Turístico*. Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces .
- Organización Mundial de Turismo. (2008). Recuperado el 09 de Septiembre de 2013, de Media Unwto WEB SITE: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

- Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico.* (marzo de 2015). Obtenido de Orientaciones para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico:
<http://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2015/09/PLADETUR-2015-11-Agto-1.pdf>
- Política Regional de Turismo para la Región del Bío-bío. (Febrero de 2010). *GOBbiobio*.
Obtenido de
<http://www.gobiernobiobio.cl/Documentos/politicaspUBLICASregionales/TUR/Informe%203%20Politica%20de%20Turismo%20Bio%20Bio.pdf>
- Portal Transparencia.* (12 de Enero de 2012). Obtenido de Portal Transparencia:
<http://www.portaltransparencia.cl/PortalPdT/pdttta?codOrganismo=MU306>
- Real Academia Española. (2012). *RAE*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2015, de 22º Edición: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=planificaci%C3%B3n>
- Real Academia Española.* (29 de Octubre de 2014). Obtenido de Real Academia Española:
<http://www.rae.es>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración 8º Edición*. México: Pearson Educación.
- RUE, L., & BYARS, L. (2006). *Administración Teoría y Aplicaciones*. México: Alfa y Omega .
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia*. Compañía Editorial Continental.
- SERNATUR. (Mayo de 2008). *SERNATUR*. Obtenido de Modelo Gestión Integral de Destinos Turísticos: <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=456>
- SERNATUR. (Mayo de 2008). *SERNATUR*. Obtenido de Modelo Gestión Integral de Destinos Turísticos: <http://www.sernatur.cl/estudios-y-estadisticas?did=456>
- SERNATUR. (15 de Diciembre de 2010). *SERNATUR*. Obtenido de ¿Qué hacemos?:
<http://www.sernatur.cl/que-hacemos>
- Servicio Nacional de Turismo. (Mayo de 2010). *SERNATUR*. Obtenido de SERNATUR:
<http://www.sernatur.cl/programa-de-turismo-municipal>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2007). *Administración Estratégica y Políticas de negocios*. Estados Unidos: McGraw-Hill.
- World Tourism Organization.* (29 de Abril de 2010). Obtenido de World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/es>
- World Tourism Organization.* (6 de Febrero de 2016). Obtenido de World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/es>

Youniss, J. (1997). *servicios Comunitarios y Responsabilidad Social en la Juventud*. Chicago: University Of Chicago Press.

ANEXOS

Anexo n° 1

Guías de entrevistas.

Fecha:	
Hora:	
Lugar (Ciudad y sitio específico):	Ilustre Municipalidad de Santa Juana.
Entrevistador:	Ingrid Cifuentes Bernal.
Nombre Entrevistado:	Elizabeth Reyes.
Cargo Entrevistado:	Secretaria de Fomento Productivo.
Características de la Entrevista:	Una entrevista semi-formal, donde al entrevistado se le planteará temas puntuales con respecto al sector turístico. La entrevista se graba para facilitar su fluidez.
Preguntas:	<p>A. Atractivos turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sitios naturales. ➤ Museos, manifestaciones culturales e históricas ➤ Folclore ➤ Realizaciones técnicas, científicas o artística contemporánea ➤ Acontecimientos programados <p>B. Tipos de turismo practicados en la comuna y sus actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de turismo. ➤ (Actividades que se realizan y sus características). <p>C. Análisis de la oferta turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alojamiento ➤ Transporte

-
- Alimentación
 - Agencia de Viajes
 - Comercio y servicios
 - Servicios de Apoyo y Utilidad Pública
 - Otros servicios.

D. Institucionalidad de apoyo para la actividad turística.

- Organizaciones gremiales del sector turismo.
- Asociaciones privadas vinculadas al comercio y la industria.

E. Tendencias del desarrollo turístico.

- Evolución de la inversión turística privada
- Impactos ambientales derivados del uso de los recursos turísticos
- Situación de los servicios turísticos
- Efectividad de la promoción turística.
- Nivel de información disponible

Observaciones:

Fecha:	
Hora:	
Lugar (Ciudad y sitio específico):	Ilustre Municipalidad de Santa Juana.
Entrevistador:	Ingrid Cifuentes Bernal.
Nombre Entrevistado:	Leonel Candía Gutiérrez.
Cargo Entrevistado:	Encargado de Relaciones Públicas.
Características de la Entrevista:	Una entrevista semi-formal, donde al entrevistado se le planteará temas puntuales con respecto al sector turístico. La entrevista se graba para facilitar su fluidez.
Preguntas:	<p>A. Atractivos turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sitios naturales. ➤ Museos, manifestaciones culturales e históricas ➤ Folclore ➤ Realizaciones técnicas, científicas o artística contemporánea ➤ Acontecimientos programados <p>B. Tipos de turismo practicados en la comuna y sus actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de turismo. ➤ (Actividades que se realizan y sus características). <p>C. Análisis de la oferta turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alojamiento ➤ Transporte ➤ Alimentación ➤ Agencia de Viajes ➤ Comercio y servicios

-
- Servicios de Apoyo y utilidad Pública
 - Otros servicios.

D. Antecedentes generales de la demanda.

- Llegadas
- Pernoctaciones
- Ocupabilidad
- Estacionalidad.

E. Tendencias del desarrollo turístico.

- Nivel de información disponible acerca de la oferta turística.

Observaciones:

Fecha:	
Hora:	
Lugar (Ciudad y sitio específico):	Ilustre Municipalidad de Santa Juana.
Entrevistador:	Ingrid Cifuentes Bernal.
Nombre Entrevistado:	Gerald Arriagada Ormeño.
Cargo Entrevistado:	Encargado de Fomento Productivo y OMIL.
Características de la Entrevista:	Una entrevista semi-formal, donde al entrevistado se le planteará temas puntuales con respecto al sector turístico. La entrevista se graba para facilitar su fluidez.
Preguntas:	<p>A. Atractivos turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sitios naturales. ➤ Museos, manifestaciones culturales e históricas ➤ Folclore ➤ Realizaciones técnicas, científicas o artística contemporánea ➤ Acontecimientos programados <p>B. Tipos de turismo practicados en la comuna y sus actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de turismo. ➤ (Actividades que se realizan y sus características). <p><u>Fomento Productivo.</u></p> <p>C. Institucionalidad de apoyo para la actividad turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mecanismos de financiamiento y asistencia técnica.

-
- Organizaciones No Gubernamentales.
 - Centros de enseñanza especializada.

D. Tendencias del desarrollo turístico.

- Nivel de información disponible acerca de la oferta turística.

OMIL.

E. Tendencias del desarrollo turístico.

- Nivel de información disponible acerca de la oferta turística

Observaciones:

Fecha:	
Hora:	
Lugar (Ciudad y sitio específico):	Ilustre Municipalidad de Santa Juana.
Entrevistador:	Ingrid Cifuentes Bernal.
Nombre Entrevistado:	Héctor Pacheco.
Cargo Entrevistado:	Director de Obras Públicas.
Características de la Entrevista:	Una entrevista semi-formal, donde al entrevistado se le planteará temas puntuales con respecto al sector turístico. La entrevista se graba para facilitar su fluidez.
Preguntas:	<p>A. Atractivos turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sitios naturales. ➤ Museos, manifestaciones culturales e históricas ➤ Folclore ➤ Realizaciones técnicas, científicas o artística contemporánea ➤ Acontecimientos programados <p>B. Tipos de turismo practicados en la comuna y sus actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de turismo. ➤ (Actividades que se realizan y sus características). <p>C. Tendencias del desarrollo turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuación del ordenamiento territorial a los requerimientos del sector.
Observaciones:	

Anexo nº 2



Sr.
Nombre
Presente. -

Estimados:

Junto con saludarlo le comunicamos que Camila Henríquez e Ingrid Cifuentes, alumnas tesistas de la Carrera Ingeniería Comercial de la Universidad del Bío-bío, quienes actualmente están desarrollando su habilitación profesional para optar al título de Ingeniero Comercial de dicha casa de estudio, tienen el agrado de invitarlo a participar de un grupo focal con el motivo de discutir temas relacionados al turismo en la comuna.

El grupo focal tendrá como objetivo recaudar información de personas influyentes en el tema turístico y con una alta participación dentro de las actividades que se realizan a nivel comunal y así poder confeccionar un Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR).

El informe final será totalmente anónimo, y sólo servirá para documentar las opiniones de los miembros de la comunidad sobre el tema. Es importante mencionarle que el número de asistentes a la reunión es limitado, es por ello que el éxito y la calidad de la discusión estarán basados en la cooperación de las personas asistentes.

Por consiguiente, tenemos el agrado de hacerle llegar esta invitación al grupo focal pautado para el próximo 19 de Marzo a las 19:30 horas en Sede Unión Comunal de la Junta de Vecinos ubicada en Irarrázaval #710 de la Comuna de Santa Juana.

Desde ya muchas gracias por su participación y colaboración para poder desarrollar un proyecto de gran importancia desde el ámbito tanto personal como comunal.

Cordialmente se despiden.

Atte.-

INGRID CIFUENTES BERNAL
Alumna Ing. Comercial
Universidad del Bío-bío.

CAMILA HENRÍQUEZ TORO
Alumna Ing. Comercial
Universidad del Bío-bío.

Si por alguna razón no puede participar, se le agradecería llamar, para así poder realizar las gestiones del caso. Nuestros teléfonos son 977516588- 977362473.

Anexo nº 3

Clasificación de los recursos turísticos.

Atractivos turísticos.	
Categorías	Tipo
Sitios Naturales.	Montañas Sectores planos y valles. Costas. Mares. Lagos y lagunas. Ríos y otros cursos de agua. Termas. Grutas y cavernas. Lugares de observación de flora y fauna. Áreas silvestres protegidas. Caminos pintorescos.
Museos, manifestaciones culturales e históricas.	Museos y bibliotecas. Obras de arte y técnica. Lugares históricos. Ruinas y lugares arqueológicos. Acontecimientos programados
Folclore.	Manifestaciones religiosas y creencias populares. Ferias y mercados. Artes. Comidas y bebidas típicas.

	Grupos étnicos.
	Arquitectura popular espontánea.
Realizaciones técnicas, científicas o artística contemporánea.	Explotaciones silvoagropecuaria y pesqueras. Explotación industriales explotaciones mineras. Obras de arte y técnicas. Centros científicos y técnicos.

Fuente: SERNATUR, Turismo y Gestión Municipal.

Anexo nº 4

Atractivos Turísticos

Nombre: Fuerte Guadalcazar.

Clasificación

Categoría: Patrimonio Histórico

TURISMO CULTURAL.

Ubicación

Ubicado a 850mts de la Plaza de Armas.

Mapa



Accesibilidad

Acceso ruta de la madera se encuentra en buen estado, en cuanto a los accesos del área urbana, calle Lautaro se encuentra en buen estado, acceso por la calle Bío-bío se encuentra regular.


Descripción del Atractivo

El fuerte fue fundado el 8 de Marzo de 1626 con motivo de fortalecer la posición española frente a la resistencia mapuche en la zona, resguardando la frontera y manteniendo el paso fronterizo entre Concepción y el sur tiene una superficie de 8.500 mts².

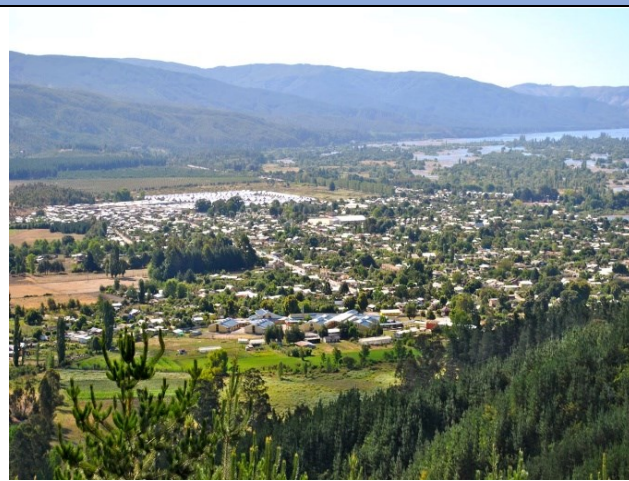
Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios	
<p>Los atractivos complementarios que posee el Fuerte Guadalcazar, son la laguna Rayenantu en la cual se realizan varias actividades, ya sean, acuáticas, como remo, kayak, natación, entre otras. También se puede realizar actividades de esparcimiento tanto en el fuerte como en la laguna.</p>	
Equipamiento Turísticos	
Servicios de Alojamiento	Servicios de Alimentación
No posee.	No posee.
Servicios de Transporte	Otros Servicios
<p>Para llegar o salir a/de Santa Juana, está la línea El Conquistador como locomoción rural. Estos hacen el recorrido Concepción-Santa Juana Santa Juana-Concepción. También existe alternativa con buses interprovinciales con recorrido a Nacimiento, Angol y Concepción con la flota Buses Bío-Bío.</p>	<p>Posee otros servicios cercanos al atractivo como lo son el comercio ubicado en toda la zona urbana.</p>
Infraestructura de Apoyo.	
<p>En cuanto a la infraestructura de apoyo básica el Fuerte cuenta con luz, agua, seguridad. Acondicionamiento de los recursos turísticos: Histórico culturales (pre hispánicos, coloniales y republicanos). En estos momentos el fuerte no cuenta con los estándares de calidad para abrir las puertas a los visitantes, ya que se encuentra en remodelación, por eso no está apto para los turistas.</p>	

Atractivos Turísticos	
Nombre: Parque Catirai	
Clasificación	Mapa
Categoría: ECOTURISMO.	
Ubicación	
Se encuentra a 2 Km de la Plaza de Santa Juana. A un tiempo estimado de 2 minutos en automóvil, 40 minutos caminando y 20 minutos en bicicleta.	
Accesibilidad	
La accesibilidad que posee el Parque Catirai y sus atractivos complementarios 50% asfaltado que se encuentra en regular estado y 50% de tierra regular, en cuanto a la accesibilidad que tiene el mirador del Cerro Catirai es camino de tierra y se encuentra en un estado regular, por último tiene acceso peatonal que se encuentra en un estado regular.	
Descripción del Atractivo	
Cuenta con 98 hectáreas de extensión, una parte de este parte se encuentra destinado al Club de Huasos de Catirai, en cuyo recinto se encuentra un casino, pesebreras, cancha de carrera a la chilena y se construye una medialuna. Se pueden realizar actividades de esparcimiento, como picnic, fotografía, etc. actividades deportivas (trekking, mountain bike, cabalgatas, etc), actividades de ambiente natural (paisajismo).	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Dentro de los atractivos complementarios dentro del Cerro Catirai se encuentra el mirador construido en madera que se eleva sobre 8 metros del alto y que permite dominar prácticamente en sus 360°C el hermoso panorama de Santa Juan y su valle desde las alturas, así también se aprecia el Río Bío-bío en toda la majestad de su lecho y también es posible observar las comunas vecinas como por ejemplo Hualqui.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento

No posee.

Servicios de Alimentación

No Posee.

Servicios de Transporte

Directamente no posee, pero se puede llegar, en automóvil, caminando, bicicleta o en radios taxis pertenecientes a la comuna.

Otros Servicios


No posee.

Infraestructura de Apoyo.

En cuanto a la infraestructura turística de apoyo posee el esparcimiento.

También posee acondicionamiento de los recursos turístico naturales (paisajes, deportes de aventura).

En estos momentos el Parque Catirai cumple con los estándares de calidad para poder abrir sus puertas para los visitantes, eso quiere decir que se pueden desarrollar sin ningún problema las actividades dichas anteriormente.

Atractivos Turísticos	
Nombre: Laguna Rayenantú.	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO AVENTURA.	
Ubicación	
Se encuentra ubicado a 1 km de la Plaza de Armas, el tiempo estimado es 2 minutos en auto y 8 minutos caminando, desde Concepción tiene una estimación de 50 minutos.	
Accesibilidad	
La Laguna Rayenantu posee una accesibilidad regular ubicada en la Calle Bío-bío.	
Descripción del Atractivo	
<p>La Laguna tiene un tamaño medio y se encuentra ubicada al lado del Fuerte Guadalcazar cuenta con casi 1 hectárea de superficie.</p> <p>Relata historias locales y revive el origen de su formación. Esta sería producto de la muerte de dos enamorados de tribus indígenas rivales los Catirayes y los Traicamahuidas. El hijo del cacique de Talcamavida mantenía un romance con la hija del cacique de Catirai, el cual era prohibido por las tribus, llegaron al punto de enfrentarse en el cual los dos fallecieron y fueron enterrados cada uno en sus tierras y de cada tumba surgió una vertiente que se transformó en la laguna correspondiente al Valle de Catirai y una lagunita gemela en Talcamavida.</p> <p>En la Laguna Rayenantu se pueden realizar deportes acuáticos como lo son el remo, natación, kayak, entre otros; actividades de esparcimiento, deportivas, ambiente natural, entre otras.</p>	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Como atractivos complementarios se puede considerar el Fuerte de Guadalcazar, el cual actualmente no se encuentra en condiciones para ser visitado, ya que se encuentra en reconstrucción y remodelación.

También se puede considerar como atractivos complementarios la Plaza de Armas que se encuentra a tan solo unos minutos de la Laguna Rayenantu y el Fuerte de Guadalcazar.

Equipamiento Turísticos


Servicios de Alojamiento

No posee.

Servicios de Alimentación

No posee.

Servicios de Transporte	Otros Servicios
<p>Para llegar o salir a/de Santa Juana, está la línea El Conquistador como locomoción rural. Estos hacen el recorrido Concepción-Santa Juana Santa Juana-Concepción. También existe alternativa con buses interprovinciales con recorrido a Nacimiento, Angol y Concepción con la flota Buses Bío-Bío.</p>	<p>Dentro de otros servicios que no están dentro de la Laguna se puede considerar el comercio que se encuentra cerca de la Plaza de Santa Juana.</p>
Infraestructura de Apoyo.	
<p>En cuanto a la infraestructura de apoyo posee de turística correspondiente a esparcimiento</p> <p>También posee acondicionamiento de los recursos turístico naturales (paisajes, deportes de aventura).</p> <p>En estos momentos la Laguna Rayenantu cumple con los estándares de calidad para poder abrir sus puertas para los visitantes, eso quiere decir que se pueden desarrollar sin ningún problema las actividades dichas anteriormente.</p>	

Atractivos Turísticos	
Nombre: Río Lía	
Clasificación	Mapa
Categoría: ECOTURISMO	
Ubicación	
Se encuentra 8 km al poniente de la ciudad.	
Accesibilidad	
El Río Lía cuenta con una accesibilidad regular correspondiente a tierra y ripio.	
Descripción del Atractivo	
<p>Nace en la quebrada Las Juncas y a él se agregan los esteros Gullin, El Maipi y El Purgatorio y desemboca en el Río Carampangue, de la comuna de Arauco. Es uno de los más importantes ríos de la Cordillera de Nahuelbuta. Posee bosques nativos, granjas recreativas, se pueden realizar actividades de esparcimiento cabalgatas y piscinas que complementan la oferta turística.</p> <p>Se proyecta como un área que ofrece la posibilidad de acampar en un terrero con una gran calidad paisajística, y con una oportunidad de realizar actividades complementarias en otras zonas de la comuna.</p>	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Los atractivos complementarios que posee el Río Lía son los camping ubicados en algunos sectores de él, complementados con áreas de picnic, cada camping está orientada a un tipo de turistas, familia, jóvenes, religioso, entre otros.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento	Servicios de Alimentación
No posee.	No posee.
Servicios de Transporte	Otros Servicios
En si no posee un servicio de transporte, pero se puede acceder a él, a través de los taxis, vehículos particulares, bicicletas, caminando.	No Posee.

Infraestructura de Apoyo.

En cuanto a la infraestructura de apoyo posee de turística correspondiente a esparcimiento

También posee acondicionamiento de los recursos turístico naturales (paisajes, deportes de aventura, entre otros).

En estos momentos el Río Lía cumple con los estándares de calidad para poder abrir sus puertas para los visitantes, eso quiere decir que se pueden desarrollar sin ningún problema las actividades dichas anteriormente, pero cabe destacar que cada persona debe velar por su seguridad y la de sus familiares, ya que, en sí en el Río Lía no posee un sistema de seguridad, ya que es un lugar público.

Atractivos Turísticos	
Nombre: Ruta Molinos de Agua	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO CULTURAL.	
Ubicación	
Ubicado en la Localidad la Generala a 30Km de la zona urbana.	
Accesibilidad	
<p>La accesibilidad en algunas estaciones del año son buenas en especial en la primavera y verano, su camino es de tierra la cual se encuentra en un estado regular, se encuentran en sectores privados.</p> <p>En las estaciones más lluviosas dificulta su accesibilidad.</p>	
Descripción del Atractivo	
<p>Los molinos de agua en la actualidad todavía utilizan estos molinos para moler el trigo y otros cereales para producción en autoconsumo.</p> <p>Dicho molino fue construido hace aproximadamente 22 años, aun así las piedras que se utilizaron para la construcción tienen más de cien años, poseen una turbina de cuatro metros y que si bien ya no se utiliza todos los días, para ellos es una reliquia, pues es la estructura más antigua conocida de aprovechar la energía cinética de las aguas de ríos y arroyos.</p> <p>Actualmente la ruta de los molinos del agua no está habilitada para los turistas, ya que no es conocida y por ser del sector privado no se hacen grandes inversiones. Los turistas que llegan a estos molinos son por datos de los mismos habitantes de la comuna.</p>	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

No posee atractivos complementarios.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento

No posee.

Servicios de Alimentación

No posee.

Servicios de Transporte

No posee.


Otros Servicios

No posee.

Infraestructura de Apoyo.

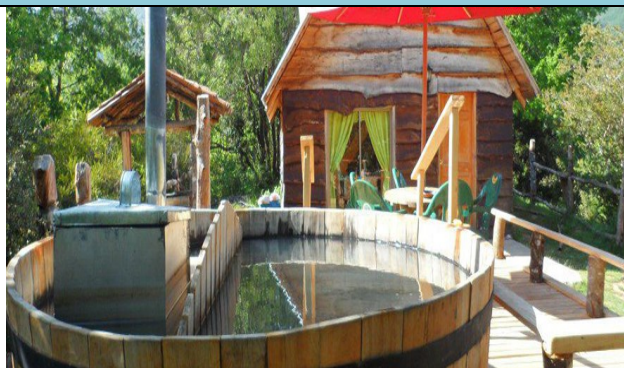
En cuanto a la infraestructura de apoyo posee de turística correspondiente a esparcimiento.

También posee acondicionamiento de los recursos turístico naturales. En estos la Ruta de los Molinos de Agua no cumple con los estándares de calidad para poder abrir sus puertas para los visitantes.

Atractivos Turísticos	
Nombre: Camping Lomas del Río Lía	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO DE DESCANSO.	
Ubicación	
Está ubicado Río Lía- Papal a 10 Km. desde la plaza de Santa Juana, con un tiempo estimando de 24 minutos desde la entrada del Río Lía.	
Accesibilidad	
Posee una accesibilidad regular, ya que tiene un camino de tierra y ripio hasta la entrada del camping.	
Descripción del Atractivo	
<p>Centro Turístico y Recreacional Lomas del Río Lía, ubicado a 40 kilómetros de Concepción por la Ruta de la Madera y a unos 5 kilómetros antes de llegar a Santa Juana. Allí hay que tomar un camino señalizado hacia el poniente y a unos 10 kilómetros se llega al señalado Complejo Turístico. Este recinto se encuentra rodeado de naturaleza y aire puro, como telón de fondo está la Cordillera de Nahuelbuta, caracterizado por su tranquilidad, clima y paisaje excepcional.</p> <p>El Río Lía constituye una de las áreas de mayor desarrollo turístico de la comuna de Santa Juana. Es un río de aguas cristalinas que corre con pendiente relativamente suave entre el bosque nativo, aunque en terrenos cercanos también se observan desde lejos los pinos.</p> <p>En su recorrido pasa en algunos tramos bajo las ramas de los árboles nativos, desde donde es observado por los copihues y otros ejemplares de la flora y fauna silvestre.</p> <p>Históricamente ha sido visitado por numerosas familias penquistas y es lugar de asados de compañeros de trabajo, por mencionar algunos casos.</p>	

A los visitantes, especialmente a los niños, les llama la atención las pequeñas piedras rojas, denominadas popularmente rubíes, por su color y similitud con las piedras de joyería, pero se trata de la materia prima para la fabricación de lija y piedras de esmeril de alta calidad industrial presentes en el comercio especializado. También es un cauce conocido por sus lavaderos de oro.

Imágenes




Atractivos Turísticos Complementarios

Los atractivos complementarios que posee el camping son los de esparcimiento, deportivos, entre otros.

Posee una zona de cabañas, canopy, kayak, senderismo, tirolesa y zona de juegos para los más pequeños, lo que hace más atractivos son las tinas calientes que tienen en el sector de las cabañas las que en estaciones frías son altamente demandadas por los turistas de las diferentes localidades que puedan llegar.

Equipamiento Turísticos	
Servicios de Alojamiento	Servicios de Alimentación
Posee un servicios de alojamiento que consta con cabañas, las cuales están funcionando durante todo el año. Tiene cabañas para 2 personas, de 4 a 6 personas y por ultimo de 7 a 8 personas.	No posee, ya que cada visitante debe llevar su alimentación.
Servicios de Transporte	Otros Servicios
Servicios de transporte no posee.	Tiene el servicio de comercio, ya que tiene los atractivos complementarios los cuales son pagados.
Infraestructura de Apoyo.	
<p>El destino turístico para ser funcional debe de contar con una infraestructura adecuada, por lo que el camping hasta el momento posee, ya que cuenta con infraestructura básica como agua, energía eléctrica y seguridad. Las vías de acceso son carreteras.</p> <p>Cuando el destino cumple con los estándares de calidad, abre la puerta para las inversiones locales y extranjeras, generando con esto, empleo y seguridad en la población.</p> <p>La apertura a las inversiones se debe realizar con mucho detalle, ya que si los inversionistas no conocen el marco legal del país, pueden incurrir en faltas que les dejarían pérdidas.</p>	

Atractivos Turísticos	
Nombre: Camping Nahuelbuta	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO DE DESCANSO.	
Ubicación	
Se encuentra ubicado a 4,5 Km desde la entrada del Río Lia específicamente en el KM 6 camino al Río Lía, con una estimación de 10 minutos desde la Plaza de Santa Juana y a 50 minutos de Concepción.	
Accesibilidad	Posee una accesibilidad regular, ya que tiene un camino de tierra y ripio hasta la entrada del camping.
Descripción del Atractivo	
Camping Nahuelbuta, ubicado a los pies de la cordillera de Nahuelbuta, en el río Lía - SANTA JUANA.	
Aquí encontrarás las mejores instalaciones para acampar, venir de paseo, pescar y compartir con la naturaleza. A 50 K. al sur de Concepción se encuentra el Centro Recreativo Nahuelbuta, tienes que tomar la hermosa carretera paralela al Bío-bío.	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Como atractivo complementario el Río Lía, quien nace de la cordillera Nahuelbuta, es un río de puras vertientes de aguas cristalinas, además posee un salón de juegos para que los visitantes puedan disfrutar junto a sus familias.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento	Servicios de Alimentación
El camping cuenta con cabañas en las cuales los turistas se pueden quedar, hay cabañas para dos personas hasta 10, las reservas se deben hacer con anticipación.	En cuanto a los servicios de alimentación el camping no posee, por lo cual los turistas deben llevar los víveres que van a consumir en su estadía.
Servicios de Transporte	Otros Servicios
No Posee.	Tiene convenios con el Supermercado Las Palmeras, los cuales tienen eventos especiales para los visitantes.

Infraestructura de Apoyo.

El destino turístico para ser funcional debe de contar con una infraestructura adecuada, por lo que el camping hasta el momento posee, ya que cuenta con infraestructura básica como agua, energía eléctrica y seguridad. Las vías de acceso son carreteras.

Se puede desarrollar un turismo de esparcimiento, natural, complementando los otros atractivos antes mencionados.

Atractivos Turísticos	
Nombre: Camping "El Membrillar"	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO DE DESCANSO.	
Ubicación	
Tricauco S/N Km 43 Camino a Santa Juana.	
Accesibilidad	
La accesibilidad al Camping El Membrillar se encuentra en buen estado, ya que el camino esta asfaltado.	
Descripción del Atractivo	
El complejo turístico cuenta con grandes ventajas competitivas en comparación de los otros complejos, ya que su localización es fundamental para el acceso que necesitan los turistas. Cuenta con centros de eventos, zonas de juegos, cabañas, piscinas, zonas de camping, estos servicios se encuentran disponibles para sus huéspedes.	
Imágenes	
	

Atractivos Turísticos Complementarios	
<p>Dentro de los atractivos complementarios se pueden mencionar el centro de Santa Juana, ya que se encuentra cerca de este, contemplando el fuerte histórico, la laguna, plaza, entre otros. Cabe destacar el monumento al campesino que se encuentra a la entrada de la Comuna.</p>	
Equipamiento Turísticos	
Servicios de Alojamiento	Servicios de Alimentación
<p>Tiene cabañas para 2 personas y familiares; además de la zona de camping en las cuales las personas deben llevar sus implementos de campamento.</p>	<p>Posee servicios de alimentación, ofrecidos especialmente a los eventos que se realicen en este, por ejemplo en los matrimonios, cumpleaños y fiestas.</p>
Servicios de Transporte	Otros Servicios
<p>No posee.</p>	<p>No posee.</p>

Infraestructura de Apoyo.

El destino turístico para ser funcional debe de contar con una infraestructura adecuada, por lo que el camping hasta el momento posee, ya que cuenta con infraestructura básica como agua, energía eléctrica y seguridad. Las vías de acceso son carreteras.

Se puede desarrollar un turismo de esparcimiento, natural, complementando los otros atractivos antes mencionados.

Atractivos Turísticos	
Nombre: Piscina Giselay	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO DE DESCANSO.	
Ubicación	
Se encuentra ubicado en Km 5 Camino a Río Lía con un tiempo estimado de 7 minutos desde la plaza de Santa Juana y desde Concepción tiene una estimación de 50 minutos.	
Accesibilidad	
Tiene una accesibilidad que se encuentra en buenas condiciones, ya que el camino se encuentra asfaltado.	
Descripción del Atractivo	
<p>Bienvenidos al Centro Turístico Villa Giselay, está preparando para recibir cada año a cientos de visitantes, destinadas más que nada al ambiente. Se ha invertido tiempo y trabajo para darle para brindar una mejor hospitalidad.</p> <p>Villa Giselay es el lugar ideal para realizar las vacaciones en familia, grupo de amigos o ir de paseo junto al curso o iglesia.</p> <p>"Queremos que su estadía en nuestras instalaciones sea placentera y revitalizadora".</p> <p>Se pueden realizar actividades de esparcimiento y actividades naturales, donde se pueden realizar algunas de las siguientes como lo son el canopy, senderismo, entre otras.</p>	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Como atractivo complementario se encuentra el Canopy que está dentro del mismo rubro o los servicios que ofrece el centro turístico.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento

En servicios de alojamiento que posee la piscinas Giselay son: 3 cabañas para 12 y 6 personas.

Servicios de Alimentación

No posee.

Servicios de Transporte

No posee.


Otros Servicios

No posee.

Infraestructura de Apoyo.

El destino turístico para ser funcional debe de contar con una infraestructura adecuada, por lo que el camping hasta el momento posee, ya que cuenta con infraestructura básica como agua, energía eléctrica y seguridad. Las vías de acceso son carreteras.

Se puede desarrollar un turismo de esparcimiento, natural, complementando los otros atractivos antes mencionados.

Atractivos Turísticos	
Nombre: Monumento al Campesino	
Clasificación	Mapa
Categoría: TURISMO CULTURAL.	
Ubicación	
Se encuentra ubicado a la entrada de la Comuna de Santa Juana.	
Accesibilidad	
La accesibilidad es buena, ya que el camino está pavimentado y asfaltado desde Concepción hasta el punto donde se ubica el monumento.	
Descripción del Atractivo	
El Monumento al Campesino rinde homenaje a los campesinos de la zona, quienes se levantaban temprano para trasladar su mercancía a las comunas aledañas; además de conservar las tradiciones de la comuna. El monumento representa a las personas esforzadas que día a día salen adelante en la Comuna de Santa Juana.	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Como complementarios se pueden considerar todos los atractivos que se encuentran dentro de la comuna.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento

Servicios de Alimentación

No posee.

No Posee.

Servicios de Transporte	Otros Servicios
No posee.	No posee.
Infraestructura de Apoyo.	
Infraestructura de apoyo, ya que solo es un monumento y queda al paso a la entrada de la comuna.	

Atractivos Turísticos	
Nombre: Fiestas Costumbristas	
Clasificación	Mapa
Categoría: AGROTURISMO.	
Ubicación	
Depende del tipo de fiesta que se vaya a realizar. La mayoría se desarrolla en la Plaza de Santa Juana ubicada frente a la Ilustre Municipalidad de Santa Juana.	
Accesibilidad	
La accesibilidad con la cual constan las fiestas costumbristas va dependiendo del lugar donde estas se realicen, ya que puede ser en el sector urbano ubicado principalmente en la plaza de armas de la comuna, la cual se encuentran todas las calles pavimentadas; las fiestas que se realizan en el sector rural su accesibilidad es de ripio.	
Descripción del Atractivo	
<p>Las fiestas costumbristas están programadas con anterioridad en la cual se destacan fechas importantes tanto como el aniversario de la comuna, Fiesta de San Juan, Fiesta del Camarón, Fiesta de la Miel, Feria Agroturística, Fiesta de la Frutilla, Fiesta de la Cruz del trigo, Semana de Santa Juana, entre otras.</p> <p>Cada feria o celebración se realiza en forma masiva donde pueden participar tanto personas de la comuna como personas aledañas a esta. La promoción de estas fechas se hace con el mayor tiempo posible para que la concurrencia sea lo mejor posible. Estas fiestas se sitúan en el agroturismo, puesto que en ellas también se realizan diferentes actividades tales como manifestaciones culturales, gastronomía, cultura, festivales y artesanía. El tema de la alimentación se va adaptando de acuerdo al tipo de fiesta que se esté celebrando.</p>	

Imágenes



Atractivos Turísticos Complementarios

Los atractivos complementarios a las fiestas costumbristas, puede ser el Monumento al Campesino, el cual se ubica en la entrada principal de Santa Juana desde el acceso Concepción-Santa Juana.

Además del Fuerte Histórico y la Laguna Rayenantú los cuales se encuentran a 850 mts. de la plaza de armas de la comuna, en la actualidad el fuerte se encuentra en reparaciones por consiguiente se encuentra cerrada para el público en general.

Equipamiento Turísticos

Servicios de Alojamiento

Actualmente Santa Juana cuenta con 230 camas para alojamiento las cuales se encuentran principalmente en las cabañas ubicadas en los camping de la comuna.

Servicios de Alimentación

Se puede considerar como servicios de alimentación los entregados en cada una de las ferias y los locales más cercanos a estas, como lo son el Restaurant "El Caleuche", La Picá de Chello, entre otros.

Cabe destacar que cada uno de estos están certificados por el Ministerio de Salud.

Servicios de Transporte	Otros Servicios
<p>Se encuentran las líneas de buses Bío-bio y el conquistador, además de taxis, los cuales llegan hasta los lugares rurales, en el caso que las fiestas se realizan en el campo.</p>	<p>Como otros servicios se puede contemplar las farmacias, banco, supermercados, cajas vecinas, entre otros.</p>
<p>Infraestructura de Apoyo.</p>	
<p>En cuanto a la infraestructura de apoyo cuenta con la infraestructura básica los eventos programados cuenta con agua, luz, electricidad y por sobre todo seguridad, ya que es una de las razones con la que se destaca la comuna en sus eventos.</p> <p>Se encuentran los bomberos, carabineros quienes resguardan estos eventos para así favorecer a los visitantes y puedan estar tranquilos disfrutando de las fiestas.</p>	

Anexo n°5

Monumentos.

Nombre	Descripción	Ubicación
Rayenantú y Rayencura (Laguna).	Rendir homenaje a los enamorados de la Laguna Rayenantu y Rayencura quienes fueron ellos los que dieron origen a la Laguna Rayenantu, la cual debe ser recordada por los habitantes de la comuna y que los turistas sepan la historia de la laguna.	Se encuentra ubicado a 1 km de la Plaza de Armas, el tiempo estimado es 2 minutos en auto y 8 minutos caminando, desde Concepción tiene una estimación de 50 minutos.
Recolector de rubí y oro en el Río Lía.	Dar a conocer el esfuerzo que hacían los recolectores de rubí y oro en el sector del Río Lía.	Se encuentra 8 km al poniente de la ciudad.

Fuente: Elaboración Propia.

Manifestaciones culturales.

Nombre	Descripción	Ubicación
Historia Fuerte Histórico de Guadalcazar.	Recrear historia del fuerte.	Ubicado a 850mts de la Plaza de Armas.
Monumento al campesino.	Recrear la historia del campesino.	Se encuentra ubicado a la entrada de la Comuna de Santa Juana.

Fuente: Elaboración Propia.

Senderos con participación de la comunidad.

Nombre	Descripción	Ubicación
Sendero hacia los Molinos de agua.	Crear senderos desde la plaza de Santa Juana, dando paso a que los visitantes y turistas puedan visitar puntos claves dentro de la ruta haciendo participe a los habitantes de la comuna.	Ubicado en la Localidad la Generala a 30Km de la zona urbana.
Sendero desde el Monumento al campesino hacia el Río Lía.	Crear senderos donde los visitantes y turistas puedan adquirir diferentes experiencias y sean atendidos por los mismos habitantes de la comuna.	Se encuentra ubicado a la entrada de la Comuna de Santa Juana.
Senderos intercomunales.	Crear senderos intercomunales entre las comunas aledañas a Santa Juana como lo son Talcamavida, San Rosendo y Laja.	Desde la Comuna de Santa Juana.

Fuente: Elaboración Propia.

Atractivos turísticos.

Nombre	Descripción	Ubicación
Ruta de los Molinos de Agua.	Generar nuevos atractivos turísticos en el cual los posibles turistas puedan visitar y que al mismo tiempo sean llamativos.	Ubicado en la Localidad la Generala a 30Km de la zona urbana.

Nombre	Descripción	Ubicación
Miradores interactivos en el Parque Catirai.	Instalar miradores interactivos en el Parque Catirai donde los visitantes puedan compartir en medio de la naturaleza y realizar actividades de esparcimiento, ya sean, fotografía, picnic, etc.	Se encuentra a 2 Km de la Plaza de Santa Juana. A un tiempo estimado de 40 minutos caminando y 20 minutos en bicicleta.
Ruta de la Miel.	Generar la Ruta de la Miel con los distintos apicultores de la comuna, donde ellos puedan dar a conocer el proceso productivo de la miel de una forma interactiva y además puedan vender sus productos.	Productores apicultores locales.
Ruta de la extracción de oro y rubí.	Realizar la misma Ruta que hacían los recolectores en el Río Lía en búsqueda de oro y rubí, donde habrá un guía quien relate la historia de la recolección de estas piedras.	Se encuentra 8 km al poniente de la ciudad. (Río Lía).
Ruta del vino pipeño.	Generar una ruta del vino pipeño entre los distintos productores vinícolas donde se pueda conocer el proceso productivo de una forma interactiva y donde los productores puedan ofrecer sus productos.	Productores del vino pipeño locales.
Ruta de las cascadas.	Crear una ruta hacia las cascadas donde los turistas y visitantes puedan adquirir una experiencia única en medio de la naturaleza que posee la comuna.	Ubicación Río Lía y Curalí.

Ribera del Río Bío-bío	Hermosear y crear ruta en la ribera del Río Bío-bío, donde se pueda apreciar la belleza del lugar.	Ribera del Río Bío-bío por el sector urbano de la Comuna de Santa Juana.
------------------------	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo nº 6

Reporte de sesión grupo focal personal municipal.

**Grupo Focal
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana**

1. Reporte sesión personal municipal.

Nombre:

Ricardo Pezo Carrasco.

Nivel de Estudio:

Superior.

Cargo Municipal:

Director de Tránsito.

Proyecto con mayor impacto a nivel turístico:

Señalización de espacios públicos.

Programación de fiestas costumbristas.

Reconstrucción del Fuerte Histórico.

Grupo Focal
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana

1. Reporte sesión personal municipal.

Nombre:

Leonel Candía Gutiérrez.

Nivel de Estudio:

Universitario.

Cargo Municipal:

Jefe Relaciones Públicas.

Proyecto con mayor impacto a nivel turístico:

Organización estética y difusión fiestas costumbristas.

Grupo Focal
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana

1. Reporte sesión personal municipal.

Nombre:

Héctor Pacheco Riquelme.

Nivel de Estudio:

Superior Universitaria.

Cargo Municipal:

Director de Obras.

Proyecto con mayor impacto a nivel turístico:

Fuerte de Guadalcazar.

Piscina municipal temperada.

Pavimentación.

Conectividad.

Habilitación paseo.

Grupo Focal
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana

1. Reporte sesión personal municipal.

Nombre:

Marco Antonio Fernández.

Nivel de Estudio:

Universitario.

Cargo Municipal:

Director de DIDECO.

Proyecto con mayor impacto a nivel turístico:

Espacios públicos Recuperación Avenida la Paz.

Apoyo implementación de fiestas costumbristas.

Grupo Focal
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana

1. Reporte sesión personal municipal.

Nombre:

Víctor Reyes González.

Nivel de Estudio:

Universitaria Completa, Constructor civil.

Cargo Municipal:

Secretario Municipal.

Proyecto con mayor impacto a nivel turístico:

Paseo Laguna Rayenantú.

Restauración Fuerte Histórico.

Recuperación espacios públicos Avenida la Paz, calle Valdivia.

Anexo n° 7

Reporte de sesión grupo focal personajes claves de la comuna.

**Grupo Focal Personajes Claves.
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana**

2. Reporte sesión personajes claves de la comuna.

Nombre:

Zenón Bizama Castro.

Giro/rubro o cargo:

Empresario camping y cabañas Nahuelbuta, sector Río Lía.

Participación dentro del turismo:

Dueño de Camping.

**Grupo Focal Personajes Claves.
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana**

1. Reporte sesión personajes claves de la comuna.

Nombre:

Alejandro Chávez Hidalgo.

Giro/rubro o cargo:

Concejal.

Sociólogo.

Director de AMDEL.

Profesional GORE, Área planificación.

Participación dentro del turismo:

Municipalidad.

Directorio AMDEL.

Tesis sobre Desarrollo Económico Local (turismo).

**Grupo Focal Personajes Claves.
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana**

1. Reporte sesión personajes claves de la comuna.

Nombre:

Suzana Valenzuela Riffo.

Giro/rubro o cargo:

Director DIDECO Municipalidad de Nacimiento.

Participación dentro del turismo:

Experiencia como Fomento Productivo en el municipio de Santa Juana.

**Grupo Focal Personajes Claves.
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana**

1. Reporte sesión personajes claves de la comuna.

Nombre:

María Sonia Neira González.

Giro/rubro o cargo:

Presidenta Club Adulto Mayor Años Mozos.

Participación dentro del turismo:

Difusión y participación de toda la comuna.

**Grupo Focal Personajes Claves.
Diseño Plan de Desarrollo Turístico
Ilustre Municipalidad de Santa Juana**

1. Reporte sesión personajes claves de la comuna.

Nombre:

Jonathan Yáñez Garrido.

Giro/rubro o cargo:

Comunicador Social.

Profesor de Español.

Participación dentro del turismo:

Comunicador en redes sociales y en diferentes portales web difundiendo eventos y actividades de la Comuna de Santa Juana.

Comunicador en medios de comunicación como radio y televisión.
