



**ACTUALIZACIÓN Y DIAGNOSTICO PLAN DE
DESARROLLO TURISTICO
COMUNA DE MONTE PATRIA 2013-2017**

INFORME FINAL

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	PRESENTACIÓN.....	4
2.	DIAGNÓSTICO SOCIO CULTURAL.....	6
2.1	Contexto regional general de la comuna de Monte Patria	6
2.1.1	Caracterización territorial general de la Comuna de Monte Patria	9
2.1.2	Caracterización socio estadística general de la comuna de Monte Patria	11
2.1.3	Caracterización productiva de la comuna de Monte Patria	14
2.1.4	Breve descripción por sectores o valles de la comuna	16
2.2	Caracterización Histórica Cultural	19
2.2.1	Época prehispánica	19
2.2.2	Breve Reseña Histórica	20
2.2.3	Caracterización del Patrimonio de Monte Patria.....	23
2.3	Análisis situacional.....	28
2.3.1	Consideraciones metodológicas	28
2.3.2	Caracterización de Actores	28
2.4	Recursos.....	38
2.3.	Resultados del proceso de diagnóstico participativo y evaluación Pladetur 2006 – 2012 ..	47
2.4.1	Modelo de Gestión Turística Actual	51
3.	CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.....	53
3.1	Consideraciones previas	53
3.2	Atractivos turísticos	53
3.3	Áreas Silvestres Protegidas.....	60
3.4	Rutas turísticas	61
3.4.1	Rutas turísticas en Monte Patria	63
3.5	Actividades culturales y religiosas.....	64
3.6	Catastro y evaluación de atractivos turísticos	66
3.6.1	Calificación de los atractivos turísticos	67
3.6.2	Aplicación de la matriz de competitividad turística	69
3.7	Planta turística.....	74
3.7.1	Alojamiento turístico	74
3.7.2	Servicios de Alimentación.....	80
3.7.3	Servicios y producción local.....	84
3.7.4	Agencias de Viaje	89
3.7.5	Oficina de información turística	93
3.7.6	Servicio de transporte.....	94
3.7.7	Servicios complementarios.....	95
3.8	Infraestructura de apoyo al turismo.....	96
3.8.1	Cobertura sanitaria	96
3.8.2	Comunicaciones	97
3.8.3	Infraestructura Vial	98
4.	CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA REGIONAL	100
4.1	Consideraciones previas	100
4.2	Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico	100
4.3	Evolución en la Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico	102
4.4	Estacionalidad de las Llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico	105
4.5	Perfil del turista que visita Monte Patria	107
4.6	Demanda potencial, perfil y procedencia de los turistas que llegan a la Región de Coquimbo	109
4.6.1	Turistas potenciales que podrían visitar Monte Patria	113
5.	CONCLUSIONES	123
5.1	Análisis FODA	123

6.	FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO	125
6.1	Imagen Objetivo Turística.....	125
7.	FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	127
7.1	La experiencia turística.....	127
7.2	Objetivos estratégicos y propuestas base de intervención.....	130
7.2.1	Objetivos estratégicos	130
8.	PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMUNAL.....	131
8.1	Eje estratégico n°1 inversión en turismo.....	133
8.1.1	Objetivos estratégicos asociados	133
8.1.2	Plan de Acción	133
8.1.2.1	Proyecto sistema turístico integrado Monte Patria	133
8.1.2.2	Ficha de proyectos	137
8.1.3	Fuentes de Financiamiento eje estratégico.	145
8.2	Eje estratégico N° 2 Desarrollo de la Oferta turística	146
8.2.1	Objetivos estratégicos asociados	146
8.2.2	Plan de Acción	146
8.2.2.1	Proyecto guión turístico territorial.....	146
Esquema N° 3	Estructura de la experiencia turística.....	149
8.2.2.2	Programa de fomento al emprendimiento	150
8.2.2.3	Programa Innovación ,competitividad y calidad turística	152
8.2.3	Fuentes de financiamiento eje estratégico.....	153
8.3	Eje estratégico N° 3 formación continua en turismo.....	154
8.3.1	Objetivos estratégicos asociados	154
8.3.2	Plan de Acción	154
8.3.2.1	Formación y profesionalización del turismo	154
8.3.3	Fuentes de Financiamiento.	156
8.4	Eje estratégico N° 4 Organización del destino	156
8.4.1	Objetivos estratégicos asociados.	156
8.4.2	Plan de Acción.....	156
8.4.2.1	Plan de Articulación y puesta en marcha organizacional Comuna de Monte Patria	157
8.4.3	Fuentes de Financiamiento.	160
8.5	Eje estratégico N° 5 Difusión, promoción y marketing experiencial.	160
8.5.1	Objetivos estratégicos asociados	160
8.5.2	Plan de Acción.....	160
8.5.2.1	Programa promoción turística comunal	161
8.5.2.2	Plan de estrategias comunicacionales.....	162
8.5.3	Fuentes de Financiamiento.....	163
9.	SEGUIMIENTO DEL PLAN	163
9.1	Sistema de control.	164
9.2	Responsables.....	165
10.	GESTIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	167
11.	BIBLOGRAFÍA.....	179

1. PRESENTACIÓN

El presente documento corresponde a la actualización y diagnóstico del plan de desarrollo turístico, comuna de Monte Patria 2013-2017, licitado por la Municipalidad de Monte Patria. Esta actualización, se realizó entre los meses de mayo del año 2013 y enero del 2014 el objetivo es obtener un documento técnico que mejore y facilite la gestión del municipio y los actores locales involucrados de manera directa en el desarrollo de la actividad turística de la comuna.

El turismo es una actividad económica, social y cultural de carácter transversal a la producción general de una zona, que ofrece importantes oportunidades de diversificar la economía local, de crear negocios de pequeña envergadura, de generar demanda de mano de obra, contribuyendo a promover la igualdad entre hombres y mujeres, porque otorga empleo a un porcentaje de mujeres relativamente superior al de otros sectores productivos.

El diagnóstico y los análisis realizados durante los meses de trabajo (Anexo N° 1) en la comuna de Monte Patria, concluyeron que la actividad turística se vislumbra como un eje de desarrollo potencial en su conceptualización de turismo rural y no invasivo, con altas posibilidades de elevar su calidad, generar productos turísticos, trabajar de manera organizada y alcanzar nuevos mercados, más acordes con segmentos específicos de turistas que demandan una oferta de turismo rural, en relación a cuatro áreas; productos locales, patrimonio arquitectónico a través de sus iglesias, agroturismo y los petroglifos.

La principal fortaleza de la comuna de Monte Patria recae en las condiciones del medio natural y cultural. Estos últimos a través de la actividad silvo agropecuaria, la cultura local, relacionada con los crianceros, elaboración de productos locales y artesanales. Algunos de estos productos son únicos en Chile como la artesanía en Lapislázuli y sus ríos y los valles que logran fusionarse. Estos elementos se transforman en el núcleo de atracción principal y cuya puesta en valor debe ser abordada a través de las acciones y estrategias que defina el PLADETUR. Lo anterior, incorporando la sostenibilidad a todo el proceso del desarrollo turístico, lo que debe considerar la participación de actores locales y que asegurar la valoración de los ambientes naturales y el resguardo del patrimonio cultural.

Conforme a lo expuesto con anterioridad, el desarrollo del turismo debe generarse desde la propia comunidad local y constituirse, tanto a nivel interno (privados) como externo (públicos, socios estratégicos), como una instancia decisiva. Ésta, deberá asumir un rol orientador de la actividad, a través de atribuciones internalizadas a partir de la implementación del PLADETUR, y que los lleve a ser los articuladores de los agentes públicos y privados que interfieren en el territorio, y que poseen un impacto directo en el éxito o fracaso del lugar como destino turístico.

El PLADETUR o Plan de Desarrollo Turístico es un **instrumento de planificación de carácter participativo, que equivale a una “carta de navegación” para las autoridades y a un marco referencial para la comunidad y los empresarios involucrados en el sector turismo, como potenciales inversionistas**. En consecuencia, el objetivo del PLADETUR es conducir de manera realista a la Comuna de Monte Patria hacia los objetivos turísticos que todos los actores sociales comunales plantean para ella, teniendo en cuenta los recursos con que se cuenta.

El presente documento, que corresponde al diagnóstico territorial y se encuentra estructurado en tres capítulos que permiten entregar de manera ordenada la información solicitada en los términos de referencia.

1. Diagnóstico socio cultural
2. Diagnóstico turístico
3. Modelo de gestión identificado
4. Pladetur



Equipo DTS Consultores en actividades participativas
Fuente: archivo fotográfico DTS Consultores.

2. DIAGNÓSTICO SOCIO CULTURAL

2.1 Contexto regional general de la comuna de Monte Patria

Monte Patria se ubica en la IV región de Coquimbo, Provincia del Limarí, en la zona norte de Chile (Norte Chico) y se extiende, entre los 30°42' de latitud Sur y los 70°58' de longitud Oeste.

La región de Coquimbo tiene una superficie total de 40.580 km² y según estimaciones del INE para el año 2008 contaba con 689.000 habitantes y su población sería un 78% urbana y un 22% rural¹.

Según el Plan Coquimbo, las actividades productivas más relevantes para la región en el año 2008 fueron la minería con un 15,7% del total, la construcción con un 15,2% del total y los servicios personales y sociales con un 14,3 %².

La tasa de desempleo regional llegó en el año 2010 a 7,3%, estando levemente por debajo de la media nacional para el mismo periodo (7,1%). Por su parte, los puestos de trabajo según las actividades económicas se distribuyen en un 19,4% para el comercio, en un 15,5% para la agro-silvicultura, y en un 10,1% para la minería, estando los demás sectores económicos por debajo del 10%³.

Según la encuesta CASEN 2009 la región para ese año tenía una tasa de pobreza de 16,6 %, estando sobre el promedio nacional que fue de un 15,1%⁴.

La región se estructura en tres provincias y sus respectivas comunas. De norte a sur la provincia del Elqui, al centro la Provincia de Limarí donde se encuentra el territorio en estudio y al sur la provincia de Choapa.

Cuadro N° 1. Ordenamiento político administrativo de la región

PROVINCIA	CAPITAL PROVINCIAL	COMUNA
Elqui	Coquimbo	La Higuera La Serena Vicuña Coquimbo Paihuano
Limarí	Ovalle	Ovalle Rio Hurtado Monte Patria Punitaqui Combarbalá
Choapa	Illapel	Canela Illapel Los Vilos Salamanca

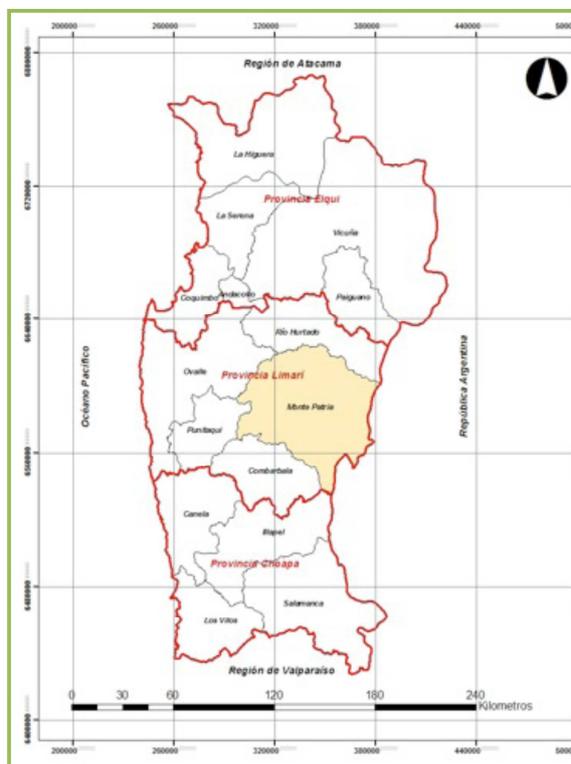
¹Plan Coquimbo 2010-2014. Gobierno Regional. <http://www.gorecoquimbo.gob.cl/>

²Ibíd.

³Ibíd.

⁴Ibíd.

Figura N° 1. Comuna de Monte Patria en la Provincia de Limarí y Región de Coquimbo.



Fuente: Pladeco Monte Patria 2012 -2018. Pac consultores 2012

La geomorfología define el carácter de los sectores longitudinales de la región; en la zona costera se establecen las ciudades mayores de primera jerarquía, con actividades preferentemente de servicios, turismo e industrias; en la zona de valles transversales los centros urbanos tienen un rol intrarregional; y la zona andina con centros urbanos de marcado carácter agroindustrial⁵.

Asimismo, la concentración de población en la región se halla mayoritariamente en la zona las comunas costeras de La Serena, Coquimbo, Canela y Los Vilos, en un segundo nivel de concentración se encuentran las comunas intermedias de Ovalle, Andacollo, Punitaqui, e Illapel, en las cuales gravitan localidades de carácter urbano y urbano rural. Por último, en un tercer rango de concentración están las comunas cordilleranas de Vicuña, Panguano, Río Hurtado, Monte Patria, Combarbalá y Salamanca, con un marcado carácter andino, las cuales deben superar las dificultades de integración y comunicación, además de una dotación insuficiente de servicios y equipamientos dados precisamente por su morfología geográfica tan propia⁶.

En cuanto a la expresión espacial de las distintas actividades productivas de la región, la zona de la conurbación La Serena-Coquimbo concentra la industria y los servicios regionales, las actividades

⁵ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

⁶ Ibíd.

de explotación de los recursos del mar se hallan en el sector poniente regional y la actividad agrícola y minero extractivas se ubican en las zonas interiores⁷.

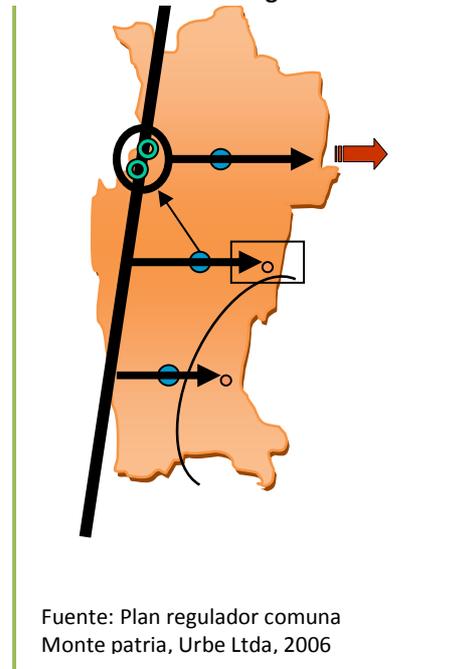
En este sentido, la diversidad y heterogeneidad natural y económica de la región ha tenido evidentes consecuencias en el patrón y tipo de desarrollo urbano regional, tema que aparece como desafío principal en la tarea de preparación del nuevo instrumental de planificación territorial en las diferentes provincias de la región⁸.

La dinámica socio territorial de la región también se rige por las características geomorfologías y por lo tanto sus principales vías son: la carretera longitudinal interregional en sentido norte - sur, que es la base de la estructura caminera de la Región, y los caminos intrarregionales que se desprenden de la carretera y conectan el borde costero con las ciudades y pueblos localizados en los valles transversales. Sus principales ejes son los siguientes:

- El **eje Interregional** está constituido por la **carretera longitudinal Ruta 5 Norte** donde se localizan los principales accesos a los centros urbanos y constituye su principal conexión interregional.
- El **eje Intra regional** que conecta los distintos puntos al interior de la Región tiene sus principales articulación en las rutas que unen **La Serena - Vicuña con Pisco Elqui; La Serena con Ovalle** y la ruta que une **Ovalle con Socos**.
- El **eje internacional** está constituido por el Camino Internacional Gabriela Mistral **que une la ciudad de La Serena con el paso fronterizo Agua Negra, principal acceso a la Provincia de San Juan en la República Argentina**.

Asimismo, la jerarquía de los centros urbanos está directamente relacionada con la infraestructura vial regional que comprende carreteras y caminos mediante los cuales se accede a las tres provincias.

Figura N° 2. Estructura de conectividad vial de la región



Fuente: Plan regulador comuna Monte patria, Urbe Ltda, 2006

En este contexto, la comuna de Monte Patria, tanto por sus características geográficas como por su posición dentro del conjunto de las comunas de la región, conlleva un relativo asilamiento como punto extremo de conectividades transversales de la región, **siendo Monte Patria una comuna "Terminal"**, ya que no pertenece a circuitos nacionales, regionales ni provinciales⁹.

⁷ Ibid.

⁸ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

⁹ Ibid.

2.1.1 Caracterización territorial general de la Comuna de Monte Patria

La comuna de **Monte Patria posee una superficie de 4.366,9 kilómetros²** que corresponde al 32,22% de la superficie provincial y al 10,76 % de la superficie regional. El centro urbano más importante es la localidad de Monte Patria, situada a 25 kilómetros de la ciudad de Ovalle. Sus coordenadas UTM son 6.602.500 metros Norte y 312.000 metros Este¹⁰.

Sus límites son al norte con la comuna de Río Hurtado, al sur con la comuna de Combarbalá, al este con la República de Argentina y al oeste con las comunas de Ovalle y Punitaqui¹¹.

El territorio comunal total es extenso, no obstante es **un territorio fuertemente marcado y condicionado por su geografía y su estructura hídrica, lo que condiciona en patrón** que se repite y se superpone en sus distintas capas de estructura; hídrica, comunicaciones, vial, energética y asentamientos humanos.

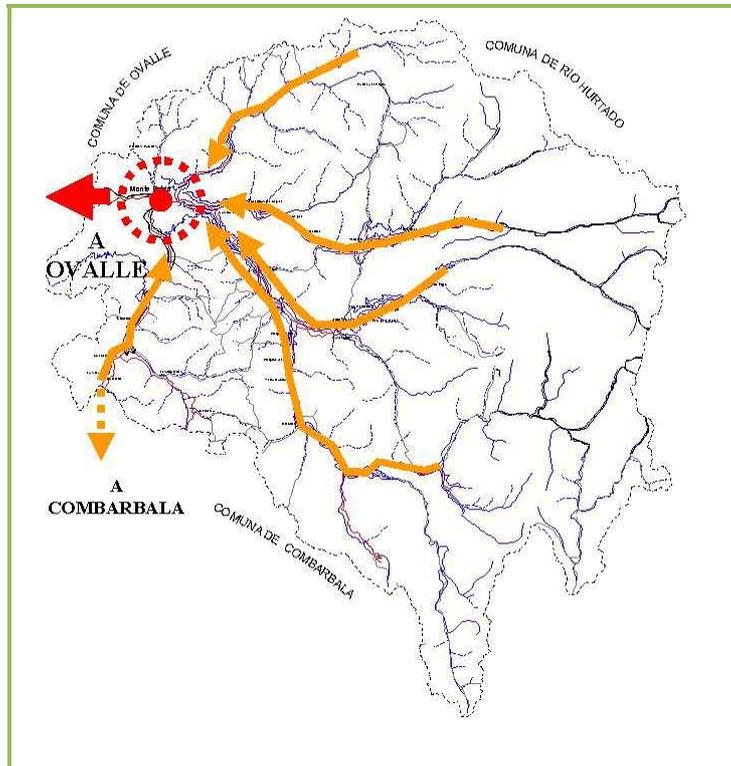
La comuna cuenta **con cinco cuencas hidrográficas** que sustentan la actividad productiva, definen la estructura de los asentamientos humanos y condicionan las posibilidades de conectividad entre valles. Las cuencas son: Río Grande, Río Mostazal, Río Rapel, Río Ponio y Río Huatulame.

La capital comunal, Monte Patria, se emplaza en la desembocadura del río Grande, principal cuerpo hídrico de la comuna, en el embalse La Paloma. Con un relativo aislamiento regional (punto extremo de la estructura vial regional), la cabecera comunal se conforma como el punto de nexo al resto de la región en un tercer nivel de jerarquía en relación a los otros centros urbanos.

¹⁰ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

¹¹ *Ibíd.*

Figura N° 3. Estructura de organización territorial y conectividad de la comuna en función de sus cuencas



Fuente: Plan Regulador comuna de Monte Patria . Urbe Ltda, 2006

Las únicas conectividades intercomunales se dan a través de Monte Patria hacia Ovalle y por el Valle de Huatulame hacia Combarbalá. Con la salvedad de este valle, todos los otros sistemas de asentamientos poblados funcionan como corredores de penetración sin salida en las montañas. Estos funcionan como sistemas lineales de un sentido que no alcanzan a conformar ningún circuito, tanto fuera como dentro de la comuna.

La oferta de infraestructura vial interna está constituida por una trama vial con una morfología de red abierta centrada en Monte Patria, con una condición de alta fragilidad, por ausencia de variantes. No obstante lo cual, proporciona una cobertura adecuada a los centros poblados de la comuna. Esta condición se logra debido a que **la morfología comunal no presenta una disponibilidad de espacio habitable de gran extensión, por el contrario lo estrecho de los valles fluviales y las pendientes del suelo, han llevado naturalmente a concentrar el crecimiento poblacional en torno al acceso a los valles.** La escasa disponibilidad de espacio habitable ha permitido que la red vial y asentamientos humanos se complementen adecuadamente en términos accesibilidad. De este modo, la infraestructura vial juega un rol preponderante en la actividad comunal¹².

¹² Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

Se estima que a la fecha la comuna de Monte Patria está compuesta por 222¹³ localidades, que integran sistemas de asentamientos humanos que se desarrollan linealmente a través de los distintos valles, entre las cuales se encuentran las principales localidades:

Cuadro N° 2. Principales localidades por valles

VALLE	LOCALIDADES
Valle Río Grande	<ul style="list-style-type: none"> • Monte Patria • Tulahuén • Carén • Chilecito • Mialqui • Las Juntas • Flor de Valle • Chañaral de Carén • Semita • Pejerreyes • Las Ramadas.
Valle Río Huatulame	<ul style="list-style-type: none"> • Chañaral Alto, • Huatulame, • Tome • Los Morales • El Palqui
Valle Río Rapel	<ul style="list-style-type: none"> • Las Mollacas • Los Clonquis • Ángeles de Rapel • Rapel • Higueras de Rapel • Cerrillos de Rapel
Valle Río Mostazal	<ul style="list-style-type: none"> • El Maitén • El Maqui • Pedregal • Chaguaral • Colliguay
Valle Río Ponio	<ul style="list-style-type: none"> • La Mollacana • Los Perales

Fuente: Plan Regulador comuna de Monte Patria . Urbe Ltda, 2006

En suma, como se plantea en el plan regulador de desarrollo urbano comunal reciente se manifiesta en marcadas diferencias de dinamismo en la comuna. Esto hace que exista como desafío de planificación y gestión territorial la necesidad de velar por una equidad en el desarrollo urbano de la comuna.

2.1.2 Caracterización socio estadística general de la comuna de Monte Patria

Según las proyecciones del INE al año 2012 la comuna contaba con una **población estimada de 32.187 habitantes**, representando alrededor de un **4% de la población regional**. Según datos del

¹³Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

Pladeco 2012-2018, del total de la población comunal cerca de un 60% tendría características rurales.

La población se **concentra mayormente en las localidades urbanas del valle del río Huatulame y en la capital** comunal debido a las condiciones laborales y de la accesibilidad que estas concentran. La distribución de la población queda **expresada en el siguiente cuadro;**

Cuadro N° 3. Distribución de la población por distrito censal

DISTRITO CENSAL	TOTAL	POBLACIÓN CENSO 2002	
		URBANA	RURAL
Monte Patria	5.910	5.219	691
Juntas	1.068	0	1.068
Campanario	124	0	124
Cerrillos	939	0	939
Rapel	1.193	0	1.193
Las Mollacas	742	0	742
El Maqui	533	0	533
Pedregal	733	0	733
Las Ramadas	537	0	537
Tulahuén	1.665	0	1.665
Carén	1.250	0	1.250
Colliguay	480	0	480
Semita	300	0	300
Chilecito	775	0	775
Mialqui	504	0	504
Mal Paso	177	0	177
El Palqui	6.699	5.266	1.433
Huatulame	991	0	991
Guanillas	1.429	0	1.429
San Lorenzo	195	0	195
Cañaral Alto	3.631	2.855	776
Los Morales	401	0	401

Fuente: Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

En cuanto a la tasa de crecimiento en el período 1992-2010, la comuna presentó una tasa de crecimiento de 40,9% para la población entre 30 y 59 años y de 69,3% para la población de 60 años y más. Para el año 2020 se proyecta un aumento de la población entre 30 y 59 años y la de 60 años y más. Por otra parte, la variación intercensal ha mostrado una baja sostenida en los 30 últimos años, lo que indica que la tasa de crecimiento de su población ha ido disminuyendo¹⁴.

La comuna presenta niveles de indigencia menor al promedio nacional, pero con un grado de pobreza mayor a la media del país. En cifras del año 2011, la comuna cuenta con un **13,1% de personas en condiciones de pobreza**, mientras que a nivel nacional la pobreza alcanzó 11,7%. En

¹⁴Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

cuanto a la **indigencia, la comuna presentó una tasa de 1,3%**, mientras que la media nacional es de 2,8%¹⁵.

En cuanto a la empleabilidad, para el 2011, la comuna tuvo una **participación laboral de 50%**; mientras que la media nacional fue 56 %. Por su parte la **tasa de ocupación para el mismo año fue de 49,5, siendo levemente inferior la media nacional (51,6%)**, pero superior a la tasa regional que alcanzó el 47,7%. Así mismo la **tasa de desocupación para el mismo año fue de 2,3, muy por debajo de la media nacional que fue del 7,7%**¹⁶.

La **mayoría de la población activa se concentra en actividades de tipo agropecuarias**, en tanto **presenta una ocupación de más del 78 % de la población** y atrás le sigue la rama de hoteles y restaurantes donde se ocupa 7% de la población al igual que la rama comercio al por mayor y menor donde se ocupa el 6% de la población activa¹⁷. Sin embargo, hay que decir que las características de la **oferta de trabajo agropecuario es de carácter estacional, siendo aproximadamente en un 72% empleos temporales**¹⁸. Lo que determina una comuna con una marcada ocupación en trabajos conocidos como temporeros.

En cuanto a los indicadores educacionales, **la tasa de analfabetismo comunal al año 2009 alcanzó el 3,8%** de la población, lo que no muestra diferencias significativas con la tasa nacional de cerca del 3%¹⁹. Por su parte la tasa de escolaridad llegó al 8,08 %, que se presentaba baja en referencia a la media regional que fue de 9,7%. Las cifras comunales muestran que el mayor porcentaje de la población presenta educación básica incompleta, seguido por la educación básica completa, lo que se agudiza en el caso de las mujeres como lo muestra el siguiente cuadro en comparación con las cifras regionales.

Cuadro N° 4. Nivel educacional por sexo

NIVEL EDUCACIONAL (15 años o más)	PORCENTAJE COMUNAL	TASA PORCENTUAL COMUNAL POR SEXO		PORCENTAJE REGIONAL
		HOMBRES	MUJERES	
Sin educación formal	8%	8%	7,9%	5,3%
Básica incompleta	26,8%	25,7%	27,9%	17,8%
Básica completa	18,8%	21%	16,9%	11,3%
Media humanista incompleta	16,8%	16,5%	17%	14,8%
Media técnico profesional incompleta	1,9%	2,8%	1,2%	4,1%
Media humanista completa	18%	16,4%	19,5%	20,9%
Media Técnico profesional	3,6%	2,5%	4,6%	8,7%

¹⁵ Reportes estadísticos Distritales y Comunales 2013. Biblioteca del Congreso Nacional. Información actualizada a diciembre de 2012 Comuna de Monte Patria. http://reportescomunales.bcn.cl/2013/PDF/Monte_Patria.pdf

¹⁶ Ibíd.

¹⁷ Ibíd.

¹⁸ Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

¹⁹ Ibíd.

completa						
Técnica o universitaria incompleta			4,3%	6,3%	2,5%	9%
Técnica o universitaria completa			1,7%	0,8%	2,5%	8,1%

Fuente: Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

2.1.3 Caracterización productiva de la comuna de Monte Patria

La comuna se presenta con una fuerte influencia de las **actividades extractivas**, en tanto que el sector primario para el año 2010 presentó una fuerza laboral de 12.476 personas, que representa al 76%; Sector secundario, con 280 personas que representan un 2%, del sector terciario a 3.594 personas, que representan un 22%²⁰.

Dentro de las actividades primarias, **la comuna está fuertemente orientada a las actividades agropecuarias, siendo la agricultura el sector más representativo**, dedicada principalmente a la producción de **frutales y vides** (de mesa y viníferas), hortalizas y plantas forrajeras. Los cultivos de mayor envergadura -del total de cultivos anuales y permanentes- son los frutales y viñedos, con un 82 % (7.387 ha) y 13% (1.182 ha) respectivamente.

En cuanto a la producción pisquera y frutícola en la última década se ha desarrollado una producción tecnificada ubicada en terrazas fluviales que, por lo general, presentan un razonable rendimiento, debido principalmente a las buenas condiciones de riego artificial implementado por los medianos y grandes agricultores²¹.

La industria pisquera en la comuna está representada por la **Cooperativa Control Pisquero** que posee tres plantas vendimiadoras ubicadas en las localidades de Tulahuén, Rapel y Monte Patria. La producción de alcoholes de estas plantas es enviada a la planta de embotellamiento de la Serena, donde la Cooperativa posee además sus oficinas administrativas²². También se encuentra la **pisquera Chañaral de Carén** que produce pisco de manera artesanal en el pueblo del mismo nombre. Así mismo se encuentra la **pisquera Tulahuen** que en el pueblo del mismo nombre y que produce el **pisco "Waqar" de calidad premium**. En el mismo poblado también se encuentra la **sociedad Secretos del Valle de Tulahuen** que produce distintas variedades de fermentados como **vino dulce "Don Amable", vino blanco y chicha "Los Troperos" y**. Por último en el **Valle del río Rapel** se encuentra la **pisquera Bauzá** que produce el destilado del mismo nombre ampliamente conocido a nivel nacional.

En cuanto al sector pecuario la principal especie ganadera de la comuna corresponde a **los caprinos, que para el año 2006 agrupaba más del 75% del ganado en la comuna**. El ganado ovino es el segundo en importancia el cual representa cerca del 15% del total.

Del sector pecuario se desprende una pequeña actividad industrial de producción de queso de cabra. Según datos del 2006 en la comuna existen **2 plantas queseras en funcionamiento**, la **Sociedad Agroindustrial Tulahuén, y la Sociedad Agrícola y Ganadera La Higuera de Rapel**, la

²⁰Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

²¹ Ibíd.

²² Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

primera con una explotación caprina intensiva y con avanzados sistemas productivos. La segunda es una planta más pequeña, de 92 m², y de menor producción anual, pero altamente eficiente. Por otra parte, tanto a nivel comunal como regional, existe una importante producción informal por parte de crianceros locales que no cuentan con la resolución sanitaria correspondiente²³.

En cuanto a la **minería**, el Plan regulador del año 2006 entrega algunos datos de la presencia de la pequeña minería, junto con actividades de pirquineros que daba puestos de trabajo a unas a 50 personas, pero se estimó que la actividad aportaba más empleos debido a la existencia de yacimientos no inscritos. Para ese entonces se consignó que existían 3 minas de oro y 5 minas de cobre. Sin embargo a partir de las actividades de participación y de levantamiento de información en terreno, **el escenario actual de la minería en la comuna se presenta mucho más activo siendo una de las principales preocupaciones y amenas para los actores turísticos locales.**

Por otra parte es de destacar que en el sector Tulahuén de la comuna existe una **mina de la piedra semipreciosa Lapislázuli, utilizada en la producción de artesanías y en su comercialización local.**

En la comuna también se ha venido desarrollando una **prometedora actividad apícola debido a las condiciones naturales del territorio de vegetación nativa y de baja contaminación.** Actualmente, se desarrolla en sectores de los distintos valles entre los que destacan Colliguay, Las Mollacas, Chilecito, Mostazal y Tulahuén.

Como explica el estudio del plan regulador 2006, la comuna tiene una cabecera que concentra los servicios y dos sectores con actividad productiva de primer orden, relacionados principalmente con la uva de exportación que se encuentran en torno al río Huatulame y al río Grande norponiente, en los que además existe una significativa actividad agroindustrial y de packing. Mientras que en torno al río Rapel y al sector sur-oriente del río Grande se concentran actividades productivas de segundo orden de importancia, fundamentalmente relacionadas con la actividad pisquera. Por último, en los sectores altos y de secano se mantiene fundamentalmente una actividad económica de subsistencia, caracterizada por la ganadería caprina.

En síntesis, como también lo plantea el plan regulador 2006, la comuna se encuentra **en un proceso de transición estructural producto de una transformación en su sistema productivo**, que se traduce en nuevas tecnologías, capitales e inversiones públicas y privadas. Esta transición está alterando los patrones de asentamientos humanos, generando nuevos sistemas y subsistemas (distintos de los históricos), generando nuevas necesidades de planificación y ordenamiento territorial.

²³ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

2.1.4 Breve descripción por sectores o valles de la comuna

a. Monte Patria y alrededores²⁴

El **sector urbano de Monte Patria y alrededores** está conformado por **capital comunal, el Embalse La Paloma y los poblados rurales** que entran en su área de influencia más próxima.

La ciudad de **Monte Patria se emplaza en un punto de paso obligado**, ya que en términos de vialidad es parte del tránsito entre las localidades interiores cordilleranas de los valles de los ríos Ponio, Rapel, Mostazal y río Grande. Por lo tanto, es el principal centro poblado de la comuna y la principal zona de concentración de equipamiento y servicios como el municipio, banco, y consultorio con un centro de salud familiar entre otros servicios y equipamientos relevantes.

Su conectividad vial está dada por la Carretera que une Ovalle -Monte Patria - Combarbalá; la Ruta D-597 Monte Patria - Carén; Ruta D-055 Monte Patria - Chañaral Alto. Junto con el subsistema del río Huatulame, son los únicos que tienen conectividades viales fuera de la comuna, siendo parte de circuitos intercomunales

Sus actividades productivas están fundamentalmente relacionadas con la agricultura, aunque además concentra parte importante de la actividad de comercio y servicios de la comuna y aquí se ubica una de las tres plantas vendimiadoras de Cooperativa Control Pisquero presentes en la comuna.

b. Valle del río Huatulame

Está conformado por las localidades de **El Palqui, Huatulame y Chañaral Alto**, además de un conjunto de poblados de carácter rural como, Los Litres, Tome Bajo, Los Morales, Moraleda, San Marcos, Laguna Verde, Cárcamo, entre otros. Poblados que se organizan linealmente en sentido norte sur, a través del valle del río a lo largo de más de treinta km. Este se extiende **desde la localidad de El Palqui en la desembocadura en el Embalse La Paloma hasta más allá de la localidad de San Marcos, en el límite sudoeste de la comuna.**

En el valle hay **dos centralidades de equipamiento y servicios**. Al norte la localidad de **El Palqui, y al sur la localidad de Chañaral Alto**. Ambas cuentan con consultorios médicos, escuelas polidocentes, comisarias, estaciones de bombero.

El valle tiene un fuerte **carácter productivo agroindustrial**, asociado con el cultivo de vid, concentrando gran parte de la economía comunal. La superficie cultivada corresponde mayoritariamente a uva de mesa de exportación, cuya producción se ve estimulada por la buena accesibilidad que presenta este sector y la cercanía a los servicios que provee la capital comunal y El Palqui.

En cuanto a su conectividad, **es el único valle que se comunica vialmente con otra comuna, formando parte de un circuito intercomunal, así como también se relaciona directamente con la cabecera comunal, Monte Patria**. La conectividad vial está dada intercomunally por la carretera que une Ovalle-MontePatria-Combarbalá y de manera intracomunal, por la Ruta D-055,

²⁴ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

que une Monte Patria – Chañaral Alto y la Ruta D-599 que une El Palqui – Huanilla, como camino secundario.

Entre las potencialidades turísticas se halla su **cercanía al embalse la Paloma**, la existencia de **sitios arqueológicos de arte rupestre prehispánico**, la posibilidad de realizar distintas **actividades recreativas en la ribera del río**, además de actividades de pesca.

c. Valle río Ponio²⁵

En este valle se hallan un conjunto de poblados de carácter rural, entre los que destacan la Mollacana, Campanario y Los Perales que se organizan linealmente en ambas orillas del río a lo largo de más de cuarenta kms, **desde la localidad de Flor de Valle hasta más allá de La Mollacana**.

Si bien todos los valles son dependientes en algún grado de los servicios de la cabecera comunal, este es el que presenta una mayor dependencia de Monte Patria, tanto por su ubicación geográfica como por falta de equipamiento y que se a su vez se relaciona con la capital comunal a través de vialidad secundaria. Solamente las localidades de La Mollacana y Los Perales cuentan con una escuela unidocente, mientras que Campanario cuenta con una estación Médico Rural.

Es el valle menos habitado de todos los valles de la comuna, además de ser el **menos intervenido por la actividad antrópica**. Por lo tanto como plantea el plan regulador 2006 se le puede considerar como **sector de reserva natural** al tener una mínima intervención del hombre, donde existen superficies sólo intervenidas por ganado.

En cuanto al potencial turístico del territorio destaca el **paisaje natural muy poco intervenido donde se pueden desarrollar actividades de ecoturismo y la gran cantidad de sitios arqueológicos de arte rupestre prehispánico**.

d. Valle del río Rapel

En este valle se emplazan las localidades de Rapel y Las Mollacas, además de un conjunto de poblados de carácter rural como Higuera de Rapel, Varillar, Sol de las Praderas, Hacienda Molle, Hacienda Valdivia, Central Los Molles, entre otros. Los poblados se organizan linealmente en sentido oriente-poniente, en ambas orillas del río a lo largo de más de treinta kms, **desde la localidad de Juntas hasta más allá de la Central Los Molles**.

La principal centralidad de equipamiento y del valle está en la localidad de Rapel, que cuenta con un internado, una posta, una delegación municipal y se conecta con la cabecera comunal por la Ruta D-557, Juntas – Las Mollacas y el camino secundario, Ruta 64E032, Las Mollacas – Los Clonqui.

En la **localidad de Rapel se encuentra ubicada una de las tres plantas vendimiadoras de Cooperativa Control Pisquero** en la comuna de Monte Patria. Por su parte en la localidad **de La Higuera de Rapel se encuentra la planta de producción de quesos de la Sociedad Agrícola y Ganadera La Higuera de Rapel** que cuenta con certificación sanitaria para producción de queso de

²⁵ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

cabra. Por otra parte en diferentes localidades del valle se observa una producción apícola relevante, además de la pisquera Bauzá y central de ENDESA Los Molles .

e. Valle del río Mostazal²⁶

El valle comprende las localidades de Pedregal, y un conjunto de poblados de carácter rural como Colliguay, Pampa Grande, El Maqui, El Maitén, entre otros, y que se organizan linealmente en sentido oriente-poniente, en ambas orillas del río a lo largo de más de treinta kms, desde la localidad de Carén hasta más allá de El Maitén.

Si bien las localidades que se emplazan en la cuenca del río Mostazal se hallan relativamente alejadas de la capital comunal, es uno de los valles que presenta mayor cantidad de poblados con un total de 28, estando cada uno a muy corta distancia del otro. Su **principal centralidad de equipamiento y servicios se halla en la localidad de Pedregal** que cuenta con una posta, una escuela polidocente y un retén fronterizo, entre otros. Otra localidad que tiene un equipamiento a considerar es El Maitén, con una posta y escuela en el sector del extremo oriente del valle. La conectividad con Monte Patria está dada por el camino primario Ruta D-567 Carén-Pedregal-El Maitén y por los caminos secundarios Ruta 64 E037 Pedregal-Tranquita y Ruta 64 E567 Carén Colliguay-Pedregal.

Es **uno de los valles menos intervenidos** por lo que basa principalmente su economía en la agricultura de subsistencia y en la ganadería caprina. Entre las potencialidades turísticas destacan la arquitectura tradicional y el arte rupestre prehispánico.

f. Valle de río Grande²⁷

Este es uno de los cinco valles que sustentan la actividad productiva de la comuna de manera estable. La conectividad dentro del valle está dada por la linealidad de la estructura hídrica que define la vialidad básica, conectando **dos subsectores: Río Grande Alto y Río Grande Bajo**.

Dentro de lo que se conoce como el sector de **Río Grande Bajo** se hallan las localidades entre los poblados de **Juntas, pasando por Chilecito, hasta Carén** que se hallan unidos por la ruta D-597 que se encuentra pavimentada hasta la localidad de Carén. La principal centralidad de equipamiento y servicios del sector de río Grande Bajo se halla **en la localidad de Carén, que cuenta con un internado y un consultorio**. Una segunda subcentralidad se da en la localidad de Chilecito, que se encuentra equidistante de Carén y Monte Patria, sirviendo al área intermedia entre estas.

Es un sector, con un considerable potencial turístico gracias a su **paisaje vitivinícola y arquitectura tradicional**, cuenta con buena infraestructura vial y de servicios, ya que están las mejores instalaciones turísticas se hallan en este sector, como lo son **el Hotel Juntas y el Parque Ecológico La Gallardina**. Por otra parte, **en Chañaral de Carén se encuentra concentrada las principales actividades productivas del sector, como la pisquera del mismo nombre** y la producción vinícola.

²⁶ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

²⁷ Ibid

El sector de **Río Grande Alto** está compuesto por el área alta del valle, con poblados que se organizan a ambas orillas del valle desde la localidad de **El Cuyano, pasando por Tuluahuén, El Tayan, Ramadas hasta más allá del El Toro y Carrizal, al final del valle**. Este sector del valle se diferencia por el cambio de su orientación (de norte-sur a oriente - poniente), y por el distinto uso de suelo, ya que el valle **no es agrícolamente explotado de manera industrializada**. Su principal centralidad de equipamiento y servicios se encuentra en la localidad de Tuluahuén, que cuenta con un internado, una posta, un retén fronterizo y delegación municipal. Localidad que también se caracteriza por las **actividades productivas vinícolas, pisqueras y apícolas**.

Según datos del año 2006 la base productiva del sector de río Grande Alto se basa principalmente una **agricultura familiar basada en ganadería caprina y de huertos**. Por otra parte en el sector también se encuentran predios con cultivos de uva pisquera y la planta de la **pisquera Tuluahuén dedicada a la producción de pisco premium**. En el sector se encuentran ubicadas las instalaciones de la **Sociedad Agroindustrial Tuluahuén, dedicada a la producción de quesos** y que posee una explotación caprina intensiva y avanzados sistemas productivos. Además en Tuluahuén se ubica **una de las 3 plantas vendimiadoras de Cooperativa Control Pisquero** en la comuna de Monte Patria.

En cuanto al potencial turístico del territorio destaca el **paisaje cordillerano, los recursos naturales ribereños permiten actividades relacionadas con la pesca, la arquitectura tradicional y costumbres y fiestas muy arraigadas**. Además en este sector se halla la **única mina de lapislázuli del continente** partir de la cual existe una incipiente industria de artesanías.

2.2 Caracterización Histórica Cultural

2.2.1 Época prehispánica

Los testimonios más antiguos de las primeras ocupaciones humanas para región semiárida del Norte Chico- donde se localiza la provincia del Limarí y nuestro territorio en estudio- se hallaron **en la localidad de Quereo** aproximadamente 2 km al sur de la ciudad de Los Vilos y fueron fechados con fecha estimada de antigüedad de entre los **12.000 a los 11.400 años antes del presente**, correspondiendo al periodo que se conoce como **Paleoindio**²⁸.

Más tarde hacia el periodo que se conoce como **Arcaico Temprano (11.00-7.000 años antes del presente)** comienzan a desarrollarse en la costa ocupaciones humanas muy bien adaptadas a las condiciones costeras el **complejo cultural Huentelauquén**, que según las interpretaciones de los restos arqueológicos fueron grupos de hombres y mujeres agrupados en clanes que aprovecharon los recursos marinos y terrestres a partir de la **caza, recolección y pesca**. Por ese mismo período en los sectores interiores, específicamente en el sitio llamado **“cueva de San Pedro de Pichasca”** ubicada en el curso medio del río Hurtado, se emplazan grupos humanos cazadores y recolectores que desarrollan campamentos ocasionales para la **caza y recolección**. Sus fechados más tempranos datan de 9.940 años antes del presente²⁹.

²⁸ Paola González Carvajal - Javier Tamblay Sepúlveda. Unidad de Cultura –Municipalidad de Monte Patria. *Reconocimiento arqueológico. Río Poniú y sector Piedras Bonitas*. Comuna de Monte Patria 2013

²⁹ *Ibíd.*

Hacia el período del **Arcaico Medio, entre los 7.000 y 4000 años** del presente las ocupaciones costeras desarrollan estrategias de adaptación que articulan circuitos de movilidad que incluyen las áreas interiores de la región, llegando hasta la cueva de San Pedro de Pichasca y más al oriente en la cordillera. Ya en el **Arcaico Tardío entre los años 4.000 a 2.200** antes del presente se observan sitios arqueológicos que dan cuenta una **gran movilidad y adaptación entre los nichos ecológicos costeros e interiores**, prueba de ello sería el sitio arqueológico conocido **Valle del Encanto**³⁰.

Hacia el año 200 antes de Cristo las condiciones de vida de las poblaciones se fueron haciendo más sedentarias desarrollando nuevas tecnologías como la cerámica. Los primeros momentos de la vida alfarera en la región se han denominado **periodo Alfarero Temprano (200a.C.- 800 (1000) d.C.)**, cuando se desarrolla el **complejo cultural el Molle**, quienes desarrollaron la industria cerámica, caracterizada por el uso de un acabado pulido superficial en sus jarros con decoraciones incisas sobre fondos de coloraciones que van de negro a rojo, pasando por el café, el crema y el gris³¹.

Entre los **800 a 1200 años después de Cristo (Periodo Medio)**, se evidencia un nuevo tipo cerámico, de **jarros pintados con figuras geométricas y naturalistas** en blanco, rojo y negro, lo que probablemente es consecuencia de la influencia de la Cultura andina de Tiahuanaco a través del Noroeste y centro este argentino **denominado complejo Las Ánimas**³².

En los períodos **Tardío e Intermedio Tardío 1000 al 1556 d. C.** en la zona se observa la fuerte presencia de **cultura diaguita con su notable desarrollo cerámico que evidencia complejos procesos sociales y políticos**. Hacia el final del periodo en la decoración de esta cerámica se pueden ver las **influencias inkas con series decorativas y figuras simétricas de alto contenido simbólico en la cultura del Tahuantinsuyo**. Con la introducción de la cultura política incaica **hacia el 1470**, es posible afirmar la administración imperial andina con la llegada de un Curaca a la zona y la construcción de caminos o la readecuación de los ya existentes para integrarse a la red vial incaica conocida como **Camino Inca**, el cual permitió el control político y un fluido intercambio cultural³³.

2.2.2 Breve Reseña Histórica

La colonia transformó el territorio habitado por diaguitas e incas, con el **sistema de encomiendas** de la administración política económica dispuesta por la corona española se introducen nuevas formas de vida y de organización del trabajo, lo que dará comienzo a un largo procesos de transculturación y de mestizaje.

En 1585 Limarí se consideraba un solo valle que tenía su principio en la cordillera y remataba en el mar. En él, aparece un solo propietario, Don Fernando de Aguirre. Su propiedad pasaría más tarde a dividirse; una sección quedó en manos de doña María de Aguirre y otras a las de Don Francisco

³⁰ *Ibíd.*

³¹ *Ibíd.*

³² *Ibíd.*

³³ Paola González Carvajal - Javier Tamblay Sepúlveda. Unidad de Cultura –Municipalidad de Monte Patria. *Reconocimiento arqueológico. Río Poniú y sector Piedras Bonitas*. Comuna de Monte Patria 2013

Riveros y Figueroa, su yerno. Por su parte, el Maestre de campo Don Pedro Cortés Monroy, solicitó encomienda, al finalizar sus servicios en las campañas de Arauco. El Petitorio en 1598 le asignó 8.000 cuerdas de Huana, recibiendo a continuación otras 1.000 que le haría Gobernador del Reino. Con ello, su tierra copó las áreas que se extienden entre el río Huatulame y Grande, mientras que las tierras de más arriba permanecían vacías³⁴.

Estos sitios aparecían precedidos por un monte grande que se llamaría Monterrey, dirección obligada para la búsqueda de maderas aptas para la confección de lanzas y que más tarde en tiempos de la independencia pasaría a llamarse Monte Patria.

La merma de la población nativa debido al proceso de conquista que se caracterizó por epidemias nunca antes conocidas por indios y condiciones laborales de explotación, obligó a suplir la población india con contingentes Yanaconas o indios traídos del Perú. Además hubo un tráfico de indígenas Huarpes desde los territorios trasandinos ubicados en Tucumán, San Juan y Cuyo. A estos también se habrían sumado la presencia de un importante contingente que llegó también con los encomenderos

Prueba del mestizaje es el legado indígena presente en la toponimia y ciertas prácticas artesanales que aún están presentes en el tallado de maderas, tejidos de totora, y mitos y leyendas.

A fines del siglo XVIII, Monterrey vio divididas sus propiedades, siendo la cabeza de éstas, la estancia de los Muñóz. Más arriba se seguían usando tierras para pastoreo veraniego, proliferando grandes estancias que se consideran anexas a propiedades de Huamalata y Limari³⁵.

La comuna de Monte Patria comienza a conformarse a partir del siglo XVIII, por la donación y entrega de tierras a Don Juan Cisternas de la Cerna, corregidor de La Serena, las cuales eran las demasías del Coronel Pedro Cortés Monroy, Marqués de Guana y Guanilla. Es el hijo de este Coronel, quien declara ser el dueño de la estancia Monterrey, sin que nadie se atreviera a contradecirlo, donde tenía su casa patronal en lo alto de lo que hoy es Monte Patria³⁶.

Durante el periodo de la Independencia, los pasos cordilleranos de Guana (donde se encuentra la tenencia de carabineros en la central Los Molles) y Calderón (actual paso de La Chapetona) fueron elegidos por los patriotas para sorprender a los españoles que ocupaban Coquimbo. Es este hecho el que dio origen al nombre de la comuna, en rechazo a la denominación Monterrey que hasta entonces prevalecía, y a la vez en homenaje a dicho ejército³⁷.

Desde la época colonial se empieza a organizar una forma de tenencia de tierra muy particular y propia del norte Chico de nuestro país, las **Comunidades Agrícolas** que son fruto de la mixtura de nociones indígenas para la explotación de los recursos locales junto con los sistemas españoles y luego criollos de tenencia de la tierra.

Durante la colonia los encomenderos españoles y mestizos ya hacían una diferenciación entre las tierras del seco versus los territorios que tenían irrigación hídrica. Los valles del Copiapó,

³⁴Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

³⁵ Estudio Plan Regulador Comunal Monte Patria. URBE Ltda. 2006

³⁶http://www.munimontepatria.cl/turismo/?action=documento&id_documento=93

³⁷ Ibid.

Huasco, Elqui, Limarí y Choapa al igual que los pueblos de indios son distribuidos entre los once y luego ocho primeros conquistadores encomenderos, pero por disposiciones legales sobre mercedes de tierra ningún conquistador podía ser propietario de un valle entero con las aguas corrientes sino solo de una parte. También quedaban fuera de sus dominios las quebradas e interfluvios adyacentes a los mismos, tierras que recibieron el nombre de estancias. Este es punto de partida del **origen de las comunidades agrícolas de secano, que se constituyen en base al aprovechamiento colectivo de los territorios que no podían ser explotados con la agricultura debido a las condiciones de aridez**³⁸.

Por esa época los interfluvios se denominaron popularmente como “tierras de pan llevar” debido a que se masificó el cultivo de cereales principalmente de trigo desde el siglo XVI, sumado a esto la incorporación por parte de los españoles del ganado caprino, posibilitó el desarrollo de la actividad ganadera que se adaptó rápidamente al árido paisaje. Las tierras de secano fueron habitadas por los remanentes indígenas, por personas que servían a la colonia española y que recibieron como premio un lugar para asentarse. Al mismo tiempo la incipiente actividad minera posibilitó el surgimiento de distintos centros de servicios y placillas mineras³⁹.

El origen de las comunidades rurales del Norte Chico está íntimamente ligado al proceso de fragmentación de la propiedad por las continuas divisiones a comienzos del siglo XVIII, la partición de los bienes por herencia familiar culmina con la atomización de los derechos de propiedad. Esto posibilitó que producto del crecimiento familiar se ocupara y se ampliara la extensión familiar en el territorio siempre dejando tierras para el pastoreo caprino comúnmente llamado talaje⁴⁰.

Con el surgimiento de la república de Chile las comunidades siguieron desarrollándose, hasta fines de la década de 1970 cuando se legaliza esta forma de ocupación del territorio en distintas acciones llamadas “derechos”, en una nómina de propietarios colectivos bajo el alero del “Ministerio de Tierras y Colonización” actual Ministerio de Bienes Nacionales⁴¹.

La **organización de explotación colectiva de los territorios** se basa en que el comunero o titular de ese derecho ocupa el territorio y tiene destinado **una porción de tierra individual para él y su familia, en lo que denomina “goce singular”, como el derecho de ocupar el “terreno común”** que no ha sido ocupado por otro comunero y la “lluvia” o territorio para la siembra de cultivos anuales como trigo y cebada hoy casi desaparecidos en la región.

Cada comunero tiene derecho a voto, y en la asamblea de comuneros se resuelven los distintos temas acerca del uso del suelo del territorio comunitario, desde la ocupación física de una familia, como el derecho a pastoreo (talaje) principalmente de cabra, entre múltiples temas⁴².

La importancia de la comunidad agrícola para la identidad del norte chico reside en que al interior de esta organización se generan fuertes lazos con sus emigrados, y como característica especial

³⁸ Nicolás Schneider Errázuriz, *Comunidades agrícolas de la Región de Coquimbo Chile, Tenencia ancestral y colectiva de la tierra versus la llegada de nuevos vecinos y nuevos comuneros*. II Seminario Internacional Nuevos Desafíos del Desarrollo en América Latina: La perspectiva de jóvenes profesionales y académicos. 2007

³⁹ *Ibíd.*

⁴⁰ *Ibíd.*

⁴¹ *Ibíd.*

⁴² *Ibíd.*

sirve como **refugio para grandes períodos de cesantía a causa de la subcontratación temporal**. El dinero pierde su valor y aún persiste el trueque, el cultivo de subsistencia, servicios gratis o subvencionados y una red social que pese a todo, sigue viva para seguir compartiendo⁴³.

Así, este tipo de organización social y de tenencia de tierra posibilita la reproducción cultural, la reversibilidad de la migración siendo una zona de refugio para sus integrantes en tiempos difíciles. La funcionalidad de la comunidad agrícola es evidente en una modernidad que ofrece difíciles condiciones de vida en el medio urbano, en los campamentos mineros o en los trabajos esporádicos de la agricultura temporal⁴⁴.

En la región de Coquimbo, las comunidades agrícolas constituyen una porción no menor de tenencia de tierra del secano. Según datos de Bienes Nacionales, **en la comuna de Monte Patria es donde existe la mayor cantidad de estas organizaciones ocupando en total más de mil hectáreas lo que corresponde a cerca del 23% del territorio comunal**⁴⁵.

Sin embargo, existen nuevos elementos que condicionan territorialmente al secano ya que si los terrenos de la comunidad presentan buenas condiciones climáticas para la agro exportación, como sucede en la comuna de Monte Patria, junto con las nuevas tecnologías de riego que permiten ampliar sustancialmente la superficie cultivada, se produce una fuerte presión de parte de la industria de la agro exportación por la compra de esos terrenos y por ende en la disolución de la organización de la comunidad agrícola. Esto atenta con las formas tradicionales de organización social del mundo rural y las costumbres asociadas a esta y al paisaje que en los últimos años ha venido sufriendo fuerte alteraciones.

En este sentido, la identidad cultural y social Monte Patria que se caracteriza por las actividades propias del trabajo del campo y de las actividades productivas relacionadas con la crianza de ganado menor en los territorios del secano, lo que está fuertemente relacionado con las comunidades agrícolas, que constituye un patrimonio muy propio y que debe ser considerado en las acciones y planes de desarrollo que incidirán directamente en el territorio que ocupan, como lo es la realización de actividades turísticas y acciones para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural que encierran.

2.2.3 Caracterización del Patrimonio de Monte Patria

El patrimonio de la comuna muestra las raíces **indígenas con la existencia de una larga lista de sitios arqueológicos de arte rupestre** en los distintos valles que conforman el territorio. Por otra parte, **la construcción en adobe y la arquitectura de fachada continua, aleros y segundos pisos con balcones** que aún conservan los sectores centrales o más antiguos de Tulahuén, Chañaral de Carén o Rapel junto a las **iglesias y capillas** de las distintas localidades dan cuenta de la historia de la historia colonial y republicana de la comuna.

Así mismo en la comuna existe un rico patrimonio intangible ligado a las formas de vida agrícola, a la **vida de “criancero”** y a la **religiosidad local** que configura una comuna con fiestas y actividades tradicionales en cada una de las localidades.

⁴³ Ibíd.

⁴⁴ Ibíd.

⁴⁵ Ibíd.

A continuación se presenta una pequeña caracterización del patrimonio tangible e intangible de la comuna factible de ser puesto en valor turístico.

- **Arte Rupestre:**

En los distintos valles de la comuna se encuentra sitios arqueológicos de grandes dimensiones y complejidad que presentan petroglifos y en algunos casos pintura rupestre en los siguientes sectores:

Cuadro N° 5. Sectores de la comuna con sitios de arte rupestre

Valle o sector	Sitio
• Cabecera comunal	• Piedras Bonitas
• Huatulame	• Nomuco • Huanilla • Huatulame • Cárcamo • Las Cardas • Los amarillos • El Higueral • Cerro El Buitre
• Ponio	• La Escuela • Piedras Negras • Viñitas • Los Perales
• Rapel	• Las Condes • Rapel • Los Ángeles de Rapel
• Mostazal	• Mostacilla • Cuestecita • El Maitén
• Grande	• Carén • La Mollaca • Semita • Tulahuén Oriente

Fuente: elaboración propia a partir de *En Busca de un Pasado Presente. El cantar de las piedras. Arte rupestre en Monte Patria* municipalidad de Monte Patria s/f

Los motivos más característicos son representaciones de máscaras con tocados cefálicos denominadas **“cabezas-tiara”** inscritas en la piedra mayoritariamente con la técnica del grabado y escasamente pintadas. Otros motivos son las figuras humanas de formas lineales muy estilizadas, a veces con tocados cefálicos y de cuerpo entero, también muestra motivos más simples como círculos con apéndice, rectángulos de lados curvilíneos a veces con figuras geométricas en su

interior. El arte rupestre se estas características se define como del **estilo Limarí** con una ubicación geográfica que va desde los valles del Limarí al Choapa y cuyo sitio más conocido es el Valle del Encanto. Su asignación cronológica es un tema complejo y de debate arqueológico, sin embargo se acepta que **al menos con la cultura Molle el arte rupestre habría hecho su aparición en el periodo del Alfarero Temprano. (200a.C.- 800 (1000) d.C.)** Sin embargo, también hay datos que permiten deducir la existencia de sitios que pueden haber estado activos en tiempos del Arcaico más de 7.000 años atrás y otros que muestran influencia Diaguita – Inka en tiempos tardíos previo a la colonización española⁴⁶.

El estado de conservación dependerá de su ubicación ya que las mayores amenazas que sufren los restos arqueológicos provienen de parte de las actividades económicas que desarrollan empresas y particulares en los sectores aptos para la agricultura. Mucho del arte rupestre se encuentra en los territorios de las comunidades agrícolas en los sectores de secano en grandes extensiones de cerros y llanuras alejadas de los centros más poblados donde se realizan solamente actividades de carácter extractivo (pastoreo de caprinos), lo que permite que parte importante de este patrimonio se conserve con poca alteración⁴⁷.

- **Iglesias y capillas**

En los distintos poblados de los valles que componen Monte Patria se encuentran iglesias o capillas, en su mayoría **construidas a principio del siglo XIX** en torno a las cuales se articulaba la vida cotidiana y religiosa de los habitantes y que actualmente siguen albergando importantes festividades y eventos sociales. Actualmente casi la mayoría de los poblados celebra a su santo en fechas de devoción y fiesta. Estos pequeños templos religiosos son fruto de técnicas de construcción muy antiguas con materiales locales, básicamente **albañilería en adobe con muros de espesor de entre 80 cm a 1 metro y cubiertas de madera.**

El estado de conservación de las iglesias en general es regular sin peligro aparente de colapso, salvo **la iglesia de Mialqui** que según informaciones de especialistas presenta **daños severos.**

Se presenta una breve descripción en el siguiente cuadro:

⁴⁶Paola González Carvajal - Javier Tamblay Sepúlveda. Unidad de Cultura – Municipalidad de Monte Patria. Reconocimiento arqueológico. Río Poniú y sector Piedras Bonitas. Comuna de Monte Patria 2013

⁴⁷En Busca de un Pasado Presente. *El cantar de las piedras. Arte rupestre en monte patria* municipalidad de monte patria s/f

Cuadro N° 6. Estado de conservación de iglesias comuna de Monte Patria.

- **Iglesia de Mialqui:** construida el año 1803 aproximadamente. En su interior se realiza una vez al mes el resto del tiempo permanece cerrada. Presenta daños estructurales severos, por lo que tiene riesgo de colapso.
- **Capilla Chilecito:** se destaca por su fachada continua.
- **Iglesia de Carén:** construida el año 1824, con un campanario que data del año 1850. Sólo permanece abierta en días de misas y de festividades religiosas.
- **Iglesia de Tulahuén:** destaca por su estructura de piedra y adobe, entregando al pueblo la impronta de pueblo típico. En ella se realiza la fiesta religiosa tradicional que conmemora el aniversario del pueblo el día 12 de octubre, además de misas todos los sábados por la tarde
- **Iglesia de Rapel:** data del año 1811 y actualmente se encuentra en funcionamiento, celebrándose la misa una vez a la semana.
- **Iglesia de Huatulame:** se caracteriza por mantener la arquitectura del siglo XIX y por aportar a la estampa de pueblo pintoresco. Al igual que en las iglesias de otras localidades aquí se celebra la misa una vez a la semana.
- **Iglesia de Chañaral Alto:** ubicada junto a la plaza del pueblo, es uno de los atractivos más importante del poblado.
- **Iglesia de Monte Patria:** ubicada al centro de la capital comunal, en su interior se conservan imágenes que representan a Nuestra Sra. Del Carmen, San José y el Niño Dios. Se celebra misa todos los domingos al medio día.

Fuente: Elaboración propia equipo DTS.

- **Festividades religiosas**

Las fiestas religiosas que se dan en casi todas las localidades de la comuna tienen como objetivo la **adoración y celebración a las imágenes que guardan las iglesias** las cuales son motivo de devoción de los feligreses. En estas fiestas los participantes hacen **bailes tradicionales** para renovar votos y pedir por la salud y bienestar de la comunidad y la familia a la virgen y a los santos. Las fiestas son fundamentales para mantener y reproducir las tradiciones locales ligadas a la **religiosidad popular** propia del norte chico.

A continuación se presentan las principales fechas en la comuna:

Cuadro N° 7. Calendario de fiestas religiosas

MES	EVENTO	LOCALIDAD
ENERO	Trillas en el Sector de Rapelcillo	Tulahuén
	Actividades de Verano	Monte Patria
FEBRERO	Fiesta Religiosa "San José Obrero" (día 01)	Los Tapias
	Festival de Rapel 1ª Semana	Rapel
	Festival "Tulahuén Canta" 2ª Semana	Tulahuén
	Festival de Panguecillo (Ranchero) 3ª Semana	Panguecillo
	Festival "Gabriela canta en verano" (Ranchera) 4ª Semana	Chañaral Alto
	Carnaval de verano	Carén
	Semana maitenina 1ª semana	El Maitén
	Festival de Rancheras	Las Mollacas
	Festival "Anatauma Kullkutaya"	Sector Las Ruinas
MAYO	Fiesta Religiosa Nuestra Señora de Lourdes (día 01)	Él Tome
	Campeonato Comunal de Cueca adulto 2ª Semana	Monte Patria
JUNIO	Fiesta Religiosa "Sagrado Corazón de Jesús" (día 22)	Villa El Palqui
	Campeonato Comunal de Cueca Adulto Mayor 3ª Semana	Tulahuén
	Día de Criancero (primer sábado de junio)	Las Ramadas
JULIO	Fiesta Religiosa "Santa Teresa de Los Andes" (día 15)	El Peralito
	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Carmen" (día 22)	Monte Patria
	Celebración Día del Campesino 3ª Semana	Flor del Valle
AGOSTO	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Carmen" (día 05)	Rapel
	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Tránsito" (día 15)	El Palqui
	Misa de Hombres (tradición desde 1953 aprox.) (día 15)	El Palqui
	Embajada Cultural (fines de semana)	Cinco localidades (rotativo)
SEPTIEMBRE	Fiesta Guachaca	Cerrillos de Rapel
	Aniversario de la Comuna de Monte Patria (Todos el mes)	Comuna
	Feria de las tradiciones (3ª semana de septiembre)	s/i
	Fondas	Localidades principales
	Fiesta de la chilenidad en sector Las Ruinas	Se realiza después de fiestas patrias
OCTUBRE	Fiesta Religiosa Nuestra Sra. De la Merced (día 07)	Chañaral Alto
	Fiesta Tradicional Religiosa de la Cultura y Las Artes. Aniversario de Tulahuén (día 12)	Tulahuén

MES	EVENTO	LOCALIDAD
	Fiesta Religiosa “Ángeles Custodios” (día 14)	Los Clonquis
	Fiesta Religiosa “Nuestra Sra. Del Rosario” (día 21)	Huatulame
	Fiesta Religiosa “Nuestra Sra. Del Rosario” (día 21)	El Maqui
	Fiesta Cultural (en el rodeo)	Flor del Valle
NOV	Fiesta Religiosa “San Marco” (día 25)	Huanilla
	Fiesta Primavera 1ª Semana	El Palqui
	Carnaval del Tomate	El Palqui
DIC	Fiesta Religiosa “Inmaculada Concepción de María” (día 08)	Flor del Valle

Fuente: Departamento Cultural de la I. Municipalidad de Monte Patria

2.3 Análisis situacional

2.3.1 Consideraciones metodológicas

A continuación se presenta un análisis situacional en base a la integración de la caracterización social, con los análisis turísticos y ambientales presentados en los informes anteriores. Con esto se busca consolidar una visión que abarque de manera integradas las distintas dimensiones que deben tomarse en cuenta a la hora de proponer un plan de desarrollo turístico para Monte Patria.

El análisis situacional permitió identificar los actores tanto internos como externos que inciden en el quehacer turístico actual de la comuna, así como también se caracterizó los recursos turísticos factibles de articularse en una oferta turística del territorio. En este análisis también fue importante describir los procesos sociales y económicos que vienen ocurriendo en el territorio y que influyen directa o indirectamente en el quehacer turístico actual o potencial para diseñar un plan de desarrollo de destino turístico.

2.3.2 Caracterización de Actores

a. Internos

- **Comunidades Agrícolas**

Las Comunidades Agrícolas son la **base del aprovechamiento colectivo de los amplios territorios del secano que constituyen una porción importante del área comunal y que por sus condiciones de aridez y de ausencia de lluvias han sido ocupados para el desarrollo de la ganadería de ovinos y caprinos**. Son fruto de un proceso histórico que mixtura las nociones indígenas para la explotación de los recursos locales, junto con los sistemas españoles y más tarde luego criollos de tenencia de la tierra.

La **organización de tenencia y explotación colectiva de los territorios** se basa en que el comunero o titular de ese derecho ocupa el territorio y tiene destinado **una porción de tierra individual para**

él y su familia, en lo que denomina “goce singular”, como el derecho de ocupar el “terreno común” que no ha sido ocupado por otro comunero y la “lluvia” o territorio para la siembra de cultivos anuales como trigo y cebada hoy casi desaparecidos en la región.

Cada comunero tiene derecho a voto, y en la asamblea de comuneros se resuelven los distintos temas acerca del uso del suelo del territorio comunitario, desde la ocupación física de una familia, como el derecho a pastoreo (talaje) principalmente de cabra, entre múltiples temas⁴⁸.

Según datos de Bienes Nacionales, **en la comuna de Monte Patria es donde existe la mayor cantidad de estas organizaciones ocupando en total más de mil hectáreas lo que corresponde a cerca del 23% del territorio comunal**⁴⁹.

Considerar las comunidades agrícolas como un actor que incide en el desarrollo turístico se relaciona directamente con que muchos de **los recursos naturales y culturales, - especialmente arqueológicos- se encuentran dentro de los territorios comunitarios** y por tanto su aprovechamiento y puesta en valor turística pasarán necesariamente por la coordinación y aprobación de las entidades colectivas que las representan. Así mismo, las actividades productivas tradicionales que se desarrollan en el interior de las comunidades agrícolas **constituyen el escenario cultural y social donde se mantiene vivo el patrimonio intangible que caracteriza la vida del criancero y habitante rural del Norte Chico**. Elementos que definen la identidad y paisaje cultural que hace del territorio de Monte Patria una zona para el desarrollo de experiencias turísticas centradas en la ruralidad y la trashumancia cordillerana.

- **Municipalidad de Monte Patria**

El Municipio está fuertemente interesado en potenciar y promover el turismo en la comuna, lo que se advierte en la gestión del **departamento de turismo del municipio** que se crea luego de la elaboración del Pladetur 2006-2012 con el objetivo cumplir el plan y de impulsar el desarrollo del sector y dar un apoyo institucional fuerte a los emprendedores turísticos de la comuna. Actualmente cuenta con dos profesionales que trabajan directamente con los actores turísticos locales a través de una fuerte participación en la Mesa de Turismo comunal y articulan las distintas acciones municipales para el fomento del sector.

En este sentido, la proyección del desarrollo de la base productiva de la comuna tiene un fuerte énfasis en el turismo, en tanto el **PLADECO** recientemente actualizado establece la siguiente imagen objetivo: **“Monte Patria, una comuna turística. Con más servicios y comercio. Con una política permanente de capacitación que apoya los micro emprendimientos locales y la inserción laboral de sus habitantes”**⁵⁰. Por lo tanto los planes y programa de este ámbito se encuentran fuertemente dirigidos a consolidar a Monte Patria como una comuna turística, logrando la generación de nuevas fuentes de empleo, beneficiando a todos los habitantes de la comuna, centrada en aprovechar y dar cuenta de las bondades del patrimonio tangible e intangible y todos sus atributos paisajísticos, como de sus recursos naturales.

Así mismo el municipio **cuenta con una política comunal de turismo desde el año 2010** – detallada en el segundo informe del presente estudio- que abarca todas las áreas relevantes para

⁴⁸ Ibíd.

⁴⁹ Ibíd.

⁵⁰ Pladeco Monte Patria 2012-2018. Pac Consultores, 2012

el desarrollo del turismo rural en base al patrimonio tangible e intangible de la comuna, centrada en el fomento del emprendimiento de los actores locales bajo el enfoque de la sustentabilidad social, económica y social.

Por otra parte, se encuentra **en proceso de Certificación Ambiental Municipal**, lo que permitirá fortalecer el desarrollo de iniciativas ambientales a desarrollar en conjunto con la comunidad para ser aplicado en su entorno, lo que influirá favorablemente en el desarrollo de actividades turísticas.

- **Mesa de turismo**

Se crea como parte de los objetivos de gestión del Pladetur 2006-2012 para **articular a los empresarios turísticos de los diferentes valles de la comuna**. Actualmente agrupa **alrededor de 20 emprendedores** con una directiva elegida anualmente y se reúnen una vez al mes para la ejecución de distintos proyectos y asesorías en directa relación con el departamento de turismo de la municipalidad.

En cuanto a **la relación entre actores internos de la mesa, la mayoría de sus integrantes dicen conocer las otras iniciativas** lo que permite un encadenamiento y complementación de servicios.

Respecto a la posibilidad de ampliar la convocatoria de la mesa, es una invitación abierta, sin embargo algunas personas habrían desistido de la organización porque dijeron no constatar ningún beneficio directo y gestiones poco claras, sin embargo su presidenta lo desmienta y asegura que la gestión de la mesa es honesta y transparente.

- **Agrupaciones de emprendimiento por territorio o rubro**

Una de las características muy positivas en Monte Patria es la gran cantidad de agrupaciones ya sean funcionales o gremiales que a partir del trabajo en conjunto buscan mejorar las condiciones de vida en la comuna. A continuación se describen las agrupaciones que se relacionan con el turismo en tanto ofrecen servicios o productos factibles de articular en una oferta turística distintiva del territorio.

- ✓ **Proyección Artesanal folklórica Río Grande de Tulahuén**

Agrupación que congrega cerca de **22 productores locales de Tulahuén**, entre las acciones más importantes que realiza se halla la organización del aniversario del pueblo que se celebra el 12 de Octubre. En esta ocasión realizan una muestra y venta de sus productos.

Respecto del rescate de tradiciones y el folklore del pueblo, su presidenta agrega que es posible reflatar antiguas costumbres, bailes y trajes ya que muchas personas siguen guardando estos elementos en sus casas.

- ✓ **Asociación Gremial de micro-empresarios de la comuna de Monte Patria**

La asociación se inició hace 5 meses y se formó ante el problema de la sequía y cómo afectaba a los microempresarios. **Con el objetivo del trabajo colectivo, se agrupó a microempresarios de**

diversos rubros como panaderías, bazares, restaurantes, almacenes, gente asociada al transporte, pequeños agricultores y otras iniciativas.

Hoy son poco más de 80 micro-empresarios de la ribera del río Huatulame. Se busca con esto fortalecer el territorio de este río para luego expandir el modelo a los otros valles de la comuna.

La asociación pretende acceder a información y **asesoría legal, económica y organizacional para el emprendimiento.** En este sentido el logro más significativo es **la adjudicación de un PEL** (iniciativa de CORFO) para 20 asociados, quienes invertirán en innovación, transporte, compra de equipos e infraestructura. Dentro de este proyecto se incluyó una planta de reciclaje, producto de la asociación de 3 postulantes familiares y un spa también con características de emprendimiento familiar.

✓ **Agrupación Feriantes Emprendedoras Mujeres de Huatulame**

Se compone de **30 integrantes**, 15 de ellas dedicadas a la de artesanía en telar y 15 interesadas en ofrecer los servicios de guías turísticas. Actualmente se encuentran ejecutando un **proyecto Indap-Prodemu de turismo rural** que las capacita como guías turísticas en inglés, gestión, desarrollo personal, arqueología, marketing y tela en lana de ovejas.

En cuanto a proyecciones futuras postularán para hacer un **Centro turístico** en septiembre con fondos de Sercotec. Indap por su parte ya les habría entregado un primer monto para comenzar la implementación. El objetivo del centro es recibir al turista para entregarle de manera adecuada una **interpretación de la historia y arqueología de la zona y realizar actividades outdoors como caminatas, rutas, arqueología, cabalgatas, motocross y ofrecer gastronomía típica.**

✓ **Agrupación Apiflor**

Agrupación que nace en Diciembre de 2011 con 12 integrantes de las cuales actualmente se mantienen 7 personas. **Todas mujeres del valle del río Mostazal** que se iniciaron con un proyecto en apicultura de Indap-Prodemu. El proyecto que tuvo una duración de 5 meses consistió en adquirir colmenas junto con capacitaciones de manejo éstas. Hoy se encuentran en un proyecto de Alianzas Productivas de Indap donde una vez por mes reciben la asesoría de un experto para mejorar su iniciativa.

Según la presidenta todas las integrantes manifiestan la intención de completar esta actividad con el turismo. En cuanto a proyecciones futuras están evaluando la posibilidad de postular a otro proyecto para contar con una sala de extracción común, y desarrollar productos derivados polen, propóleo y cremas.

✓ **Agrupación de los Artesanos de los ríos de Monte Patria**

Se compone de 16 participantes que representan a distintos sectores de los ríos de la comuna, pero principalmente a aquellos que se encuentran más cercanos a la capital comunal. Así, los artesanos provienen de los sectores de Flor del Valle, por río Grande; de El Palqui y Huatulame, por el valle del río Huatulame y; de Monte Patria. Los artesanos trabajan con distintos elementos como **Madera, Lana o Greda** (extraída del sector de Huatulame) y utilizan distintas técnicas para

sus creaciones. Su **objetivo como agrupación difundir la cultura Molle y Diaguita a través de su alfarería.**

El taller en el cual funciona está en condición de comodato por el municipio, y allí tienen una muestra reducida pero permanente de artesanía. Como proyección de la agrupación se evalúa postular a proyectos de hacer mejoras al local. No están formalizados, pero cuentan con un permiso mensual para comercializar sus productos, lo que sería muy reducido al no tener buena difusión, hecho de no les permite juntar los recursos para la formalización.

Respecto de los niveles de participación en la asociación es más bien baja, tanto en la creación de piezas, como en lo que se refiere al trabajo en la sede/taller que ocupan. Esta escasa participación se atribuye a la distancia y a la poca importancia que se le da a la artesanía como actividad laboral lo que repercute en que no todos los artesanos se dediquen de manera permanente. En cuanto a la relación con otras agrupaciones también es más bien escasa.

- **Hacienda Juntas**

Establecimiento de lujo enfocado al turismo rural que conserva las construcciones, jardines y viñedos de una de las haciendas principales de la región de Coquimbo desde hace más de más de 200 años. **Propiedad de la familia Claussen**, el hotel es una magnífica casona patronal con 18 habitaciones de lujo con todas las comodidades modernas. En su oferta también se integran un restaurant de comida chilena con productos de la zona mezclada con cocina de autor. Entre las actividades que ofrece están el realizar visitas a diferentes atractivos de la región como al valle del Encanto o al observatorio astronómico de Combarbalá, y dentro del territorio comunal **promueve la visita a los emprendimientos locales como los talleres de artesanía en lapislázuli, la visita a petroglifos y a centro de producción de miel.**

Es la primera estancia o hacienda en obtener **la certificación de lujo**, lo que implica una gran oportunidad para la comunidad ya que entre sus huéspedes figuran personas de alto poder adquisitivo y con una alta valoración del paisaje campesino y vitivinícola de la zona. Sus pasajeros suelen reservar desde su lugar de origen y llegan directamente al hotel, por lo que el perfil de clientes escapaba a la media que se identifica en Monte Patria. En este sentido, la presencia de **este hotel se presenta como una oportunidad en cuanto modelo de desarrollo de empresa y como actor que pueda dirigir sus clientes a otros servicios turísticos de la zona**, sin embargo urge que los otros empresarios del territorio mejoren sus estándares de calidad para responder a las exigencias del tipo de personas que llega a la hacienda Juntas.

- **Turisma – Tour Operador Local**

Agencia de transporte de Ovalle que **comercializa la ruta de Valles Escondidos de Monte Patria**, proyecto generado en el contexto de un proyecto Sercotec que agrupó a 12 empresarios de los valles de Río Grande y Rapel.

Según la visión del gerente se ha visto en el último tiempo han surgido algunas iniciativas de apoyo desde el departamento de turismo del municipio, logrando potenciar los recursos y su difusión. Sin embargo **la venta de los productos turísticos generados dentro del proyecto antes mencionado ha sido muy reducida.**

Dentro del análisis que hace el entrevistado se argumenta que aún no hay cultura turística, lo que se visualiza en micro basurales y falta de señalética, tanto en la ruta panamericana como en el interior. Otro punto a considerar es según el entrevistado tampoco se genera una visualización y promoción tanto de su turismo interno como el de los territorios aledaños. Esta situación debería cambiar una vez que entre en funcionamiento el casino de juego a instalarse en la ciudad.

Por último plantea que su empresa, a nivel interno aún no puede actuar bajo la lógica de tour operador ya que si bien cuenta con todos los datos de los empresarios de la Ruta de los Valles Escondidos debe priorizar el negocio de transporte de pasajeros que es mucho más activo.

b. Externos

- **Servicio Nacional de Turismo – región de Coquimbo**

El Plan de Desarrollo Turístico para la región (2011-2014) tiene como visión el ser un “Destino Turístico sustentable y de calidad, consolidado a nivel nacional y con inserción internacional creciente”.

La incidencia directa del plan regional para el periodo 2011 -2014 en Monte Patria está dada por la prioridad de **diversificar la oferta regional generando productos turísticos de turismo intereses especiales (TIE), siendo el territorio comunal-junto con el Corredor Limarí, Ovalle, Río Hurtado, Punitaqui y Combarbalá- una de las áreas definidas como preferentes** para el desarrollo de este tipo de experiencias.

El Plan Regional se basa principalmente en los pilares que establece la Estrategia Nacional de Turismo que establece los siguientes ejes estratégicos que implican acciones que incidirán directamente en el territorio de estudio.

Cuadro N° 8. Eje y Acciones concretas relacionadas al estudio.

EJE ESTRATÉGICO	ACCIONES
Promoción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cada año se realizará un estudio del mercado de las ferias especializada en el área de TIE, donde se puedan promocionar e insertar los productos en la oferta de los operadores especializados. 2. Producción de material promocional e informativo gráfico y audiovisual especializado por tipos de Turismo, a saber: Turismo Astronómico, Turismo Cultural y Religioso, Turismo Minero, Turismo de playas todo el año, Turismo de Salud. 3. Ejecución de Visita de Medios especializados nacional e internacional en Turismo Astronómico, Turismo Salud, Deportes y Sol y Playa, Congresos y Convenciones, Turismo Rural y Ecoturismo. 4. Desarrollar un modelo de gestión y comercialización para los productos turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Rutas turísticas por territorio, Elqui, Limarí y Choapa. • Diseño y ejecución de su correspondiente plan de medios. 5. Visitas especializadas de actores relevantes, tales como medios de prensa y operadores especializados en Turismo de Intereses para el Turismo Cultural, Gabriela Mistral, Producto Turismo Astronómico, preferentemente.
Fortalecimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proyecto Rutas Turísticas Nacionales, Ruta de las Estrellas y del Vino y el Pisco.

EJE ESTRATÉGICO	ACCIONES
de la Competitividad	<ol style="list-style-type: none"> Proyecto de Instalación y Mejoramiento de la Señalización Turística caminera. Presentación proyecto al FNDR (presupuestaria 2013): Proyecto de Instalaciones Turísticas; miradores, descansos, áreas de Pic – Nic, otros.
Inteligencia de Mercado	<ol style="list-style-type: none"> Estudio Observatorio Técnico Turístico de la Actividad Turística Región de Coquimbo. Mejoramiento y actualización del sitio www.tecturcoquimbo.cl; página técnica de SERNATUR Región de Coquimbo
Inversión	<ol style="list-style-type: none"> Generar información técnica de calidad para orientar a inversionistas para concretar proyectos y mejorar la oferta actual con nuevos servicios turísticos integrados al desarrollo de nuevos productos turísticos, en especial TIE. Mejoramiento de infraestructura caminera: Doble Vía Ruta 43 La Serena – Ovalle. Desarrollo de Rutas Patrimoniales.
Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto FNDR de línea base para los productos de Turismo Minero, Turismo Enológico y del Pisco, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Salud. Apoyo al Incentivo de los acuerdos de producción limpia APL en los empresarios turísticos del sector Gastronómico.
Calidad	<ol style="list-style-type: none"> Las empresas de alojamiento turístico, realizarán a través del Sence un curso para conocer la norma y detectar sus brechas.

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Regional 2011-2014. SERNATUR.

Si bien el plan regional consigna proyectos y lineamientos que se relacionan directamente con el territorio en estudio, es importante consignar que según los entrevistados el Servicio Nacional de Turismo mantiene una **débil acción de promoción de la provincia de Limarí**, menos aún de la comuna de Monte Patria.

Las campañas de difusión estarían enfocadas en la provincia del Elqui con los destinos turísticos ya consolidados en la región como lo son La Serena - Coquimbo y el Valle del Elqui. Este resulta ser un hecho preocupante y desmotivador para los emprendedores del territorio, por lo que **urge desarrollar una agenda de actividades que establezca una relación más directa con la cabecera regional y que asegure el cumplimiento del plan en lo que atañe a la comuna de Monte Patria.**

- **Nodo Corfo - Brújula**

La consultora española ejecutará un Nodo financiado por Corfo centrada en la conversión del patrimonio del territorio en una ruta turística. El objetivo central es **crear un producto turístico innovador adaptado al territorio que ponga de manifiesto la cultura y producto propio elaborando un relato turístico atractivo y competitivo.**

Los **beneficiarios directos de este proyecto serán alrededor de 45 empresarios turísticos** cuyas actividades están vinculadas a la cultura tradicional, puesto que la potenciación del destino Valle de Limarí pasa por rescatar el patrimonio etnográfico, de las culturas originarias que habitaron el lugar, la artesanía, la apicultura y la gastronomía típica de la zona.

En una primera fase del proyecto se realizará un diagnóstico para **identificar las brechas tecnológicas e innovadoras en turismo** y en una segunda fase, se llevaran a cabo acciones de **capacitación que disminuyan estas brechas**. También corresponde a la segunda fase del proyecto la **identificación de los recursos turísticos a articular y la creación de la ruta turística**. En última instancia, se llevará a cabo una **estrategia de comunicación y promoción**.

- **Consejo de la Cultura y las Artes - Programa turismo cultural**

El objetivo del programa es **posicionar y visibilizar al turismo cultural como una oferta turística para potenciar y diversificar la oferta de la región de Coquimbo**. El programa participa en la Mesa Regional de turismo con actores públicos y privados presidida por el Seremi de economía dentro de la cual hay una instancia para el debate en turismo cultural.

Cuentan con un **plan regional de turismo cultural** elaborado entre el consejo de la Cultura y Sernatur que tiene una vigencia hasta el 2014. Sus objetivos se basan en **las acciones inicio de base en el trabajo hacia la articulación de una oferta en turismo cultural y patrimonio**, tanto material centrado en los museos y sitios arqueológicos y los monumentos nacionales, como en el patrimonio intangible como las fiestas populares de la virgen de Andacollo o la fiesta del Niño de Sotaqui, entre otras.

También se han focalizado en **realizar actividades que promueven la cultura local con actividades y eventos**. Por otra parte también en los últimos años se viene realizando un **Seminario anual de turismo cultural** para la región de Coquimbo con el objetivo de visibilizar el tema en la región.

- **Indap**

Actualmente el programa de turismo rural ha desarrollado acciones en capacitaciones y difusión a algunas iniciativas de la zona. Por otra parte existirían agricultores que están trabajando en el **programa de alianza productiva y en proyectos de apicultura con asistencia técnica, en relación a la abejas reinas**.

La mesa de turismo rural obtuvo financiamiento a través de un **PROGYSO** (Programa de Gestión y Soporte Organizacional), -programa que apoya la generación de capacidades que permitan apoyar la gestión organizacional y administrativa de las agrupaciones campesinas- para realizar una **gira técnica al Lago Budi**, y llevar a cabo un intercambio de experiencias que permita conocer cómo los emprendedores del lago lograron articularse en torno a un producto de turismo rural y étnico.

- **MOP Coquimbo - División de Arquitectura / Programa puesta en valor del patrimonio.**

El Programa de Puesta en Valor del Patrimonio, financiado por el BID llevará a cabo un estudio de **prospección y diagnóstico de las iglesias del valle del Limarí** con el objetivo de obtener una **priorización de restauración, conservación y salvaguarda** de los valores asociados a la arquitectura y actividades que encierran los templos religiosos.

Se estima que el estudio se llevará a cabo el año 2014 y tendrá como resultado una caracterización histórica patrimonial del entorno de los templos religiosos, y de los aspectos técnicos en cuanto a técnicas constructivas, tipologías y materialidades, lo que entregará elementos para la valorización y priorización de acciones de conservación y restauración a realizar. A partir de esto se establecerán los proyectos de intervención a realizar en los distintos inmuebles. Se espera también que el estudio tenga como resultados la **postulación a Monumento Nacional al Consejo Monumentos Nacionales y el saneamiento de tirulos de propiedad de los terrenos donde están emplazadas las iglesias.**

- **Corfo**

Actualmente la institución no está desarrollando directamente proyectos y programas que influyan directamente en el turismo. De manera indirecta, a través del Nodo de innovación ejecutado por Brújula, mantienen una presencia considerable, así mismo también lo hacen a través del apoyo a los procesos de certificación y cofinanciamiento de emprendimientos.

El año de sequía ha tenido como consecuencia que los recursos humanos y económicos se estén destinando suplir los problemas de la falta de recurso hídrico, por lo tanto las otras áreas de intervención que tradicionalmente desarrolla Corfo han tenido menos movimiento.

Se vislumbra la posibilidad de realizar un proyecto PROFO microempresa para generar una empresa que se dedique a gestionar el destino.

- **Sercotec**

En la actualidad existen diversos proyectos que se han realizado a nivel regional, que incluye a la comuna de Monte Patria **proyectos apícolas** donde se entregaron fondos importantes.

Específicamente en Monte Patria se llevó a cabo un proyecto territorial de desarrollo asociativo pionero en turismo con 11 empresarios y que consistió en articular **productos turísticos, un plan de marketing, y el desarrollo de una imagen corporativa y productos promocionales.** La marca desarrollada fue **“Monte Patria, tierra de valles escondidos”**. Actualmente estos productos turísticos se comercializan a través de la agencia Turisma, sin embargo según los entrevistados no ha tenido el impacto esperado.

En cuanto a futuros proyectos según el entrevistado, dependerán del interés de los empresarios y el monto a aportar por parte de SERCOTEC, ya que existiría un bajo el aporte empresarial lo que lentifica el desarrollo de futuros proyectos.

- **Museo del Limarí – Dibam/Consejo de Monumentos Nacionales**

El museo del Limarí es la institución provincial que representa el actuar del Estado respecto del patrimonio material de la provincia.

En el Museo hay gran interés por la puesta en valor del patrimonio arqueológico de la comuna, pero hay que considerar que cuenta que la mayoría de los sitios se encuentran en predios privados

(comunidades agrícolas), así como también la inexistencia de recursos para asignar de manera directa desde la Dibam o el Consejo de Monumentos.

Es este sentido el Museo del Limarí puede asumir la tarea de **asesoría y orientación** a las diferentes entidades públicas y privadas en lo que es la puesta en valor del patrimonio, para que las comunidad de base emprendan el desafío de aprovechar con sus activos patrimoniales.

En base a lo anterior, se puede afirmar que se han desarrollado experiencias positivas de asociación entre el municipio de Monte Patria y el museo para la capacitación en la mesa de turismo y liceos de la comuna.

A partir de la buena disposición de ambas instituciones en el trabajo de puesta en valor turística del patrimonio es factible **establecer un plan de trabajo o una agenda que guie de manera conjunta las acciones de valorización del patrimonio arqueológico de la comuna que se presenta como un gran atractivo turístico a nivel potencial.**

Algo a destacar es que el Museo ha mostrado, desde los tres últimos años un aumento sostenido de visitas que para **el año pasado llegó a 28.000 visitas**, a quienes podría entregarse una información más detalla de las actividades turísticas a realizar en Monte Patria. De las visitas que presentó el museo la gran mayoría son resultado del trabajo con Sernatur los **programas de tercera edad y viajes de estudio** y una porción menor es fruto de turistas nacionales y extranjeros interesados directamente en la colección arqueológica de gran valor que exhibe el museo.

- **Empresas de prospección y explotación minera**

En los valles de la comuna se han venido desarrollando una serie de proyectos mineros tanto a nivel de prospección como de operación. Respecto de estos proyectos una parte de la comunidad estaría de acuerdo en su instalación debido a la posibilidad de nuevas fuentes de trabajo, pero una gran mayoría se opone debido a la contaminación que la actividad minera implica y a la sobredemanda de agua que hace la industria minera a las cuencas de la comuna.

En el valle del **río Rapel** se encuentra en desarrollo el proyecto de la **Minera Hampton, en las cercanías del poblado de las Mollacas**, ante la cual hay un fuerte rechazo de la comunidad que se agrupó en la **Asamblea medioambiental por la defensa del río Rapel**. Las principales razones de la oposición a la operación de la minera es la destrucción de tierras agrícolas en los trabajos de prospección y la contaminación de las aguas del río Rapel.

En el valle **del río Grande**, en la zona cordillerana se encuentra en operación la **mina Los Pingos** que según entrevistados tiene sus depósitos de desechos a escasos 150 metros del río Grande, entre dos quebradas de una ladera que presenta un declive importante donde se concentran las aguas lluvias que pueden arrastrar el material contaminante hasta el cauce, contaminando las aguas del Río Grande, principal afluente del Río Limarí y que provee a las comunidades de Las Ramadas, Tulahuén, Carén y Monte Patria, abasteciendo también el embalse La Paloma.

Otro proyecto minero, de esta vez de la minera **Frontera del Oro** está llevando a cabo acciones para la explotación de los recursos que se encentra en el valle del **río Mostazal**, ante lo cual la

comunidad ya se ha visto afectada por la construcción irregular de caminos para los trabajos de prospección.

Por otra parte también se están la **empresa Teck está llevando a cabo prospecciones mineras para el desarrollo de nuevos proyectos en la zona limítrofe con Argentina**, cercano al paso la Chapetona.

2.4 Recursos

A partir del proceso de levantamiento de información en terreno y de su cotejo con la información que según el Catastro de Atractivos de Sernatur Monte Patria posee, se plantea que la comuna cuenta con un total de 16 atractivos los cuales se pueden categorizar de acuerdo a sus características, así como también están descritos en el primer informe del presente estudio.

Según los datos de Sernatur, los atractivos más importantes se agrupan de la siguiente manera de acuerdo a su mayor o menor presencia en la comuna.

- Atractivos Folklóricos, debido al valor arquitectónico e histórico de los pueblos.
- Sitios naturales, referidos a los ríos y valles presentes de la comuna
- Realizaciones técnicas referidas al embalse La Paloma y Central Los Molles.
- Museos y manifestaciones culturales, debido a la presencia del Parque LikanAntay, y la importancia cultural en referencia a la existencia de un parque arqueo-astronómico.

Los resultados de la evaluación de calidad de los atractivos - que incorpora variables como accesibilidad o valoración- arrojaron que en términos generales es bastante buena, salvo los casos de propiedad privada que limitan el acceso a ciertos atractivos

Sin embargo, se presentan bajos porcentajes en cuanto a señalética o información turística, que permitan orientar al turista sobre los atractivos de cada localidad. Esto es relevante considerando que Monte Patria es la puerta de entrada desde Ovalle, hacia Combarbalá.

En cuanto a la sostenibilidad ambiental, presenta un entorno regularmente mantenido, con algún deterioro y alteraciones significativas. Sin embargo hay que consignar que un tema recurrente entre los entrevistados fue la basura y el mantenimiento visual de los alrededores.

Por otra parte, existe una marcada estacionalidad y en temporadas bajas es difícil encontrar establecimientos abiertos al público, solo es factibles mediante un llamado previo a los actores para reservar los servicios.

En términos generales, los atractivos que se evaluaron no poseen la atraktividad y jerarquía necesaria para conformar un destino relevante, es necesario poner en valor los recursos potenciales como las iglesias o petroglifos, o generar una forma de gestión mediante los elementos productivos de la comuna, conformando productos experienciales y atractivos para el visitante, donde se hace necesario la señalética e interpretación requerida.

A continuación presentamos una pequeña descripción de los recursos factibles de poner en valor.

- **Embalse La Paloma**

Posee una capacidad de 750 millones de metros cúbicos y cubre una superficie de 3000 hectáreas. El embalse fue construido entre los años 1959 y 1966, siendo inaugurado en el año 1968. Embalsa las aguas del Río Grande y Río Huatulame. Es el **embalse de riego más grande de Chile** y el segundo más grande de Sudamérica. Sus aguas están dedicadas al regío de la comuna de Ovalle por lo que su administración se halla fuera de la comuna en estudio. En su interior se pueden realizar actividades de bajo impacto como pequeños pases o pesca deportiva, ya que los deportes náuticos están prohibidos para evitar la contaminación de las aguas de riego.

- **Pisqueras y viñas**

La industria pisquera en la comuna está representada por la **Cooperativa Control Pisquero** que posee tres plantas vendimiadoras ubicadas en las localidades de Tulahuén, Rapel y Monte Patria. También se encuentra la **pisquera Chañaral de Carén** que produce pisco de manera artesanal en el pueblo del mismo nombre. Así mismo se encuentra la **pisquera Tulahuen** en el pueblo del mismo nombre y que produce el **pisco “Waqar” de calidad premiun**. En el mismo poblado también se encuentra la **sociedad Secretos del Valle de Tulahuen** que produce distintas variedades de fermentados como **vino dulce “Don Amable” y vino blanco y chicha “Los Troperos”**. Por último, **en el valle del río Rapel se encuentra la pisquera Bauzá** que produce el destilado del mismo nombre ampliamente conocido a nivel nacional.

Esta concentración de distintas formas de producción y de productos derivados de la uva, es un escenario privilegiado para la realización de tours específicos de intereses especiales del mundo del vino y la industria vitivinícola. En la misma comuna es posible visitar parronales de distintas cepas y plantas industriales y también artesanales para la fabricación de los destilados y fermentados, constituyéndose en una oportunidad única de articular rutas enológicas y patrimoniales.

Esta es una fortaleza ya visualizada a nivel regional por Sernatur – Coquimbo, quien dentro de la planificación realizará una línea base para el turismo enológico y del pisco, oportunidad a aprovechar si se logra establecer una relación más directa con el servicio.

- **Patrimonio arqueológico: arte rupestre**

En los distintos valles de la comuna se encuentran sitios arqueológicos de grandes dimensiones y complejidad que presentan petroglifos y en algunos casos pintura rupestre.

Los motivos más característicos son representaciones de máscaras con tocados cefálicos denominadas **“cabezas-tiara”**, inscritas en la piedra mayoritariamente con la técnica del grabado y escasamente pintadas. Otros motivos son las figuras humanas de formas lineales muy estilizadas,

a veces con tocados cefálicos y de cuerpo entero, también muestra motivos más simples como círculos con apéndice, rectángulos de lados curvilíneos a veces con figuras geométricas en su interior. El arte rupestre se estas características se define como del **estilo Limarí** con una ubicación geográfica que va desde los valles del Limarí al Choapa y cuyo sitio más conocido es el Valle del Encanto. Su asignación cronológica es un tema complejo y de debate arqueológico, sin embargo se acepta que **al menos con la cultura Molle el arte rupestre habría hecho su aparición en el periodo del Alfarero Temprano. (200a.C.- 800 (1000)d.C.)**. Por otra parte, también hay datos que permiten deducir la existencia de sitios que pueden haber estado activos en tiempos del Arcaico, más de 7.000 años atrás y otros que muestran influencia Diaguita – Inka en tiempos tardíos previos a la colonización española⁵¹.

El estado de conservación dependerá de su ubicación ya que las mayores amenazas que estos registros arqueológicos provienen de parte de las actividades económicas que desarrollan empresas y particulares en los sectores aptos para la agricultura. Mucho del arte rupestre se encuentra en los territorios de las comunidades agrícolas en los sectores de secano, en grandes extensiones de cerros y llanuras alejadas de los centros más poblados donde se realizan solamente actividades de carácter extractivo (pastoreo de caprinos), lo que permite que parte importante de este patrimonio se conserve con poca alteración⁵².

- **Patrimonio histórico: pueblos típicos y arquitectura tradicional de iglesias**

En los distintos poblados de los valles que componen Monte Patria, se encuentran pequeños y medianos poblados que en su zona central presentan una **construcción en adobe y arquitectura de fachada continua, aleros y segundos pisos con balcones**, lo que entrega singularidad y evoca épocas pasadas pudiendo ser esto un elemento a poner en valor que siente las bases para un proceso de revaloración histórica e identitaria de los poblados y por ente que aporte elementos diferenciadores a la identidad turística del territorio.

En estos pueblos también se encuentran iglesias o capillas, en su mayoría **construidas a principio del siglo XIX**, en torno a las cuales se articulaba la vida cotidiana y religiosa de los habitantes y que actualmente siguen albergando importantes festividades y eventos sociales. Actualmente casi la mayoría de los poblados celebra a su santo en fechas de devoción y fiesta. Estos pequeños templos religiosos son fruto de técnicas de construcción muy antiguas con materiales locales, básicamente **albañilería en adobe con muros de espesor de entre 80 cm a 1 metro y cubiertas de madera**.

Propiciamente, como se destacó más arriba, el Mop está llevando el proceso de puesta en valor de las iglesias del Valle del Limarí, esta pronto a licitar **el estudio de de prospección y diagnóstico** del patrimonio religioso arquitectónico de la provincia. Estudio que entregara elementos de valoración de los poblados y sus iglesias, siendo esto una oportunidad que debe ser aprovechada y acompañada por parte del municipio y de los actores locales interesados.

⁵¹ Paola González Carvajal - Javier Tamblay Sepúlveda. Unidad de Cultura – Municipalidad de Monte Patria. Reconocimiento arqueológico. Río Poniú y sector Piedras Bonitas. Comuna de Monte Patria 2013

⁵²En Busca de un Pasado Presente. *El cantar de las piedras*. Arte rupestre en monte patria municipalidad de monte patria s/f

- **Paisaje y modo de vida agrícola – territorio para actividades de turismo rural y cultivos orgánicos**

La comuna está fuertemente orientada a la agricultura ya sea a baja escala de autoconsumo, de mediana para distribución en el mercado de Ovalle o a nivel agroindustrial enfocada a la plantación de frutales y vides. Esto define **un paisaje que se caracteriza por pequeños o medianos paños de cerros cubiertos de parronales o árboles frutales acompañados del pasar campesino de su gente**. Escenario perfecto para desarrollar el turismo rural enfocado a la participación en las faenas agrícolas o incluso apícolas.

Además, hasta el momento, sus valles se encuentran en su mayoría libre de contaminación y en algunos sectores se encuentran libres de pesticidas utilizados por la agroindustria, lo que permite el **desarrollo de cultivos orgánicos**, que actualmente son muy cotizados entre un amplio sector de posibles visitantes.

- **Paisaje cordillerano y valles poco intervenidos: actividades de ecoturismo**

Entre los recursos paisajísticos de la comuna también destacan los sectores altos de los valles con características cordilleranas de gran belleza escénica.

El valle del río Ponio es el menos habitado y el **menos intervenido por la actividad antrópica** siendo el **paisaje natural muy poco intervenido donde se pueden desarrollar actividades de ecoturismo**.

A lo anterior se le suman las actividades tradicionales de los crianceros que mantienen una movilidad importante entre valles y una elaboración de subproductos de la leche de cabra, que puede ser articulada como una oferta de TIE en función de realizar travesías con los crianceros.

- **Mina de Lapislázuli y artesanía incipiente**

En el sector Tulahuén existe la única mina de lapislázuli del continente, **pedra semipreciosa muy cotizada por extranjeros y muy utilizada en la producción de artesanías**. A pesar que a nivel nacional hay un desarrollo comercial importante de la artesanía en esta piedra, en la comuna falta darle mayor importancia.

Existen artesanos que realizan una producción a nivel colectivo o individual de joyas y otros objetos decorativos, que si bien ya se han hecho esfuerzos por potenciar su actividad sería importante el generar alianzas estratégicas con fundaciones o instituciones de promoción y fomento de la artesanía como los son el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y la fundación Artesanías de Chile.

- **Festividades religiosas**

Las fiestas religiosas se dan en casi todas las localidades de la comuna y tienen como objetivo la **adoración y celebración a las imágenes que guardan las iglesias** las cuales son motivo de devoción de los feligreses. En estas fiestas los participantes hacen **bailes tradicionales** para renovar votos y pedir por la salud y bienestar de la comunidad y la familia a la virgen y a los

santos. Las fiestas son fundamentales para mantener y reproducir las tradiciones locales ligadas a la **religiosidad popular** propia del norte chico.

Estos eventos atraen a una cantidad importante de personas, ya sea devotos o visitantes interesados en el patrimonio intangible que encierran las fiestas y bailes tradicionales, siendo esta una oportunidad para desarrollar el turismo de Intereses Especiales manteniendo el respeto por las creencias y cultos locales.

- **Procesos**

- a. Internos**

- **Sequia**

Recientemente la región de Coquimbo y la comuna de Monte Patria han pasado por extensas sequías, lo que no sólo resulta amenazante para el desarrollo agropecuario de la zona debido a la gran cantidad de recurso hídrico que necesita la actividad agrícola, sino también al desarrollo turístico.

La escasez de agua implica restricciones al desarrollo turístico en la medida que el abastecimiento de este elemento, tanto para agua potable como para riego depende casi exclusivamente de sistemas altamente sensibles como lo es la extracción de recursos de agua subterráneos. Sobre todo en las épocas de sequía intensa que se desarrollan por la disminución de lluvias actualmente en la región.

Frente a esto resulta fundamental el fomento de iniciativas de reducción de uso del recurso y el aseguramiento de un recurso libre de contaminación para finalmente así asegurar la disponibilidad básica de consumo de agua potable a la comuna y también la disponibilidad y calidad del recurso para el desarrollo de la actividad turística.

- **Cambio del paisaje – agroindustria**

Como se indica en el primer informe, la comuna se encuentra **en un proceso de transición estructural producto de una transformación en su sistema productivo**, que se traduce en nuevas tecnologías, capitales e inversiones públicas y privadas. Esta transición está alterando los patrones de asentamientos humanos y generando nuevas formas de trabajo agropecuario.

El progresivo aumento de las actividades de explotación minera y la agroindustria son hoy día la mayor amenaza al desarrollo del turismo sostenible. Sin embargo, un hecho importante es que al menos en el caso de la agroindustria es una de las actividades que aportan con la mayor fuente laboral a los habitantes de la zona.

Entre los impactos ambientales, sociales y turísticos de este proceso son

- El aumento de valor de terrenos no aptos para el desarrollo agrícola
- La utilización de sitios de gran interés turístico por sus atractivos naturales para la agricultura.

- Tala indiscriminada de vegetación Nativa para la habilitación de terrenos, con potencial perdida de hábitats naturales para la fauna local
- Aumento de la descarga no controlada, en lugares no autorizados de riles derivados de los procesos productivos

- **Llegada minería – Externalidades negativas**

Actualmente y según la información recopilada en la etapa de diagnóstico de desarrollo turístico de la comuna de Monte Patria se destaca el aumento creciente de las actividades mineras en la zona. Junto a esto es creciente también la preocupación de los habitantes de la comuna sobre los impactos ambientales causados por la externalidades negativas del proceso de extracción minera, principalmente sobre temas tan relevantes como la contaminación de las aguas por abandono de relaves mineros, el impactos social que significa el aumento explosivo de la población flotante en las localidades principalmente rurales, la intervención de hábitat relevantes de la zona para la conservación de especies de vegetales, flora y fauna en estado de conservación.

En el valle del Río Grande, se encuentra ubicada la Mina Los Pingos, en estado de paralizada, la que cuenta con una planta de proceso mineral con piscinas de relave. Según el levantamiento realizado en terreno es sabido entre la comunidad que los relaves mineros se encuentran en un sector cercano a Río Grande, principal afluente del Río Limarí y que provee a las comunidades de Las Ramadas, Tulahuén, Carén y Monte Patria, abasteciendo también el embalse La Paloma. Con respecto a esto resulta relevante el permanente monitoreo y control de las aguas que pudiesen ser afectadas por los escurrientes de dichos relaves. Una inminente contaminación de las aguas del sector trae efectos potencialmente graves para la comunidad y para la conservación de los atractivos naturales de la comuna.

Así como el potencial riesgos de contaminación de las aguas por lo relaves de Minera los Pingos, es preocupante también lo que sucede con los tortas de relaves abandonadas provenientes de actividades mineras antiguas, ya que no se tiene un conocimiento específico de la carga mineral, la contaminación de ríos y/o napas subterráneas.

- **Contaminación de las Aguas**

Actualmente los cursos de aguas que abastecen el embalse La Paloma traen consigo la descarga de Riles de la actividad minera, Riles de la actividad agrícola y otras actividades informales por lo que es necesario tener en cuenta la capacidad de carga de los ríos para evitar la contaminación de los principales abastecedores de agua en la comuna.

Las amenazas al recurso hídrico disponible en la zona recaen en dos causas principales:

- Riesgo latente de contaminación de los ríos por el escurrimiento de aguas lluvias sobre relaves mineros dispuestos en zonas de riesgo y otros en abandono.
- Aumento de la actividad agrícola también tiene una gran influencia sobre el recurso hídrico, debido a la necesidad para regadío, así como también la generación de RILES derivados de la actividad y descargados a los ríos Grande y Rapel.

- **Desaparición comunidades agrícolas**

La forma de explotación de la tierra por las comunidades agrícolas ha sido históricamente el escenario fértil para el florecimiento del modo de vida rural y criancero que distingue a la zona.

Sin embargo, existen nuevos elementos que condicionan territorialmente al secano ya que si los terrenos de la comunidad presentan buenas condiciones climáticas para la agro exportación, como sucede en la comuna de Monte Patria, junto con las nuevas tecnologías de riego que permiten ampliar sustancialmente la superficie cultivada, se produce una fuerte presión de parte de la industria de la agro exportación por la compra de esos terrenos y por ende en la disolución de la organización de la comunidad agrícola. Esto atenta con las formas tradicionales de organización social del mundo rural y las costumbres asociadas a esta y al paisaje que en los últimos años ha venido sufriendo fuerte alteraciones.

- **Mal manejo de los residuos**

La gestión de residuos no es una situación resuelta en la comuna, elementos que resulta fundamental para el desarrollo turístico.

La comuna no cuenta con rellenos sanitarios autorizados, lo que genera un crecimiento incipiente de micro basurales, los que conllevan a la generación de vectores sanitarios, contaminación de napas subterráneas, contaminación del suelo y el deterioro visual de los distintos atractivos turísticos. Por otra parte el aumento de la urbanización y la no existencia de botaderos autorizados generan la proliferación de sitios no autorizados de residuos de la construcción aportando a la degradación visual del entorno.

Lo anterior da cuenta de la necesidad de determinación de sitios de disposición de residuos autorizados tanto de residuos domiciliarios como de residuos de la construcción, así como planes de gestión comunal de residuos según lo establecido en la legislación vigente.

b. Externos

- **Alza sostenida de visitantes**

Entre los años 2005 – 2012 se ha producido un alza sostenida de un 3% en las llegadas de visitantes y de un 5% en las pernoctaciones de estos. Si bien cuando se analiza por años pueden registrarse bajas, la mirada a largo plazo permite decir que Monte Patria poco a poco comienza a entrar en la vista de los visitantes que llegan a la región.

- **Creciente interés por hacer TIE**

El mercado del turismo hace ya varios años ha ido cambiando hacia la vivencia de experiencias únicas relacionadas con temáticas especiales vinculadas con la cercanía a la cultura local y a la tierra. En el caso de Monte Patria es muy factible desarrollar un turismo rural enfocado a la producción orgánica, así como también un turismo centrado en la enología y producción del pisco con carácter patrimonial.

- **Construcción del Casino de Juegos de Ovalle**

La construcción del Casino de Juegos involucra un mejoramiento de la accesibilidad ya sea en términos físicos como señaléticas. A su vez mejorará la atraktividad turística del territorio, generando importantes externalidades positivas al comercio local general y turístico.

Para el caso de Monte Patria se lo visualiza como oferta turística complementaria, va permitir generar un flujo turístico más permanente en el territorio, ya que su funcionamiento es anual y no está condicionado por atractivos turísticos estacionales. Así entonces va impactar positivamente en la llegada de turista y con eso se espera disminuir la estacionalidad existente.

Cuadro N° 9. Resumen análisis situacional

Actores		Recursos		Procesos	
Internos	Externos			Internos	Externos
<ul style="list-style-type: none"> Comunidades Agrícolas Municipalidad Monte Patria Mesa de turismo Agrupaciones de emprendimiento por territorio o rubro Hacienda Juntas Turisma – tour Operador Local 	<ul style="list-style-type: none"> Sernatur – región de Coquimbo Nodo Corfo - Brújula CNCA - Programa turismo cultural Indap MOP Coquimbo – Div. Arquitectura / Programa puesta en valor del patrimonio Corfo Sercotec Museo del Limarí – Dibam/Consejo de Monumentos Nacionales Empresas de prospección y explotación minera 	<ul style="list-style-type: none"> Embalse La Paloma Pisqueras y viñas Patrimonio arqueológico: arte rupestre Patrimonio histórico: pueblos típicos y arquitectura tradicional de iglesias Paisaje y modo de vida agrícola – territorio para actividades de turismo rural y cultivos orgánicos Paisaje cordillerano y valles poco intervenidos: actividades de ecoturismo Mina de Lapislázuli y artesanía incipiente Festividades religiosas 	<ul style="list-style-type: none"> Sequia Cambio del paisaje – agroindustria Llegada minería – Externalidades negativas Contaminación de las Aguas Desaparición comunidades agrícolas Mal manejo de los residuos 	<ul style="list-style-type: none"> Alza sostenida de visitantes Creciente interés por hacer TIE Construcción del Casino de Juegos de Ovalle 	

2.3. Resultados del proceso de diagnóstico participativo y evaluación Pladetur 2006 – 2012

La visión respecto del desarrollo turístico de la comuna entre los actores y emprendedores turísticos de Monte Patria diferirá en función del valle en que se encuentren sus iniciativas, y de la cercanía que cada actor tenga con el municipio y específicamente con el departamento de turismo. Esto debido a que según las versiones recogidas en terreno y lo que se pudo constatar en las distintas visitas, es que el fomento del turismo de parte de la autoridad parece haberse concentrado en los valles interiores del Río Grande, Mostazal y Rapel, debido a que estos sectores reúnen una mayor cantidad de atractivos sumado a que eran los valles que parecían tener menos oportunidades laborales.

La agroindustria y el packing, y por tanto las fuentes laborales se concentra en el valle del río Huatulame, y por lo tanto al parecer el fomento al emprendimiento en años anteriores estuvo dirigido los otros valles de la comuna. Hoy sin embargo esto ha cambiado, si bien la mayoría de la población y las oportunidades laborales de carácter estacional siguen alojadas en el valle del río Huatulame, en el área se observa una gran cantidad de iniciativas de emprendimiento que cuales el municipio ha buscado apoyar y fomentar. Sin embargo, aún es posible decir que el emprendimiento turístico, los servicios de mejor calidad y los atractivos más importantes siguen concentrándose en los valles interiores.

Esta situación se visualiza fuertemente en las distintas evaluaciones realizadas en los talleres de participación, ya que las actividades que congregaron personas de los valles Rapel y río Grande arrojaron una mejor evaluación de la gestión del municipio y del estado en general de la comuna para el desarrollo del turismo.

Si bien se pudieron recoger visiones diferenciadas por valles (ver anexo 5 de sistematización resultados talleres de devolución de diagnóstico) también hay consenso en las principales problemáticas y situaciones que enfrenta la comuna para el desarrollo del turismo, las cuales se resumen en el siguiente listado de obstaculizadores, facilitadores y acciones para seguir potenciando el turismo.

a) Obstaculizadores

Medioambientales

- Falta de cuidado al medio ambiente de parte instituciones públicas y privadas que operan en el territorio
- Contaminación subterránea de las aguas por proyectos mineros en diferentes valles iría en contra de la idea fuerza que surge en todos los talleres el cual es desarrollar un turismo sostenible enfocado al turismo rural y la producción orgánica.

Infraestructura y equipamiento

- Inexistencia de un correcto sistema de recolección y gestión de la basura tanto en lugares urbanizados como en sectores de atractivo natural
- Mala calidad del camino
- Falta conectividad digital.

- Escasa señalética que entregue información en los caminos y carreteras sobre la comuna. •
Faltan veredas en la localidad de Caren.
- Camino en estado regular de Caren a Tuluahuén

Recursos humanos y Organizacional

- Desconocimiento del cómo operan en general la industria turística tanto en lo que es la comercialización como en las regulaciones y permisos.
- Falta de comunicación entre actores turísticos locales
- Desmotivación, y baja convocatoria a actividades de la mesa de turismo
- Falta de conciencia turística y de calidad de servicio.
- Desconocimiento de la arqueología y significados de los petroglifos y de la historia de los pueblos prehispánicos.
- Trabas regulatorias en el municipio para los permisos de obras y en Sernatur para lograr la certificación
- El éxodo de jóvenes de la comuna ha aumentado notablemente.
- Poco reconocimiento de los valores patrimoniales
- No hay participación en cuanto a las decisiones del municipio, Falta de comunicación y difusión
- Existencia de varias asociaciones hace muy difícil lograr acuerdos.
- Falta información acerca de los proyectos y fondos a los que se pueden postular para hacer mejoras.

Oferta

- Poca oferta de actividades a realizar.
- Poca oferta de servicios turísticos e incluso con baja cobertura horaria.
- Poco reconocimiento de los valores patrimoniales
- Riberas de los ríos sub-aprovechados ya que no hay normas para su utilización en cuanto a acceso, seguridad, gestión de residuos y servicios básicos
- Problemas de acceso a los recursos turísticos tanto arqueológicos como ribereños.

Difusión y marketing

- Poca información en general de la comuna y sus atractivos y actividades.
- Falta de señalética clara de emprendimientos, atractivos y lugares.
- Falta de una estrategia de marketing basada en los atractivos actuales.

b) Facilitadores

- El Municipio con sus profesionales aparece como un apoyo permanente para los emprendedores.
- Buena conectividad caminera localidades.
- Eficiente comunicación a través de teléfonos móviles, radios, etc.
- La Biblioteca Pública, puede transformarse en un punto importante para la difusión y direccionamiento de los visitantes.

c) Acciones a realizar

- Capacitaciones en
 - Gastronomía típica
 - Gourmet

- Marketing turístico y de producción local
- Atención al cliente y Conciencia turística
- Contabilidad
- Computación y Alfabetización digital
- Emprendimiento familiar.
- Inglés
- Arte rupestre de la zona
- Patrimonio local
- Fondos y proyectos de emprendimiento
- Mantener canales de comunicación expeditos y con información actualizada de los eventos, tipos de servicios vigentes y productos de los valles
- Mejorar el calendario de actividades incorporando eventos que permitan mostrar la producción local y la identidad de Monte Patria.
- Generar una red de cooperación entre unidades municipales, y las actividades que realiza cada una a favor del desarrollo turístico y cultural.
- Mantener reuniones periódicas entre emprendedores turísticos y ampliar convocatoria de Mesa de Turismo a otras organizaciones sociales y funcionales de la comuna.
- Gira de reconocimiento del territorio y de emprendimientos locales entre actores turísticos de la comuna.
- Generar mejor difusión a través de folletos y nuevas tecnologías
- Armar paquetes turísticos de acuerdo al grupo de visitantes y sus necesidades
- Organizarse por localidad para fomentar, proponer y gestionar sus productos y servicios y proponer delegados que participaran en la mesa de turismo de Monte Patria.
- Salvaguardar el patrimonio ecológico, arqueológico e histórico.
- Rescatar la identidad local con participación de la comunidad.
- Incorporar a otras organizaciones sociales de la comuna como centros de padres, clubes deportivos, empresarios, colegios y junta de vecinos.
- Crear oficina de información turística exclusivamente dedicada a eso.
- Desarrollar la ruta de petroglifos.

Por otra parte, como una forma conocer la evaluación que hacen actores turísticos locales respecto del desarrollo turístico anterior, los asistentes de cada taller acordaron participativamente los porcentajes de cumplimiento de los ámbitos de intervención estratégica propuestos del pladetur 2006 – 2011. Los números que se exponen a continuación expresan el sentir los participantes de los talleres y no son indicadores medibles de cumplimiento, pero resultan iluminadores para la proyección de los ámbitos estratégicos a reforzar en el pladetur a proponer para los años siguientes.

A continuación se presenta un cuadro resumen:

Cuadro N° 10. Resumen Evaluación Pladetur 2006-2012.

EVALUACIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE MONTE PATRIA 2006-2012				
AMBITO	% DE LOGRO según asistentes por taller			
	Monte Patria	Caren	Tulahuén	Palqui
OFERTA TURÍSTICA <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer y diversificar la oferta turística para posicionar a Monte Patria como uno de los principales destinos de turismo rural de la zona norte del país. 	40 %	60 %	70 %	40 %
POBLACIÓN Y ORGANIZACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO <ul style="list-style-type: none"> Crear conciencia y sensibilizar a los habitantes de la comuna sobre la importancia del desarrollo turístico y el cuidado del medio ambiente. Formar y capacitar a parte de la población local para que se transformen en el motor del desarrollo turístico comunal. 	40 %	40 %	60 %	20 %
RECURSOS Y PATRIMONIO TURÍSTICO COMUNAL <ul style="list-style-type: none"> Preservar el patrimonio natural y cultural de la comuna. 	40 %	50 %	50 %	40 %
INSTITUCIONALIDAD DE APOYO <ul style="list-style-type: none"> Reforzar y fomentar las iniciativas municipales de apoyo y orientación del desarrollo turístico comunal. 	70 %	100 %	100 %	80 %
DIFUSIÓN Y MARKETING <ul style="list-style-type: none"> Aumentar significativamente la llegada, permanencia y gasto de visitantes a Monte Patria 	40 %	30 %	30 %	20 %

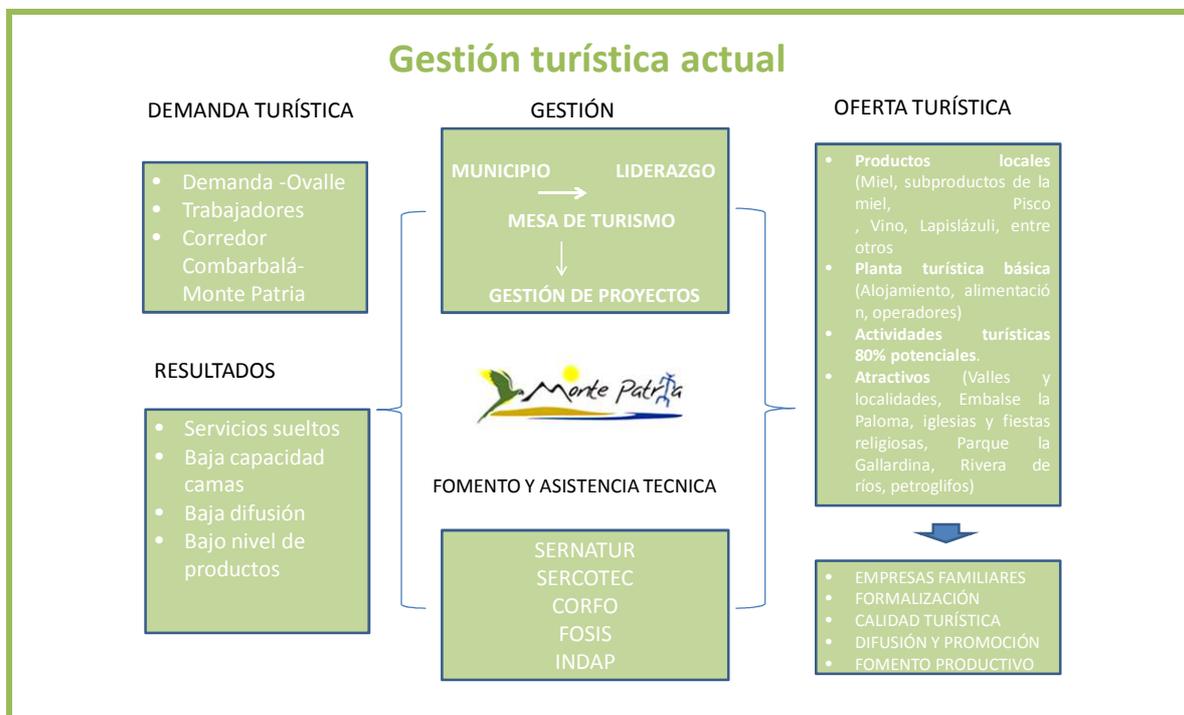
Fuente: Elaboración propia DTS Consultores Ltda.®

En suma, como se puede apreciar tanto en los porcentajes como en el listado anterior de facilitadores y obstaculizadores, el área más débil es la que dice relación con la difusión y marketing de la comuna. Tampoco se ha logrado satisfactoriamente una mejora en la oferta turística sobretodo referido a los servicios de alimentación y alojamiento, así como también existe una evaluación más bien débil de las acciones emprendidas para salvaguardar y valorizar el patrimonio.

Por otra parte, el ámbito mejor evaluado ha sido el actuar del municipio en que se ha traducido en el trabajo de la mesa de turismo y en la dotación permanente de dos profesionales. Esto es algo visto por todos los actores como un elemento transversal y un factor fundamental en el desarrollo turístico que Monte Patria ha logrado en los últimos años. Por último una preocupación transversal es la instalación de proyectos mineros que atentan contra los recursos hídricos y paisajísticos de la comuna, los cuales son esenciales para desarrollar el turismo sustentable, con énfasis en lo rural y la producción orgánica, que se ha visto como el mayor potencial del territorio. En este sentido resulta preponderante definir las vocaciones productivas del territorio y analizar en qué manera la minería y el turismo pueden convivir o no en la comuna.

2.4.1 Modelo de Gestión Turística Actual

Esquema N° 1. Gestión turística actual.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

La gestión turística actual de Monte Patria se basa principalmente a los esfuerzos que hace el municipio el departamento de turismo en la gestión con distintos organismos del Estado para el fomento productivo y de asignación de fondos para desarrollo local.

Por su parte la **comunidad interesada y gran parte de los emprendedores turísticos se agrupan en la mesa de turismo** que a pesar de tener una directiva y un funcionamiento periódico **está fuertemente liderada por el municipio**. Esta agrupación, desde sus comienzos ha estado enfocada al fortalecimiento organizacional y al mejoramiento infraestructural de los emprendimientos a través de proyectos gestionados por el municipio. Por lo tanto, en lo que han **concentrado los esfuerzos** tanto del municipio como los emprendedores es en **mejorar la oferta turística** lo que a todas luces representa un avance de la situación inicial anterior a la formación de la mesa y de la existencia del departamento de turismo del municipio. Sin embargo es importante dar una nota de cautela acerca del asistencialismo en que puede derivar el excesivo liderazgo del municipio. Si bien es cierto que la participación activa de los profesionales a cargo del departamento de turismo ha sido decisiva en levantar una oferta turística incipiente, caracterizada por su sustentabilidad, es recomendable tender a un proceso de y transferencia de liderazgo y convocatoria hacia los propios interesados, para justamente asegurar el desarrollo sostenido en la oferta turística de Monte Patria.

La oferta turística de la comuna se basa principalmente en **productos relacionados con la producción local, especialmente pisco, miel y artesanías** con la posibilidad de realizar pequeños tour a conocer los procesos productivos. Los alojamientos y restaurantes si bien hay algunas experiencias notables como la **Hacienda Juntas o el Parque la Gallardina**, están más bien enfocados a entregar el servicio de pensión. Por otra parte también hay que mencionar una oferta reducida e incipiente en alojamientos en cabañas de muy buena calidad en conjunto con actividades de turismo rural o pequeñas granjas. Sin embargo, **de manera preliminar se puede decir la oferta turística es más bien reducida y en el caso de restauración es de calidad deficiente en tanto no incorpora productos ni recetas típicas de la zona así como también tampoco se enfoca al visitante turístico.**

Existen **otros recursos muy importantes pero que se encuentran a nivel potencial** como son las **iglesias y edificaciones tradicionales o los variados sitios de arte rupestre** en los distintos valles. Ninguno de estos recursos está puesto en valor a través de la interpretación adecuada como **tampoco cuentan con las medidas necesarias de protección y salvaguarda del patrimonio.**

Por otra parte las actividades recreativas a realizar en el embalse **la Paloma dependerán de la disponibilidad de agua y del clima.** Las actividades recreativas en las **riberas de los ríos**, si bien se realizan de manera espontánea sobre todo en época estival tampoco cuentan con un **equipamiento mínimo de gestión de residuos y de instalaciones sanitarias.**

En general los emprendimientos son fruto del esfuerzo familiar o individual, siendo estas generalmente microempresas, muchas de las cuales aún no están totalmente formalizadas.

Esto tiene como resultado emprendimientos que funcionan de forma desencadenada que sumado a la baja difusión que hasta el momento se ha realizado al no tener una oferta turística consolidada, termina por configurar un territorio que **aún está de en una etapa muy temprana a convertirse en un destino turístico.**

De las futuras acciones en **equipamiento, puesta en valor del patrimonio, de fortalecimiento organizacional y finalmente de difusión** dependerá que Monte Patria sea un destino turístico que se complemente con la oferta turística ya existente en la región de Coquimbo.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

3.1 Consideraciones previas

El presente capítulo analizará la Oferta como componente del sistema turístico, el que se encuentra conformado por la conjunción de distintos elementos de un territorio y que integrados podrían constituirse en un destino turístico. Lo anterior, condicionado a una planificación, orden y gestión sostenible de los recursos

Los elementos que conforman la oferta turística son; atractivos, planta (alojamiento, alimentación, transporte, tour operadores) e infraestructura de apoyo. En este contexto, cada uno de los siguientes acápite introduce al comportamiento regional de los componentes de la oferta, para luego generar un análisis y evaluación de la Comuna de Monte Patria en particular.

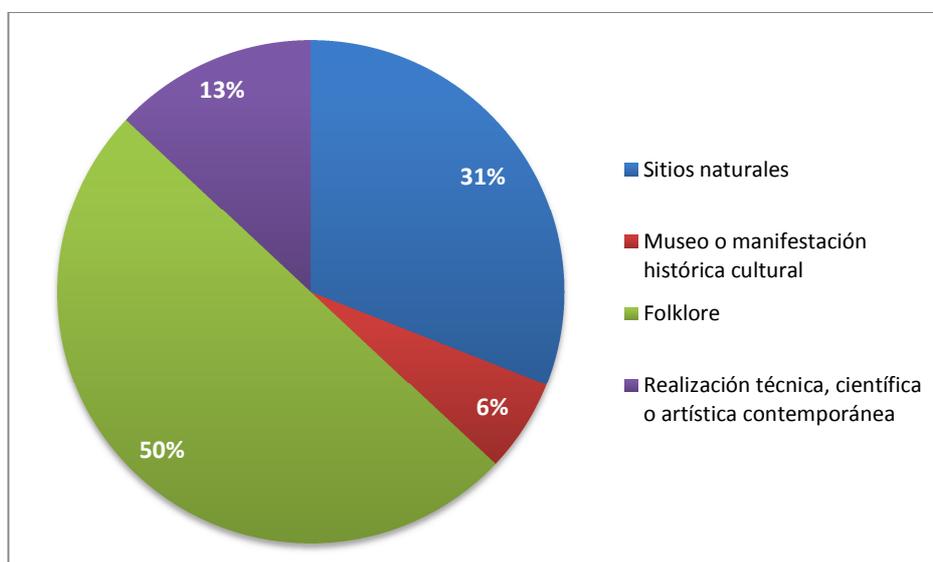
3.2 Atractivos turísticos

La Región de Coquimbo cuenta con gran diversidad de atractivos. Según el catastro SERNATUR año 2012, posee un total de 309 atractivos clasificados, que divididos por categoría permiten comprobar que la mayor fortaleza turística de la Región está dada por los atractivos naturales, con un 32% del total, seguido por los atractivos en la categoría folklore con un 24%; un 17% son atractivos asociados museos y manifestaciones culturales e históricas; un 15% corresponde a realizaciones técnicas; un 11% de los atractivos son relacionados a acontecimientos programados y finalmente un 0,3% corresponde a centro o lugar de esparcimiento.

Considerando solamente la Comuna de Monte Patria, el catastro de Atractivos Turísticos año 2012-SERNATUR, considera a 13 atractivos en sus registros, sin embargo uno de esos atractivos (Chani) no pertenece a la comuna, por lo que se tomará de referencia 12 atractivos para el trabajo posterior. Adicionalmente, mediante el levantamiento de recursos realizados en campañas en terreno se han agregado a este listado cuatro atractivos potenciales que serán considerados para el registro del PLADETUR. En base a esto, se ha catastrado un total de 16 atractivos, los cuales es posible categorizarlo de acuerdo a sus características.

La mayor fortaleza turística de Monte Patria está dada por sus atractivos en la categoría "folklore", correspondientes al 50% del total de la región, esto considerando el valor arquitectónico e histórico de los pueblos. En segundo lugar se presenta la categoría sitios naturales, referidos a los ríos y valles presentes en la Comuna, en tercer lugar se ubica la categoría realizaciones técnicas referida al embalse La Paloma y Central Los Molles. Finalmente, se ha considerado la categoría museo y manifestación cultural, debido a la presencia del Parque Likan Antay, y la importancia cultural en referencia a la existencia de un parque arqueo- astronómico.

Gráfico N° 1. Atractivos Turísticos por categoría. Comuna de Monte Patria



Fuente: Elaboración propia en base al Catastro de Atractivos turísticos. SERNATUR (2012).

SERNATUR ha generado una jerarquización de cada uno de los atractivos turísticos en todo Chile, el que se encuentra basado en el tipo de público que es capaz de atraer ese atractivo por sí solo. Estas jerarquías corresponden a; internacional, nacional, regional y local, mediante la metodología de CICATUR – OEA .

En el caso de la Región de Coquimbo, los atractivos clasificados con una jerarquía internacional, capaces de atraer turistas internacionales por si solos, son:

1. Valle del Elqui
2. Playas Avenida del Mar
3. Playa La Herradura
4. Balneario y Playa Las Tacas
5. La Serena
6. Feria Internacional del Libro y la Lectura
7. Feria Internacional de Artesanía
8. Festival de Cine Mudo
9. Encuentro Internacional de Tunas y Estudiantinas

En Chile solo SERNATUR puede jerarquizar un atractivo turístico, por lo que al caracterizar los recursos agregados al registro oficial se les denominará como “potenciales”.

Cuadro N° 11. Atractivos Turísticos según Jerarquía Comuna de Monte Patria

ATRATIVOS TURISTICOS POR JERARQUÍA					
Internacional	Nacional	Regional	Local	Potenciales	TOTAL
0	0	2	10	4	16

Fuente: Catastro de Atractivos turísticos 2012, SERNATUR.

En consecuencia y de acuerdo a lo anterior, el siguiente cuadro muestra los atractivos turísticos de Monte Patria, con la jerarquía otorgada por SERNATUR y adicionalmente los atractivos que el consultor estima que debieran ser agregados al catastro Nacional.

Cuadro N° 12. Atractivos Turísticos según Jerarquía Comuna de Monte Patria

NOMBRE		JERARQUÍA	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Central Molles	Los	Local	Valle de Rapel	<p>La central hidroeléctrica Los Molles, con una potencia de 16.000 kW y sus respectivas líneas de transmisión para atender las principales ciudades de la región de Coquimbo, entró en servicio en diciembre de 1952.</p> <p>La entrada al recinto se encuentra cerrada para el acceso de turistas, cuenta con un sector con antiguas instalaciones para los trabajadores que vivían ahí que se encuentran en abandono.</p>	
Embalse Paloma	La	Regional	Monte Patria y Valle de Huatulame	<p>Posee una capacidad de 750 millones de metros cúbicos y cubre una superficie de 3000 hectáreas. El embalse fue construido entre los años 1959 y 1966, siendo inaugurado en el año 1968. Embalsa las aguas del Río Grande y Río Huatulame. Es el embalse de riego más grande de Chile y el segundo más grande de Sudamérica. Es asimismo el embalse más grande de la Región de Coquimbo. En él se puede realizar pesca deportiva.</p>	
Monte Patria		Local	Monte Patria	<p>Durante el siglo XVIII el hijo del Márquez de Guana y Guanilla, sin que nadie se atreviera a contradecirlo, se declaró dueño de la estancia de Monterrey, zona que hoy es llamada Monte Patria. Se dice que el nombre del lugar fue cambiado tras el paso del ejército libertador y sus fuerzas patriotas comandadas por el general Juan Cabot y el comandante Hugo Gómez los cuales iban en dirección a la Serena. Tiene una data de 405 años.</p>	

El Palqui	Local	Valle de Huatulame	<p>Localizado en el gran valle rodeado de inmensos cerros y de parronales, paltos y mandarinas que es su principal fuente de ingreso. Sumergido en las aguas del Embalse la Paloma se encuentra el antiguo Palqui, o Palqui viejo. En el periodo colonial El Palqui fue uno de los partidos que formaban el curato de Sotaqui. Ya en el año 1789 aparece como distrito de la diputación de Guatulame (actualmente Huatulame). A partir del año 1833, ya en el periodo republicano, se constituye en una de las subdelegaciones que fueron dependientes del departamento de Ovalle. Desde el año 1894 paso a ser parte de la comuna de Monte Patria.</p>	
Rapel	Local	Valle de Rapel	<p>Pueblo en el valle de Rapel, al interior de Monte Patria. Presenta una característica típica que son los aleros y una arquitectura colonial característica del pueblo. Especial atractivo es su iglesia que data de 1871, en esta se celebra la misa una vez por semana. Destaca el árbol de Algarrobo en el camino, donde surgen historias y romances, una parada obligada por la sombra que otorga, aquí se han estacionado los antepasados del pueblo cuando se trasladaban en carreta o caballo hacia Monte Patria y alrededores, hasta el ejército libertador en su paso por la comuna.</p>	
Caren	Local	Valle de Río Grande	<p>Los primeros indicios del pueblo de Carén datan del siglo XVIII, en un testamento del año 1773 el que comprendía toda el área del Río Mostazal. En la época colonial Carén fue una de las Diputaciones que conformaban el antiguo corregimiento de Coquimbo. Con la creación del Departamento de Ovalle el año 1831, paso a ser subdelegación la que se comprendía en seis distritos, el pueblo de Carén en 1854 registró la cantidad de 300 vecinos y las antiguas construcciones son de adobe y aún se conservan en perfecto estado dando cuenta del pasado colonial de esta localidad.</p>	
Tulahuén	Local	Valle de Río Grande	<p>Pueblo típico y apacible con arquitectura en piedra y adobe. Existe una extensa cultura local, producción caprina (charqui y queso) y vino dulce. Lleno de tradiciones, destacan sus artesanos los cuales desarrollan una amplia gama de actividades, entre estas se recomienda visitar el taller de artesanos de lapislázuli y la Cooperativa de vinos Secretos del Valle. Además, destacan sus típicas construcciones en una o dos plantas, en su mayoría estas construcciones se encuentran revocadas con barro y pintadas con pinturas hechas con tierra de colores. En el sector Macano y Cuyano en Tulahuén es posible encontrar petroglifos, donde el más</p>	

			<p>conocido es la Piedra la Campana. Además destaca el bosque de Chañar que se presenta de forma repentina en el Valle, lo que lo hace un atractivo característico a visitar.</p>	
Huatulame	Local	Valle de Huatulame	<p>Antiquísimo poblado ubicado junto al río. Se caracteriza por su antigua capilla del siglo XIX, al igual que en las otras localidades se celebra la misa una vez por semana, el resto de los días se encuentra cerrada. Destaca también su antigua estación de ferrocarril, que hoy se encuentra en estado de abandono, pero donde existen ideas de proyectos para poder otorgarle valor.</p> <p>No posee señalética, para acceder a sus atractivos, salvo una señalética que indica la ex estación de trenes.</p>	
Chañaral Alto	Local	Valle de Huatulame	<p>La tercera localidad con mayor número de habitantes de la comuna de Monte Patria. Puesto que existen diversas fechas que hablan del inicio o la fundación del pueblo de Chañaral Alto, sus cerca de cuatro mil habitantes, desde hace un par de años han decidido conmemorar el aniversario de su plaza como el del pueblo. De ahí que todas las instituciones de la localidad realizan variados números artísticos, desfilan, elaboran carros alegóricos y disfrutan de una verdadera fiesta en el mes de agosto.</p>	
Río Grande	Local	Valle del Río Grande	<p>El valle que conforma el Río Grande presenta potencialidades turísticas con lugares de esparcimiento o sitios donde la gente realiza actividades recreacionales en torno al río, desde el sector Las Ramadas de Tulahuén, Tulahuén (La Cisterna y El Tayan), y otras localidades de interés, como Carén, Chañaral de Carén y Chilecito. Este río igualmente bordea al Parque Ecológico La Gallardina.</p> <p>En torno al río se desarrolla la actividad turística del Valle de Río Grande.</p>	

Parque Ecológico La Gallardina	Regional	Valle de Río Grande	<p>Parque Ecológico La Gallardina, tiene 25 años de vida, de los cuales 15 años se ha puesto en valor turístico. Este hermoso Parque, nace como respuesta al cariño de su dueño por las plantas y flores. Tiene 7 hectáreas de jardines con riachuelos, piscina y río. Cuenta una gran variedad de flores y árboles tanto autóctonos como de otros lugares, que inundan de aromas florales el tranquilo lugar. Estas hermosas flores y árboles son los que le dan un colorido especial y llamativo al recorrido por el extenso Parque. Sybilla, su dueña ha ideado un parque que está lleno de sorpresas y que cuenta con zonas de asado, visitas a los viñedos colindantes, habitaciones equipadas, piscina y un completo sistema de alimentación.</p>	
Chañaral de Caren	Local	Valle de Río Grande	<p>Esta localidad es una de las más antiguas localidades de la comuna y aún preserva la actividad de destilación de distintos tipos de licores por la cual es tradicionalmente conocida. Aquí destaca, la Planta Procesadora y Embotelladora Chañaral de Carén de la Sociedad Los Pumas. Se destaca la producción de vinos y pisco de gran calidad en forma artesanal, con horno de barro y su almacenamiento en grandes toneles de madera. Desde este lugar es posible acceder a Pulpica, donde también existen petroglifos que no han sido puestos en valor y carecen de interpretación.</p>	
Las Ramadas de Tulahuén	Sin jerarquía	Valle de Río Grande	<p>Las Ramadas de Tulahuén en un sector de belleza característica del paisaje cordillerano, marcada por la presencia de valles que cuentan con zonas aptas para la realización de Pic Nic de manera informal. Apto para la observación de flora y fauna y para el descanso. En este sector, destacan dos zonas donde se realizan actividades informales en torno al río, Los Pingos y El Toro. Es un camino de tierra que en ocasiones se torna dificultoso. Entre el camino que une a Tulahuén con Las Ramadas se ubica la Mina de Lapislázuli, de propiedad privada, donde no se permite el acceso de turistas.</p>	

Chilecito	Sin jerarquía	Valle de Río Grande	Chilecito pueblo que se caracteriza por la distribución lineal o de fachada continua de sus edificaciones, posee una capilla, la cual forma parte de este entorno. En Chilecito y lugares cercanos como Panguessillo, es posible encontrar petroglifos que pueden ser puestos en valor, y también existen unos pequeños pozos termales. En Chilecito existe un producto ofertado por el Parque Arqueo-astronómico Likanantay que se relaciona a visitas e interpretación de petroglifos. Otro de los lugares cercanos a Chilecito es Mialqui, donde destaca su iglesia construida el año 1803 y que representa la arquitectura de la época colonial. Actualmente requiere un trabajo de restauración, es un lugar donde se realiza misa una vez al mes y el resto del tiempo permanece cerrado.	
Valle del Río Ponio	Sin jerarquía	Valle de Río Ponio	El Valle de Río Ponio se caracteriza por no contar con asentamientos humanos establecidos, existen algunos caseríos que viven de la agricultura y la ganadería caprina. Cuenta con vegetación nativa y uno de sus recursos son las cuevas Loros Tricahue, que se gestan en este valle. También este valle es poseedor varios petroglifos como recurso potencial y que son de fácil acceso, aunque no se encuentran puestos en valor, ni señalizados.	
Valle del Río Mostazal	Sin jerarquía	Valle de Río Mostazal	El Valle del Río Mostazal presenta un menor desarrollo en relación a Río Grande, pero con paisajes muy similares. Existen emprendimientos relacionados al agroturismo, alojamiento, restaurante y artesanía que es posible encontrar mediante llamadas telefónicas o el voz a voz. Destaca la Feria de Maqui donde se congrega la comunidad local y regional principalmente y donde se realiza venta de productos locales.	

Fuente: elaboración Propia del Consultor en base a catastro atractivos 2012 y terreno; fotografías DTS Consultores

3.3 Áreas Silvestres Protegidas

En la Región de Coquimbo existen cuatro Áreas Silvestres Protegidas y constituyen sectores de interés de visitantes por sus atributos naturales. El Parque Nacional Fray Jorge fue declarado Reserva de la Biósfera por la UNESCO en 1977. Además, en la región existe un área declaradas ZOIT y que corresponde al Área del Valle del Elqui.

Cuadro N° 13. Áreas Silvestre Protegidas en la Región de Coquimbo

NOMBRE DE LA UNIDAD	PROVINCIA	COMUNA	JERARQUÍA	SERVICIOS	HA
Monumento Natural Pichasca	Limarí	Río Hurtado	Nacional	Sendero de interpretación de 2,5 km. Cuenta con sitios de merienda.	128
Parque Nacional Bosques de Fray Jorge	Limarí	Ovalle	Nacional	Sendero de interpretación de 1 km. y sendero para personas con capacidad reducidas. Sitios de merienda.	9.959
Reserva Nacional La Chinchilla	Choapa	Illapel	Nacional	Declarada aula complementaria a la Educación formal por MINEDUC. Cuenta con 2 senderos de interpretación, uno de ellos más corto, (500 metros) con menor grado de dificultad para la tercera edad y más cercano a las instalaciones del Centro de información Ambiental y el Nocturama de la Unidad.	4.229
Reserva Nacional Pingüino de Humboldt	Elqui	La Higuera	Internacional	Por la condición de embarque y desembarque de los visitantes, no existe infraestructura para discapacitados. En Isla Damas existe un sendero de 1800 metros, cuyo recorrido pedestre se realiza en 1,5 horas.	888,68

Fuente: Elaboración propia del equipo consultor en base a información de CONAF

Ninguna de las Áreas Silvestres Protegidas se encuentra en la comuna de estudio, aun así es necesario mencionarlas ya que pueden constituir posibles encadenamientos hacia los atractivos de Monte Patria. Principal importancia merecen las SNASPES catastradas en las comunas vecinas, como el Monumento Natural Pichasca en la Comuna de Río Hurtado y el Parque Nacional Fray Jorge en la comuna de Ovalle. Igualmente, se hace relevante mencionar la existencia del sitio arqueológico Valle del Encanto, a cargo de la municipalidad de Ovalle, donde el turista puede realizar una ruta autoguiadas y que recibe un importante número de visitas.

3.4 Rutas turísticas

En la región existe disponibilidad de información que hace referencia a circuitos y rutas turísticas. Sin embargo, en muchos casos esto corresponde a una orientación al turista ya que, en su mayoría, no existen como tales de manera oficial ni organizada. Adicionalmente, existen operadores locales que integran a estos circuitos o parte de ellos en sus programas.

En este contexto se encuentra lo ofertado por SERNATUR, que promueve circuitos turísticos orientativos que no necesariamente se encuentran puestos en valor y que no logran transformarse en productos integrados. Corresponden a propuestas de rutas autoguiadas, para cuyo recorrido en algunas se cuenta con folletos descriptivos y/o información descriptiva en internet. Entre estas se encuentran:

1. **Ruta Costera:** que va desde Pichidangui a Punta de Choros, por la ruta costera.
2. **Ruta Astronómica:** Recorre los principales centros astronómicos, existe una guía que permite orientar al turista para la visita a estos centros.
3. **Ruta hacia el Valle de Elqui:** para la cual también existe una guía que permite orientar al turista.

Además, existe disponibilidad de información de las Rutas Patrimoniales y el Sendero de Chile, que corresponden a iniciativas que han permitido formar sendas y recorridos atractivos para el desarrollo de la actividad turística. La integración de estas rutas o parte de ellas en los programas ofertados regionalmente, permite ponerlas en valor.

Fundación Sendero de Chile es una entidad sin fines de lucro dedicada, en lo fundamental, a promover el senderismo en la población nacional, como una actividad relevante para acceder, conocer, interpretar, valorar y proteger el patrimonio natural y cultural presente en los diversos territorios del país.

La Fundación Sendero de Chile es la heredera del programa Bicentenario Sendero de Chile, programa puesto en marcha el año 2001 por el Estado de Chile, gestionado desde la Comisión Nacional del Medio Ambiente y conducido hasta el 2009 por un directorio multisectorial compuesto por ocho instituciones públicas (Ministerio de Bienes Nacionales, Ministerio de Defensa, Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, SERNATUR, CONAF, FOSIS, INDAP y CONAMA).

A partir del año 2010 la iniciativa Sendero de Chile es impulsada por la Fundación del mismo nombre, cuya conducción radica en un directorio integrado por representantes de diversos sectores, afines a los objetivos de la Fundación (arte, pueblos originarios, medio ambiente, ecoturismo y empresarial).

En la Región de Coquimbo se encuentra el tramo Samo Alto que se encuentra entre los senderos prioritarios, el sendero se divide en dos tramos:

- **Samo Alto- San Pedro de Pichasca:** continuando la senda, se encuentra el poblado El Espinal tras lo cual se llega a un segundo mirador, que permite acceder al Río Hurtado, a través del camping Rocas del Encanto. Continuando la caminata, y luego de un tercer mirador, se llega a la Quebrada La Cantera, que conduce hacia el poblado de San Pedro de

Pichasca. Un kilómetro pasado el pueblo, se accede al Monumento Natural Pichasca, un área silvestre protegida y administrada por CONAF.

- **Samo Alto- Las Minillas:** en este segmento, se llega a una majada llamada La Totorita, 4 kilómetros más allá se encuentra la Majada Los Valdivia. Desde la mitad del trayecto ya se puede apreciar a distancia el emblemático cerro El Reloj, rodeando este cerro, y casi llegando a Samo alto se puede disfrutar de una vista panorámica al valle del río Hurtado. Ya en el final del recorrido -en el camino vehicular- se puede acceder al sitio arqueológico Las Tinajas, una interesante ruta de arte rupestre, perteneciente al Complejo Cultural el Molle.

Las Rutas Patrimoniales son un programa que desarrolla y conserva terrenos fiscales con alto valor natural y cultural – histórico y ofrece interesantes alternativas de recreación en lugares bellos y poco accesibles del territorio. Son recorridos transitables a pie, bicicleta y/o cabalgata, que potencian el turismo sustentable y contribuyen a una identidad local. Cada ruta patrimonial está compuesta por una señalética de mínimo impacto y una guía con los datos imprescindibles sobre la ruta; localidades cercanas y puntos estratégicos del área. Con este material los visitantes están preparados para realizar los recorridos seguros y auto guiados. Entre las **Rutas Patrimoniales** que involucran a la región de Coquimbo se encuentran.

Bahía de Tongoy Humedales Costeros (topografía 22): se inicia en la Bahía de Tongoy a 46 km de la ciudad de Coquimbo y finaliza en el extremo sur del humedal Pachingo a 11,5km de la bahía.

Valles transversales / Los Andes Vicuña (topografía 23): Esta ruta posee una gran longitud (574 km en vehículo), abarcando las regiones de Valparaíso y Coquimbo, una ruta que se inicia en Los Andes hasta llegar a Vicuña recorriendo los valles divididos en siete tramos (Los Andes- Putaendo; Putaendo – La Ligua; La Ligua - Illapel; Illapel- Combarbalá; Combarbalá – Ovalle; Ovalle- Samo Alto; Samo Alto – Vicuña.

Norte Chico / Valles Costeros (topografía 39): es un recorrido vincula a la costa y que recorre el Valle de Quilimarí, Valle Pupío, Valle del Choapa y el Valle de Canela.

Secano Costero/ Circuito Fray Jorge (topografía 42): se encuentra inserto en la comuna de Ovalle, se accede por la Ruta 5 Norte, señalizado y posee un acceso por la localidad de Cerrillos de Tamaya. El circuito alcanza los 46 km., pasando por comunidades agrícolas y luego acceder al Parque Nacional, también declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO con valor de zona protegida representativa de los principales ecosistemas del mundo.

La Serena/ Patrimonio Vivo (topografía 46): Esta ruta que asimila a un city tour por la ciudad, es un circuito urbano, donde un tramo busca poner en valor el casco histórico de la ciudad y otro tramo al desarrollo de la ciudad lo que permite reconocer el desarrollo urbano de la ciudad.

Ruta Patrimonial Gabriela Mistral (topografía 49): Abarca las comunas de La Serena, Coquimbo, Vicuña y Paihuano por una extensión de 150 km aproximadamente.

3.4.1 Rutas turísticas en Monte Patria

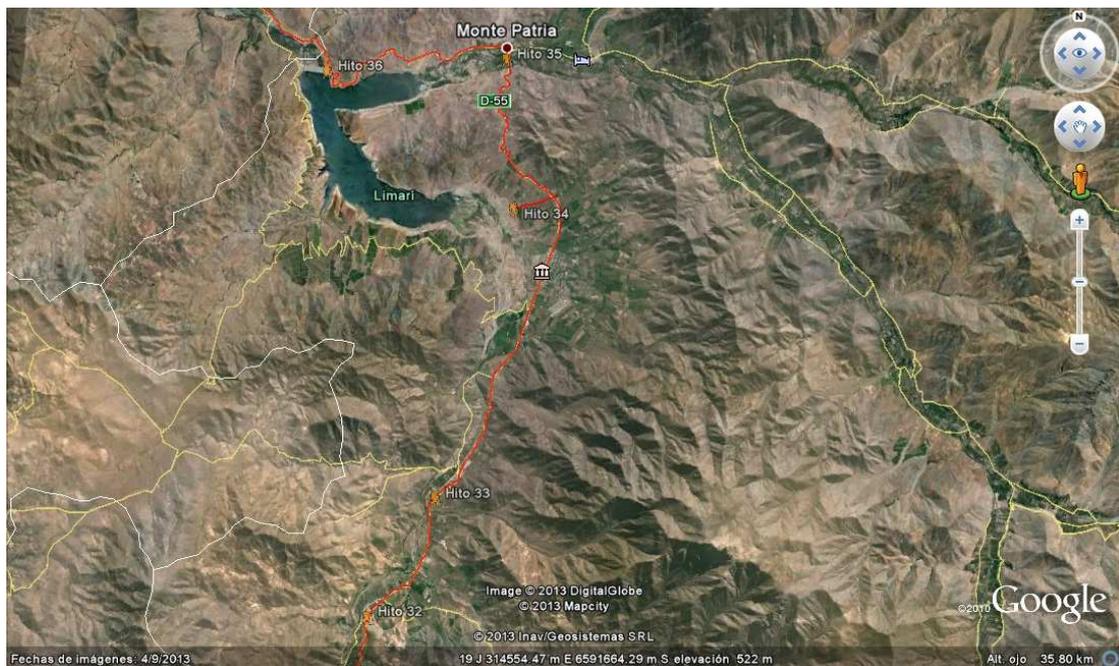
- **Ruta Patrimonial Valles transversales / Los Andes Vicuña**

La Ruta Patrimonial **Valles transversales / Los Andes Vicuña (topoguía 23)**, es la única ruta que cruza entre sus hitos 32 y 36 a la comuna de Monte Patria, en el sector de Valle de Huatulame.

- Hito 32. Iglesia de Chañaral Alto
- Hito 33. Estación Ferroviaria de Huatulame
- Hito 34. Mirador Embalse La Paloma
- Hito 35. Puente Monte Patria
- Hito 36. Embalse La Paloma

En estos sectores no se presenta señalización de la Ruta Patrimonial en los hitos señalados.

Figura N° 4. Ruta Patrimonial Valles Transversales/ Los Andes Vicuña



Fuente: Elaboración propia, utilizando Google Earth

- **Ruta Los Valles Escondidos de Monte Patria**

Es una iniciativa que reúne a 11 empresarios de la Comuna de Monte Patria, y que fue apoyada bajo financiamiento de SERCOTEC, esta ruta se comercializa a través del operador local Turisma. Han generado un folleto para promocionar la oferta de cada empresario, consta de 3 programas, un programa full day y dos programas de dos días y una noche.

En la ruta se concentran actividades de producción local, realizada por los empresarios lo que se complementa con los servicios y equipamiento. La atraktividad de la Ruta se convoca en el Valle de Río Grande y en el Valle de Rapel.

La siguiente tabla enumera los emprendimientos que participan de la ruta:

Cuadro N° 14. Ruta Los Valles Escondidos de Monte Patria

OFERTA	LOCALIDAD
Agrocamping Náutico Los Cactus	Monte Patria (Embalse La Paloma)
Jabones de Monte Patria	Monte Patria
Parador Curantú	Valle de Rapel
Restaurante La Gruta	Agua Chica
Parque Arqueo- Astronómico Likanantay	Chilecito
Colmenares ISANOR	Chilecito
Centro Apícola Chilecito /Santa Emiliana	Chilecito
Granja Rural Participativa Las Malvas	Colliguay Bajo
Taller de Piedra Lapislázuli	Tulahuén
Aldea Biocultural Ayelén	Tulahuén
Cabañas Tulahuén y Restaurante el Portón	Tulahuén

Fuente: folleto Valles Escondidos de Monte Patria

De los emprendimientos señalados, el único que no se encuentra operativo en la actualidad es el emprendimientos de Jabones de Monte Patria.

3.5 Actividades culturales y religiosas

Existe actividades que se realizan en la comuna, que en la medida que puedan ser bien organizadas y bien difundidas por distintos medios de comunicación, pueden llegar a constituirse en atractivos turísticos, bajo la categoría acontecimientos programados.

Estas se realizan durante todo el año, en cada una de las localidades de la comuna. La idea de estos eventos es mantener las raíces culturales y religiosas, aun así es relevante darle un valor agregado, que permita que la comunidad se sienta identificada con estas fiestas, que permita darle identidad a la comuna y que puedan ser difundidas como festividades, sin perder el fin religioso y cultural que estas presentan. Pero donde se pueden generar ingresos bajo una mirada de turismo sustentable.

La mayoría de estos eventos son de carácter religioso y en menor grado cultural. A continuación se muestran sólo los más representativos de la comuna.

Cuadro N° 15. Principales eventos religiosos y culturales, Comuna de Monte Patria

MES	EVENTO	LOCALIDAD
Z	Trillas en el Sector de Rapelcillo	Tulahuén

MES	EVENTO	LOCALIDAD
	Actividades de Verano	Monte Patria
FEBRERO	Fiesta Religiosa "San José Obrero" (día 01)	Los Tapias
	Festival de Rapel 1ª Semana	Rapel
	Festival "Tulahuén Canta" 2ª Semana	Tulahuén
	Festival de Panguecillo (Ranchero) 3ª Semana	Panguecillo
	Festival "Gabriela canta en verano" (Ranchera) 4ª Semana	Chañaral Alto
	Carnaval de verano	Carén
	Semana maitenina 1ª semana	El Maitén
	Festival de Rancheras	Las Mollacas
	Festival "Anatauma Kullkutaya"	Sector Las Ruinas
MAYO	Fiesta Religiosa Nuestra Señora de Lourdes (día 01)	El Tome
	Campeonato Comunal de Cueca adulto 2ª Semana	Monte Patria
JUNIO	Fiesta Religiosa "Sagrado Corazón de Jesús" (día 22)	Villa El Palqui
	Campeonato Comunal de Cueca Adulto Mayor 3ª Semana	Tulahuén
	Día de Criancero (primer sábado de junio)	Las Ramadas
JULIO	Fiesta Religiosa "Santa Teresa de Los Andes" (día 15)	El Peralito
	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Carmen" (día 22)	Monte Patria
	Celebración Día del Campesino 3ª Semana	Flor del Valle
AGOSTO	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Carmen" (día 05)	Rapel
	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Tránsito" (día 15)	El Palqui
	Misa de Hombres (tradición desde 1953 aprox.) (día 15)	El Palqui
	Embajada Cultural (fines de semana)	Cinco localidades (rotativo)
SEPTIEMBRE	Fiesta Guachaca	Cerrillos de Rapel
	Aniversario de la Comuna de Monte Patria (Todos el mes)	Comuna
	Feria de las tradiciones (3ª semana de septiembre)	s/i
	Fondas	Localidades principales
	Fiesta de la chilenidad en sector Las Ruinas	Se realiza después de fiestas patrias
OCTUBRE	Fiesta Religiosa Nuestra Sra. De la Merced (día 07)	Chañaral Alto
	Fiesta Tradicional Religiosa de la Cultura y Las Artes. Aniversario de Tulahuén (día 12)	Tulahuén
	Fiesta Religiosa "Ángeles Custodios" (día 14)	Los Clonquis
	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Rosario" (día 21)	Huatulame
	Fiesta Religiosa "Nuestra Sra. Del Rosario" (día 21)	El Maqui
	Fiesta Cultural (en el rodeo)	Flor del Valle

MES	EVENTO	LOCALIDAD
NOV	Fiesta Religiosa “San Marco” (día 25)	Huanilla
	Fiesta Primavera 1ª Semana	El Palqui
	Carnaval del Tomate	El Palqui
DIC	Fiesta Religiosa “Inmaculada Concepción de María” (día 08)	Flor del Valle

Fuente: Departamento Cultural de la I. Municipalidad de Monte Patria

3.6 Catastro y evaluación de atractivos turísticos

En el acápite anterior, se expusieron los atractivos catastrados por SERNATUR 2012, para la comuna de Monte Patria y los atractivos que ha incorporado el equipo consultor a la base de datos.

Posteriormente, se realiza un cruce de dicha información, con información levantada en terreno para la Comuna de Monte Patria, esta información además de significar un catastro detallado de los atractivos, permitirá evaluar los atractivos que presentan mayor relevancia para la comuna de estudio.

Cuadro N° 168. Atractivos a evaluar comuna de Monte Patria

NOMBRE ATRACTIVO	CATEGORIA	JERARQUÍA
Central Los Molles	Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea	Local
Embalse La Paloma	Realización Técnica, Científica o Artística Contemporánea	Regional
Monte Patria	Folklore	Local
El Palqui	Folklore	Local
Rapel	Folklore	Local
Caren	Folklore	Local
Tulahuén	Folklore	Local
Huatulame	Folklore	Local
Chañaral Alto	Folklore	Local
Río Grande	Sitio Natural	Local
Parque Ecológico La Gallardina	Sitio Natural	Regional
Chañaral de Caren	Folklore	Local
Ramadas de Tulahuén	Sitio Natural	Sin jerarquía
Chilecito	Museo o Manifestación Cultural	Sin jerarquía
Valle del Río Ponio	Sitio Natural	Sin jerarquía
Valle Río Mostazal	Sitio Natural	Sin jerarquía

Fuente: elaboración propia del consultor, en base al Catastro de Atractivos Turísticos 2012. SERNATUR.

3.6.1 Calificación de los atractivos turísticos

La calificación se realiza con el fin de evaluar los recursos turísticos de la comuna de Monte Patria, poder establecer sus posibilidades de desarrollo, definiendo sus principales características. Lo anterior, permitirá diseñar productos en base a componentes atractivos que se puedan consolidar en el corto o mediano plazo, para conformar un destino exitoso. Para esto, se construye una matriz capaz de medir los componentes que determinen la potencialidad turística de los atractivos. En otras palabras, su “competitividad”.

La matriz, ha sido estructurada en base a cinco indicadores que miden la aptitud turística de cada atractivo, lo que permite visualizar una oferta sólida y competitiva, que pueda satisfacer las necesidades de segmentos específicos del mercado nacional y regional, y especialmente de turistas chilenos y extranjeros que podrían llegar al destino atraídos por otras motivaciones. A su vez, cada sub indicador puede ser medido de acuerdo a cinco categorías valorizadas de 5 a 1, sobre la base de la siguiente interpretación general.

Cuadro N° 97. Estructura de medición de la matriz de competitividad turística

CATEGORÍAS	PUNTAJE ASIGNADO
Muy Buena	5 puntos
Buena	4 puntos
Regular	3 puntos
Deficiente	2 puntos
Muy Deficiente	1 puntos

Fuente: Matriz de Evaluación de Atractivos Turísticos DTS Consultores.

Los siguientes son las variables e indicadores de la matriz de competitividad.

a. Evaluación de calidad del atractivo

Este indicador evalúa la capacidad que tiene cada atractivo para competir con otros atractivos, rutas y/o destinos turísticos regionales y nacionales, considerando el conjunto de recursos que posee, frente a los recursos de la competencia. La singularidad tiene que ver con la capacidad de atracción de los recursos, su jerarquía y concentración de atractivos.

- **Singularidad:** establece la capacidad competitiva que tiene el recurso, en relación a otros que existen en la zona
- **Jerarquía:** identifica las posibilidades que tiene el recurso para competir con otros, en función de la calidad y su capacidad para captar mercados, ya sea local, regional, nacional e internacional.
- **Interpretación turística:** considera la existencia de elementos gráficos o escritos que facilitan el conocimiento e interpretación de los atractivos turísticos.

b. Evaluación de accesibilidad

Este indicador evalúa las posibilidades de integración y alimentación que tiene el recurso en cuanto a la accesibilidad física que existe respecto del principal centro receptor. En este caso sería el centro de la ciudad de Ovalle. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

- **Medio de transporte:** se refiere al tipo de movilización necesaria para que los turistas puedan llegar al atractivo.
- **Tiempo de desplazamiento desde el centro receptor:** refleja el tiempo que demoran los turistas en desplazarse desde el centro receptor hasta el recurso
- **Calidad y estado de mantención de las vías de acceso:** expresa las condiciones de transitabilidad que tiene las vías de acceso al recurso desde el centro receptor, en cuánto a tipo de camino, estado de mantención y conservación.
- **Tipo de propiedad:** hace alusión tanto al status del atractivo –público, municipal, privado- como a la posibilidad de restricciones que puedan existir en cuanto a su visita.

c. Evaluación de sostenibilidad ambiental del atractivo

Este indicador evalúa el estado del atractivo en términos ambientales y si dicho atractivo posee alteraciones que significativas que perjudiquen la visita de turistas.

- **Nivel de deterioro ambiental:** refleja la mantención del atractivo y si ha recibido deterioros o alteraciones que dañen la naturaleza del mismo.
- **Nivel de deterioro visual:** referido básicamente al aseo y ornato del atractivo y la preocupación de la comunidad por el mantenimiento del mismo.

d. Evaluación de tipo de demanda

Este indicador evalúa las posibilidades de uso turístico o explotación que tiene el recurso en función de ser apto para recibir turistas de distintas procedencias, los tiempos que están abiertos al público y en qué medida conforma parte de una red integrada, ya sea con otros atractivos o en el marco de asociatividad de los distintos actores que intervienen en la zona. Incluye los siguientes sub indicadores:

- **Mercados y segmentos:** analiza la aptitud del atractivo para recibir visitas de distintas procedencias –local, regional, nacional, internacional-.
- **Estacionalidad:** evalúa los periodos del año (estaciones, meses) que el recurso está disponible para el uso público.
- **Condición de uso:** se refiere al hecho de que el atractivo sea un elemento dentro de un Producto Turístico integrado, exista una coordinación por parte de los actores locales en su explotación en un marco de asociatividad o bien, forma parte de una ruta definida.

e. Evaluación de infraestructura y equipamiento

Analiza si el atractivo cuenta con servicios básicos y equipamiento para la adecuada recepción del turista.

- **Infraestructura y servicios básicos:** evalúa si el atractivo cuenta con servicios básicos, tales como agua potable, electricidad y baños.
- **Equipamiento turístico:** evalúa si el atractivo posee equipamiento turístico en sus dependencias o en su cercanía, que permitan un adecuado movimiento del flujo turístico, principalmente si cuenta con equipamiento como alojamiento, alimentación, comercio y artesanías.
- **Infraestructura turística de apoyo:** evalúa si el atractivo posee infraestructura de apoyo en cuanto a casas de cambio, cajeros automáticos, estación de servicios y combustible, seguridad y/o comunicaciones, que permitan un adecuado movimiento del flujo turístico.

3.6.2 Aplicación de la matriz de competitividad turística

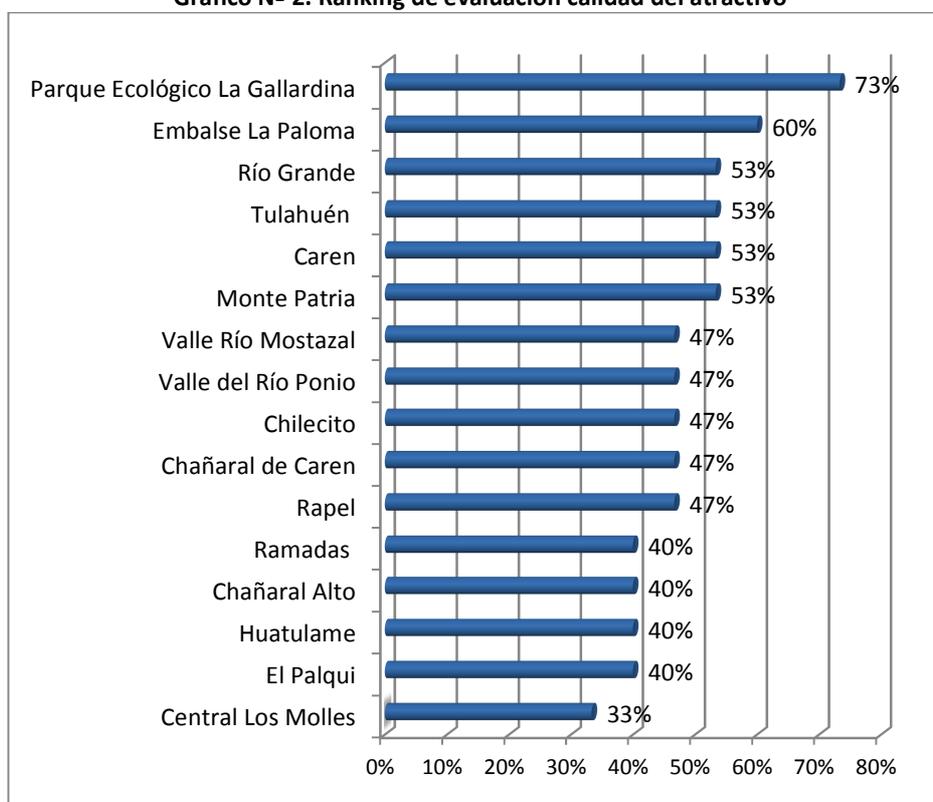
Para la aplicación de la matriz se han evaluado los atractivos de cada uno de los valles que componen el territorio comunal. Esto permitirá un posterior análisis y construcción de un esquema estratégico con los atractivos que son posibles de comercializar en un menor plazo.

En los siguientes párrafos se expone la evaluación y los resultados generales para cada atractivo. El manual de interpretación de la matriz y los resultados específicos de cada atractivo e indicador se encuentran en Anexo N°8 y N° 9 del presente informe.

Primeramente se analizará el ítem calidad del atractivo ya que demuestra principalmente la potencialidades con las que cuenta cada recurso y con las especificaciones que son necesarias para el turista al momento de escoger el destino, esto es singularidad del atractivo, a que mercado es capaz de atraer y finalmente la existencia de señalética e interpretación.

Luego se presentara un ranking de los atractivos en base a todos los parámetros externos que constituyen la matriz, que no dejan de ser relevante al momento de visitar un atractivo.

Gráfico Nº 2. Ranking de evaluación calidad del atractivo



Fuente: elaboración propia del consultor

Los tres factores que permiten medir la calidad del atractivo, el Parque Ecológico la Gallardina es el mejor evaluado, un atractivo privado de jerarquía regional y que por si sólo se ha transformado en un lugar de atracción para los viajeros que visitan la comuna. Además, cuenta con señalética y cierto grado de interpretación que puede ser mejorable, pero que permite hacer un circuito autoguiado para el visitante.

En segundo término se ubica el otro atractivo de jerarquía regional catastrado por SERNATUR, el embalse La Paloma, este presenta señalética y un mirador que hace que los turistas se detengan a observar el entorno, es un atractivo que es característico de la comuna, donde además es posible, aunque no formalmente autorizado realizar la actividad de pesca y paseos en bote. La desventaja está dada por la inexistencia de una interpretación del atractivo y entorno.

Con un 53% quedan en tercer lugar los atractivos de Monte Patria, Río Grande, Carén y Tulahuén. Monte Patria es un potencial centro receptor de turismo, que permita que el turista pueda contar con los servicios necesarios, información y desde donde se origine la señalética acorde para cada uno de los valles, así como la interpretación de los mismos. Los otros atractivos se caracterizan por su singularidad en el Valle de Río Grande (Carén, Tulahuén, Río Grande), zona donde se encuentra el mayor desarrollo turístico, con recursos señalizados como el Parque ecológico La Gallardina que ya constituye un atractivo regional, el bosque de Chañar y el bosque de Algarrobo, aunque este último es de carácter privado con acceso restringido. Sector donde se practican actividades típicas como rodeo y carreras a la chilena y zonas ocupadas como balnearios como el

sector de La Cisterna y El Tayán. A esto, se puede sumar un recurso que potencialmente puede gestarse en torno a los petroglifos que se encuentran en los valles, que aún no son puestos en valor. Cada una de las localidades puede ser capaz de atraer visitas mediante una buena gestión, ya que cuenta con un paisaje de similares características a las del destino Valle de Elquí.

Con un 47% se presentan atractivos como el Valle de Río Mostazal, que no se encuentra en el catastro de atractivos de SERNATUR, pero que es un valle que tiene a corta distancia entre sí, poblados como Colliguay, Pedregal, el Maqui y el Maitén, y que si bien cuenta con un menor desarrollo en comparación con el valle de Río grande, igualmente muestra un paisaje singular, con una feria local importante y algunos emprendimientos que es posible potenciar, como caminatas a petroglifos y/o la cancha de los indios.

El pueblo de Rapel (47%), que si bien carece de servicios ostenta un singular paisaje y productos como el Parador Curantu, que son interesantes para los viajeros. Adicionalmente, se ubica el atractivo pueblo de Rapel con una atractiva arquitectura. Sería un gran potencial para el valle si se admitiera el paso hacia la Central Los Molles, un atractivo catastrado por SERNATUR, pero que no admite el paso de turistas.

Con igual porcentaje se ubican los atractivos Chañaral de Carén y Chilecito, el primero donde aún se preserva la actividad de destilación de distintos tipos de licores por la cual es tradicional y singularmente conocida, donde además es posible conocer el proceso productivo del Pisco Chañaral de Carén. En el caso de Chilecito, un atractivo no catastrado por SERNATUR, la atención se centra en la oferta del Parque Arqueo-astronómico Likanantay y los senderos que es posible realizar en compañía de un guía, esto porque los petroglifos no se encuentran puestos en valor ni señalizados, al igual que las pozas ubicadas en el sector de Panguesillo. Adicionalmente, en este sector se encuentra la parroquia de Chilecito y cercano es posible observar la iglesia de Mialqui que potencialmente podrían ponerse valor. Ambos atractivos se ubican en el Valle de Río Grande, atractivos que pueden complementar la oferta.

Igualmente con un 47% se presenta el Valle de Río Ponio, este no presenta servicios, pero es posible desviarse por el camino que va hacia el Valle de Río Grande y poder encontrarse con petroglifos a orilla de camino y lugares interesantes con esta temática, también en este lugar se ubican las cuevas de los loros trichahue, aunque actualmente se encuentran deshabitadas. Este valle presenta singularidad, pero no se encuentra puesto en valor, no existe señalética, ni ningún tipo de interpretación.

Con un 40% se ubican los atractivos del Palqui, Huatulame, Chañaral Alto y Ramadas de Tulahuén. Los primeros tres casos constituyen atractivos de paso. Los atractivos presentes en cada localidad no poseen ninguna señalización turística que haga detenerse al viajero a conocer dichos lugares de interés. En el caso de Ramadas de Tulahuén, que constituye el último poblado del Valle de Río Grande, cuenta con paisaje singular cordillerano y el río en este sector es un recurso potencial a ser explotado, aun así no cuenta con señalética e igualmente no se encuentra jerarquizado ni catastrado por SERNATUR.

Finalmente, y con menor grado de evaluación queda el atractivo Central Los Molles, que no permite el ingreso de turistas.

En términos generales, los atractivos que se evaluaron no poseen la atractividad y jerarquía necesaria para conformar un destino relevante, es necesario poner en valor los recursos potenciales como las iglesias o petroglifos, o generar una forma de gestión mediante los elementos productivos de la comuna, conformando productos experienciales y atractivos para el visitante, donde se hace necesario la señalética e interpretación requerida.

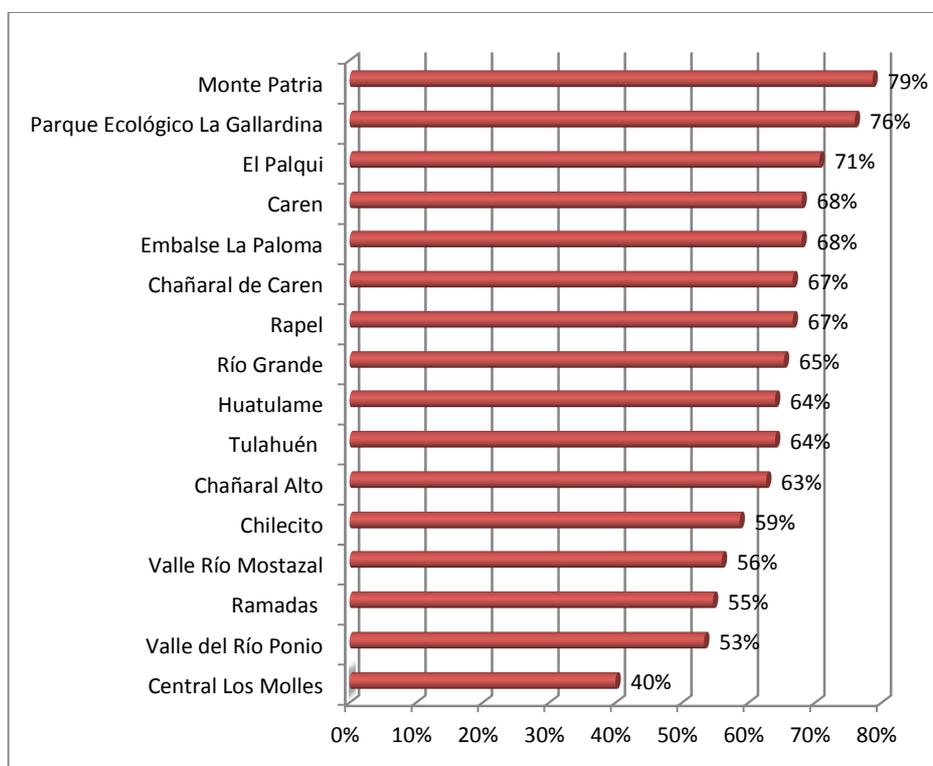
A la evaluación de calidad, se van incorporando los otros factores de valoración, como la accesibilidad que en términos generales es bastante buena, salvo los casos de propiedad privada que limitan el acceso a ciertos atractivos, como es el caso de la Central Los Molles que prohíbe el ingreso de viajeros. Los atractivos evaluados no presentan dificultades en su acceso, pudiendo ir en vehículo sin tracción y donde es posible acceder con facilidad, aun así se presentan bajos porcentajes en cuanto a señalética o información turística, que permitan orientar al turista sobre los atractivos de cada localidad. Esto es relevante considerando que Monte Patria es la puerta de entrada desde Ovalle, hacia Combarbalá.

Igualmente sucede con la evaluación de sostenibilidad ambiental, donde en general se presenta un entorno regularmente mantenido, con algún deterioro y alteraciones significativas. Un tema recurrente entre los entrevistados fue la basura y el mantenimiento visual de los alrededores.

En cuanto al factor demanda existe una marcada estacionalidad y en temporadas bajas es difícil encontrar establecimientos abiertos al público, solo es factible mediante un llamado previo a los actores para reservar los servicios. Además, en este factor se evalúa si los atractivos forman parte de una red integrada y/o de asociatividad de los distintos actores que intervienen en la zona, lo que también es factor que se encuentra incipiente en este territorio. Finalmente, se evalúa si el atractivo cuenta con servicios básicos y equipamiento para la adecuada recepción del turista, donde igualmente se denota un desarrollo incipiente, los servicios funcionan mediante llamado telefónico, es casi imposible encontrar establecimientos de alimentación que funcionen regularmente, salvo dos en Monte Patria.

La sumatoria de cada uno de los factores antes expuestos, es posible obtener un ranking de los atractivos que presentan mayor competitividad en la comuna, los que se deben potenciar y a los cuales es posible sumar como atractivos complementarios al destino.

Gráfico Nº 3. Ranking de atractivos mejor calificados. Comuna de Monte Patria



Fuente: Elaboración propia del consultor

De acuerdo a lo anterior, el Parque Ecológico La Gallardina y Monte Patria son los atractivos que presentan mayor potencialidad ya que en el primer caso es un producto que ofrece los servicios necesarios para la recepción del turista, de fácil acceso y donde además es posible encontrar otros servicios en la localidad de Carén. El caso de Monte Patria, es el centro de servicios turísticos de la zona, donde es factible encontrar servicio de alojamiento, alimentación e infraestructura de apoyo como cajero automático y estación de servicios. En tercer lugar se ubica otro de los centros de servicios de la comuna El Palqui, donde los actores han reconocido que los servicios de alimentación y alojamiento son ocupados principalmente para un perfil de trabajadores más que para el turismo, aun así elementos como disponibilidad de servicios, accesos y comunicaciones hacen aumentar su calificación frente a los otros atractivos.

Carén igualmente se encuentra bien evaluado ya que presenta servicios de alojamiento y alimentación, buena accesibilidad, transporte, comunicaciones, además de los atractivos complementarios que posee.

Ya en menor grado se encuentra Chañaral de Carén, Rapel, Embalse La Paloma, Río Grande, Tulahuén, Huatulame, Chañaral Alto y Chilecito, lugares que presentan buena accesibilidad pero que factores como servicios complementarios, demanda, presencia de basura, falta de servicios básicos y señalética e interpretación, le hacen perder puntaje frente a otros atractivos.

Los atractivos del Valle del Río Mostazal, Valle del Río Ponio y el sector Ramadas, son atractivos que no se encuentran jerarquizados, pero que presentan gran valoración en cuanto a la calidad del

atractivo, por la singularidad que presentan, aun así, poseen un desarrollo incipiente en cuanto a servicios, demanda, señalización, control ambiental, siendo todavía atractivos potenciales dignos a poner en valor.

3.7 Planta turística

3.7.1 Alojamiento turístico

El Informe Anual de Turismo año 2012, señala que el número de establecimientos de alojamiento turístico en la Región es de 350, con un total de 5.353 habitaciones y 12.983 camas. Asimismo, el número de camping es de 64 establecimientos con un total de 2.663 sitios.

Los servicios de alojamiento han mantenido su concentración en la capital regional y en la conurbación Coquimbo – La Serena, en el radio urbano y en la zona costera asociada al producto de Sol y Playa.

Para obtener una referencia del número de establecimientos de las comunas relevantes, se ha recurrido al número de establecimientos expuestos en el Plan de Desarrollo Turístico Región de Coquimbo 2011-2014 – SERNATUR. Esto en referencia a las estadísticas establecidas en dicho años.

Cuadro N° 18. Distribución de la oferta de alojamiento turístico, Región de Coquimbo

CIUDAD	PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	CAMAS
La Serena	Elqui	97	4.175
Coquimbo	Elqui	85	4.614
Andacollo	Elqui	2	11
Vicuña	Elqui	29	605
Paihuano	Elqui	46	787
La Higuera	Elqui	9	157
Provincia de Elqui		268	10.349
Ovalle	Limarí	12	523
Punitaqui	Limarí	0	0
Monte Patria	Limarí	5	128
Río Hurtado	Limarí	7	91
Combarbalá	Limarí	4	82
Provincia de Limarí		28	824
Los Vilos	Choapa	24	875
Canela	Choapa	1	13
Illapel	Choapa	5	130
Salamanca	Choapa	11	275
Provincia de Choapa		41	1.293
Total Región de Coquimbo		337	12.466

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Regional (2011-2014).

Los servicios de alojamiento, han mantenido su concentración en la zona costera, asociado al producto de Sol y Playa, (y que además, persiste una fuerte estacionalidad de la demanda turística de la Región de Coquimbo). Un 71% de la oferta de alojamiento turístico se concentra en la intercomuna La Serena-Coquimbo, ubicada en la zona costera de la Provincia de Elqui, y en un 7%, en la zona costera de Los Vilos/Pichidanguí (Provincia de Choapa).

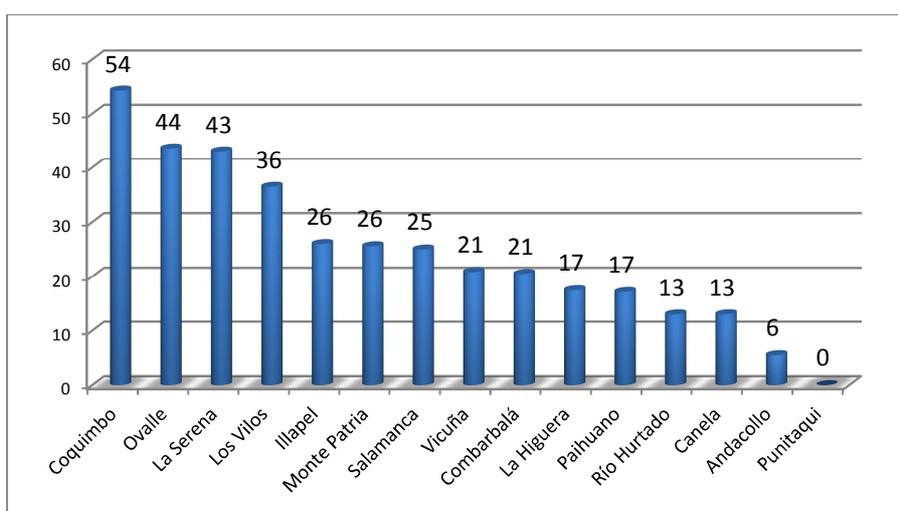
En los últimos tres años se observa el incremento de la oferta de alojamiento en las provincias de Limarí y Choapa, especialmente asociado a satisfacer las necesidades de alojamiento derivadas de los requerimientos de minería y agro industria, con establecimientos tipo hotel con disponibilidad de habitaciones singles preferentemente.

En general se observa que la estructura de la oferta es muy fraccionada, con un promedio de 37 camas por establecimiento a nivel regional. Esta fragmentación, con un gran número de establecimientos con baja capacidad de alojamiento individual, incide en el nivel de prestación de servicios, en la capacidad para participar en un proceso de mejoramiento continuo de los servicios y en la cantidad y calidad de la ocupación de mano de obra.

En el caso de la comuna de Coquimbo, que tiene un promedio de 54 camas por establecimiento, incide especialmente la oferta de cabañas por la mayor disposición de camas por unidad habitacional, lo que también se observa en las comunas de La Serena y Los Vilos, sectores asociados a la costa con una vocación de servicios a familias.

Esta fragmentación limita también la participación de la oferta en los canales de distribución, por cuanto las agencias de viajes mayoristas orientan su encadenamiento con empresas de mayor tamaño y nivel de servicios.

Gráfico Nº 4. Promedio de camas por establecimiento, por Comuna



Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Regional (2011-2014).

De acuerdo a lo levantado en campañas en terreno y vía telefónica a los distintos actores turísticos en la comuna de estudio, es posible establecer el número exacto de oferta de alojamiento, contando con 22 establecimientos que poseen el servicio, de este total sólo un 41% se encuentra formalizado.

La siguiente tabla muestra los establecimientos catastrados para la comuna con los datos principales. La base de datos completa con esta información se encuentra en Anexo N° 10 en formato excel.

Cuadro N° 19. Distribución de la oferta de alojamiento turístico, comuna de Monte Patria

	NOMBRE ALOJAMIENTO	TIPO	LOCALIDAD	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL	NOMBRE ACTOR	PATENTE	CAPACIDAD CAMAS	NÚM DE SITIOS
1	Hostal Korona	Hostal	Monte Patria	Balmaceda 54	712005	hostal.castillo@gmail.com	Juana Castillo	No	32	0
2	Residencial Monte Patria	Residencial	Monte Patria	José Miguel Carrera 264	94241664	samuel.rosas.delgado@gmail.com	María Teresa Rojas Delgado	No	12	0
3	Hotel Monte Cordillera	Hotel	Monte Patria	O'Higgins 650	81382237	raulmorgado@montecordillera.cl	Raúl Morgado	No	28	0
4	Cabañas	Cabañas	Valle del Ponio	Campanario s/n	94560277	craymond91@gmail.com	Raymond Airal	No	s/i	
5	Agrocamping Los Cactus	Camping	Monte Patria	Rivera E. La Paloma manzana B 17	83301884	clara_luz_arancibia@hotmail.com	Clara Luz Arancibia	No	8	6
6	Camping Ruinas Las	Camping	Monte Patria	Portal Muñozana s/n	95123594 (Sra Belsia)	campinglasruinas@hotmail.com	Belsia Arancibia	No	0	10
7	Parador Curantu	Cabañas y Hostal	Rapel	Pasaje los Nisperos s/n	97484327	imcollg@gmail.com	Isabel Coll	Si	8	0
8	El Mesón de la Merced	Cabañas	Flor del Valle -	Flor del Valle - Aguas chicas s/n	95485710	elmesondelamerced@gmail.com	Margarita Morgado	No	10	0
9	Hacienda Juntas **	Hacienda o Estancia	Juntas	Camino a Caren km38	53-711290	info@haciendajuntas.cl	Rosa María Claussen	Si	40	0
10	Cabañas Mostazal* Río	Cabañas y Restaurante	Río Mostazal	El Pedregal- Parcela 17	92235377/ (Marta) 90471964	turismoriomostazal@hotmail.com	María Elena Larraín	Si	16	0
11	Eco Granja El Maitén	Arriendo de casa	Río Mostazal EL Maitén	EL Maitén s/n	91828647/ 90251898	lauyalejo@gmail.com	Alejandro Cortés	No	5	0

	NOMBRE ALOJAMIENTO	TIPO	LOCALIDAD	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL	NOMBRE ACTOR	PATENTE	CAPACIDAD CAMAS	NÚM DE SITIOS
12	Valle del Sol*	Camping, Cabañas	Caren	Caren s/n	8545248	veas@valledelsol.cl	Vladimir Veas	Si	60	30
13	La Gallardina*	Hostal y Residencial	Caren	Caren s/n	720009	lagallardina@hotmail.com	Sybila Bozolo	Si	17	0
14	Cabañas Tulahuén - Restaurante el Portón	Cabañas y Restaurante	Tulahuén	Tulahuén s/n	94518449	no	Paulina Narea	No	24	0
15	Camping El Cuyano (Guillermo Rojo)	Camping (informal)	Tulahuén - El Cuyano	aledaño a puente el Cuyano s/n	95231549	pattyalbur@hotmail.com	Guillermo Rojo	No	0	6
16	Hacienda Tulahuén	Camping	Tulahuén	Hacienda Tulahuén Poniente s/n	85391480	carlos_alvarez64@hotmail.com	Carlos Álvarez	No	0	10
17	El Recreo	Residencial	El Palqui	Pedro León Gallo	74441320	pia_galleguillos@hotmail.com	María Pía Galleguillos	No	20	0
18	Las Tinajas*	Hostal	El Palqui	Los Parrones 241	95377524	lenkalagunas@gmail.com	Lenka Lagunas Heredia	Si	7	0
19	El Rancho	Hospedaje	El Palqui	Pedro León Gallo 352	711259	restorantelrancho@hotmail.com	Ana Salinas	Si	14	0
20	Residencial Maritza	Residencial	Chañaral Alto	Los Libertadores	97495116	no	Marcela Muñoz Borquez	Si	12	0
21	El Casino	Hospedaje	Chañaral Alto	Los Libertadores 387	88543967	no	Norma Grimeldina Tapia Campusano	No	7	0
22	Cabaña Ramadas de Tulahuén	Cabañas	Ramadas de Tulahuén	Ramadas s/n	83112886	No	José Castillo	No	8	0

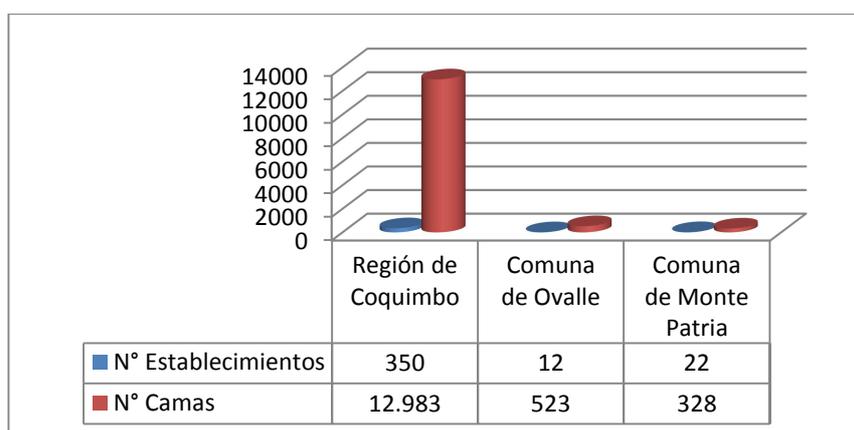
Fuente: elaboración propia del consultor, en base a levantamiento en terreno

*Establecimientos Registrados en SERNATUR/ ** Establecimiento con Sello de Calidad Turística.

El levantamiento de información, mediante la base de datos aplicada a los empresarios, permite determinar que, el Hostal Las Tinajas, Hospedaje El Rancho, Residencial El Recreo, Residencial Monte Patria y Residencial Maritza e incluso el Hostal Korona, reconocen que su principal mercado son trabajadores, aun así han recibido turistas ocasionales, principalmente en temporada estival. Se han omitido del presente análisis, a las denominadas Casa Pensión, que reciben solamente a trabajadores en sus dependencias.

Si se establece un paralelo entre el número de establecimientos de alojamiento y número de camas, la comuna de Monte Patria cuenta con 22 establecimientos y un total de 328 camas, es decir un promedio de 15 camas por establecimiento. Si se realiza un comparativo con la Región de Coquimbo y con la Comuna de vecina de Ovalle, es posible obtener un gráfico como el que se presenta a continuación.

Gráfico N° 5. Número de Camas y establecimientos por Región y Comuna



Fuente: elaboración propia en base a Levantamiento terreno y PLADETUR Región de Coquimbo 2011-2014

En los establecimientos de alojamiento se denota un desarrollo incipiente, donde se presenta un total funcionamiento en época estival. Hoy en día, el turismo es una actividad que ha ido aumentando la realidad en lo referente a este servicio, en donde la lógica responde a satisfacer las necesidades inmediatas del visitante. En General, no existe una relación precio- calidad que responda al servicio ofrecido por cada uno de los establecimientos.

La mayor concentración de establecimientos se produce en el Valle del Río Grande. Del total de oferta catastrada, los que se ubican en los valles de Río Mostazal, Río Rapel y Río Grande obedecen principalmente al tema turístico, ofreciendo en general un buen servicio.

Los establecimientos ubicados en Monte Patria y en el Valle de Huatulame, se encuentran mayormente enfocados a trabajadores del tema agro industrial y/o minero, con establecimientos que se enfocan a satisfacer las necesidades básicas preferentemente.

Continuando con el tema de la calidad, solo la Hacienda Juntas se encuentra certificada bajo el sello de calidad turística. No obstante, el principal escollo es que solo cinco establecimientos se

encuentran registrados oficialmente en SERNATUR, de los siete que presentan patente municipal. Lo anterior es un problema ya que la nueva ley de Turismo exige que los establecimientos de alojamiento y de turismo aventura estén inscritos en el registro oficial. Los servicios de alojamiento turístico y turismo aventura que no sean parte del registro nacional a partir del 24 de junio del 2013, se arriesgan a multas entre 5 y 20 UTM, dado que se encontrarían incumpliendo con la Ley de Turismo, la que establece para ambos servicios el registro obligatorio. Además, en el caso de los servicios de turismo aventura que no cumplan con los estándares de seguridad a que se refiere la Ley, arriesgan multas adicionales de 25 y 35 UTM.

3.7.2 Servicios de Alimentación

Las estadísticas de turismo 2012 de SERNATUR, señalan que durante ese año el número de establecimientos que ofrecía el servicio de alimentación en la Región de Coquimbo es de 244 locales, cifra que representaría un 6% a nivel nacional.

Hoy en día el turismo es una actividad que está en crecimiento. Específicamente en la comuna de Monte patria corresponde a un desarrollo incipiente, en base a emprendimientos, donde la lógica responde a satisfacer las necesidades inmediatas del visitante. La mayoría de los casos, son restaurantes que funcionan con menú.

Conforme se han ido evaluando los establecimientos de alimentación, se cree fundamenta que exista una asociatividad entre ellos, principalmente para generar asesorías en materia de diseños y estilos y más importante aún contar con un desarrollo de una oferta gastronómica que represente las tradiciones culinarias locales.

En la comuna de Monte Patria se han catastrado un total de 24 restaurantes que cumplen con prestar el servicio de alimentación, de los cuales un 79% cuenta con patente. Durante la campaña en terreno se logró localizar otros establecimientos, pero se encontraban en estado de abandono y se desconoce su real funcionamiento. Del total catastrado, la mayoría se localiza principalmente en el Valle del Río Grande. Es necesario mencionar, que la localidad urbana y centro administrativo y de servicios de la comuna (Monte Patria) concentra la menor cantidad de establecimientos de alimentación, con sólo tres locales en funcionamiento, (Canta Viento aún no puede funcionar) lo que no tienen gran variedad de oferta, solo menús y sin presencia de comidas típicas

Este punto cobra relevancia por la importancia de la gastronomía típica y lo poco explotada que se encuentra en la comuna. La **gastronomía** es parte del patrimonio cultural y consiste en la valorización del patrimonio alimentario y culinario nacional: platos nacionales, regionales, locales; alimentos originales; comidas típicas y tradicionales que contribuyen a fortalecer la identidad del país y su desarrollo turístico. (Diseño de Productos Turísticos del Ecuador, Organización Mundial de Turismo y Ministerio de Turismo del Ecuador, 2003).

La gastronomía destaca por su importancia, pues forma parte de la cultura que lo define; sin esta el destino queda incompleto como producto turístico. Asimismo, las tendencias actuales del turismo buscan tener una relación más directa con las comunidades que se visitan y vivir sus costumbres, en este tenor, la gastronomía es un factor determinante.

En términos generales, el equipamiento de los establecimientos de alimentación presenta un buen nivel, pero es relevante señalar que un 38% de los establecimientos funciona con previa reserva, por lo que no se encuentran abiertos al público cualquier día de la semana y a cualquier hora limitando el funcionamiento principalmente a temporada estival. A este porcentaje, se suma que en terreno se ha detectado que una gran cantidad de este tipo de locales no presta servicios de manera continuada durante la semana, aunque no es especificado por los actores en la encuesta aplicada.

Del total de establecimientos, cinco presentan problemas de patente; Canta Viento que no posee patente ni resolución sanitaria, por lo tanto no puede funcionar, el servicio que presta Rosa Collao, quién menciona que recibe permisos provisorios en temporada de verano, los dos establecimientos al paso de Pac man y el Restaurante el Recreo en El Palqui. El total de establecimientos es posible verlo en Anexo N°10.

Cuadro N°20. Distribución de los servicios de alimentación, Comuna de Monte Patria

	NOMBRE	TIPO	LOCALIDAD	CALLE	TELEFONO	PATENTE	R. SANITARIA	N° SILLAS	TEMPORADA
1	Hanga Roa	Restaurante	Monte Patria	Balmaceda 123	82377854	Restaurante alcohóles	y si	60	Todo el año
2	Rincón Azul	Bar restaurante	Monte Patria	Lord Cochrane 127	84603650	Restaurante alcohóles	y si	96	Todo el año
3	Il Ático	Restaurante	Monte Patria	José Miguel Carrera 98	53- 712191	Restaurante	si	22	Todo el año, sólo en las tardes
4	Canta Viento	Restaurante	Monte Patria	Monte Rey 645	82998789	No tiene	No	x	No puede abrir
5	Mesón de la Merced	Restaurante	Flor del Valle	Agua Chica s/n	95485710	Restaurante y pub	si	380	nov a marzo
6	Pacman	Comida rápida	Monte Patria	Balmaceda 177	no	No tiene	si	36	Todo el año
7	Pacman II	Comida rápida	Flor del Valle	Camino Carén s/n	no	No tiene	si	16	Todo el año
8	La Gruta	Comida rápida	Flor del Valle	Villa el Progreso Lote 16	95415578	Restaurante Comida Rápida	si	44	Todo el año
9	Hacienda Juntas	Hacienda o Estancia	Juntas	Camino a Caren km 38	53-711290	Hotel	si	48	Todo el año con reserva
10	Restaurante Los Vegas	Restaurante Fuente de Soda	Valle de Rapel	Las Mollacas s/n	76377426 (Nelson Jofre)	Restaurante diurno y nocturno	si	S/i	con reserva
11	Restaurante Río Mostazal	Cabañas y Restaurante	Río Mostazal	El Pedregal Parcela 17	92235377/ 90471964	Cabañas Restaurante	y si	52	Todo el año con reserva
12	La Gallardina	Hostal y Residencial	Caren	Caren s/n	(053)720009	Hostal y Restaurante	si	32	Todo el año con reserva
13	El Callejón	Pizzería	Caren	Caren s/n	94647430	Restaurante Cervecería	y si	46	Todo el año
14	Bam Bam	Restaurante	Tulahuén	Tulahuén Centro s/n	96697075	Restaurante	si	140	Todo el año
15	Rosa Collao	Restaurante	Tulahuén	Sector La Cisterna	92219374	No tiene	No	60	Con reserva y en

				s/n					temporada
16	La Cucaracha	Restaurante	Tulahuén	Sector Media Luna	85187686	Restaurante y alcohóles	si	50	Todo el año
17	El Portón	Cabañas y Restaurante	Tulahuén	Tulahuén	94518449	Restaurante alojamiento y	si	24	Todo el año con reserva
18	El Parrón	Restaurante	Tulahuén	Tulahuén Centro	85419729	Restaurante, Quinta de Recreo, Cabaret	si	20	Todo el año con reserva
19	El Recreo	Restaurante	El Palqui	Pedro León Gallo 12	74441320	No tiene	si	120	Todo el año
20	El Rancho	Restaurante	El Palqui	Pedro León Gallo 352	711259	Alcoholes, quinta recreo	si	70	Todo el año
21	El Refugio	Restaurante	Huatulame	Bernardo O'Higgins s/n	99501222	Restaurante y alcohóles	si	48	Todo el año, viernes a domingo
22	Maritza	Residencial Restaurante	Chañaral Alto	Los Libertadores s/n	97495116	Restaurante	no	66	Todo el año
23	El Casino	Restaurante	Chañaral Alto	Los Libertadores 387	88543967	Casino	si	50	Todo el año
24	Mapocho	Restaurante	Chañaral Alto	Los Libertadores 394	85383370	Restaurante	si	32	Todo el año

Fuente: elaboración propia del consultor, en base a levantamiento en terreno

3.7.3 Servicios y producción local

Luego de las campañas en terreno, el análisis y la evaluación de la oferta es factible señalar que uno de los mayores potenciales la comuna es el sistema productivo, asociado al turismo rural y/o a la práctica de actividades relacionadas a la producción.

Monte Patria cuenta con 27 emprendimientos que trabajan algún tipo de actividad turística, relacionados con la venta de productos y en algunos casos, como se detallará más adelante, se han ido combinando con la puesta en marcha de la exposición de los procesos, pudiendo el visitante observar y hasta participar en la elaboración y ejecución de cada producto.

La gran debilidad es que el 70% de los emprendimientos no cuenta con patente municipal, lo que perjudica la exposición y empaquetamiento de los productos, los empresarios no pueden tener publicidad ni señalética que permita que el turista acceda a conocer y participar de su oferta, teniendo que necesariamente preguntar a la gente por su ubicación. Otra desventaja es el funcionamiento mediante reserva telefónica previa, lo que impide que el turista al haber recibido un folleto comience a recorrer y llegue de manera espontánea hasta los establecimientos.

Entre los productores identificados, existe un 40% que además de ofrecer sus productos cuentan con algún tipo de actividad y exposición del proceso, lo que hace aún más potencial el desarrollo de actividades experienciales en torno al turismo rural. Además, tres de los empresarios ofrecen el servicio de guía de manera informal, habiendo sido requerido de manera ocasional. Uno de los productos con mayor demanda es el ofertado por Pedro Carvajal, quién primeramente expone en el Parque Arqueo Astronómico y luego realiza una caminata hacia los petroglifos existentes en el sector de Río Grande, con una duración de dos horas mínimo pudiendo extenderse por días si el turista así lo requiere.

Dos emprendimientos ubicados en el valle del Río Mostazal, se encuentran en estado incipiente. Uno de ellos es Rodrigo Quintanilla quién realiza caminatas hacia los petroglifos del valle. El segundo se encuentra en el sector del Maitén, donde también es posible realizar un tour granjero y caminatas hacia el sector llamado "Cancha de Los Indios", esto es ofertado por Alejandro Cortés. En todos los casos, la reserva se realiza de manera telefónica o por el llamado "boca a oreja".

El siguiente cuadro presenta el total de oferta relacionada con la producción local y otras actividades posibles de realizar en la comuna. La Base de datos total se encuentra en el Anexo N°10.

Cuadro N°21. Distribución de los Servicios asociado a producción local y otras actividades, Comuna de Monte Patria

	NOMBRE	TIPO	LOCALIDAD	DIRECCION	TELEFONO	ACTOR	PATENTE	RES. SANITARIA	INI_ACT	DESC_OFERTA
1	Agrupación Artesanos de los ríos de Monte Patria	Artesanía en greda y esmaltados	Monte patria	Balmaceda 103	89767896	Gladys Zavala Arriagada	No (Permiso municipal)	No requiere	Si	Venta de artesanías en greda, esmaltados, Diaguitas y murales
2	Api San Martín	Apícola	Higueras de Rapel	Higueras de Rapel	62172328	Alicia Leiva San Martín	No (permiso municipal)	Si	Si	Miel, Miel de Almendra y Mandarina, pretende expandirse a vino de copado con miel. Para visitas solo los sábados se encuentra en la parcela
3	Apícola Isanor	Apícola y proceso productivo	Chilecito	Chilecito s/n	95017826	Nora Rojas	No	No	Si	Además de la venta de productos derivados de las abejas. Ofrece un tour donde el turista se equipa con los trajes protectores y se explica el proceso productivo de la actividad.
4	Parque Arque-Astronómico Likanantay	Museo replicas y guía	Chilecito	Chilecito s/n	76537692	Pedro Carvajal	No (Permiso municipal)	No requiere	Si	Charlas en salón y se lleva a terreno a los lugares explicados en las charlas. Depende del tiempo los lugares a visitar. Guiado en montaña
5	Ulda Pasten /Apícola Sta. Emilia	Tour Apícola y productos locales	Chilecito	Chilecito Oriente s/n dirección	97509885	Ulda Pasten	Apícola	Si	Si	Venta de miel, subproductos de la miel, propóleos, polen, cremas y pomadas Además de los tours guiados por sus apiarios.
6	Granja Las Malvas	Productos agrícolas	Río Mostazal Colliguay Bajo	Colliguay Bajo s/n	85979327	Ana María Rojas Fuentes	No (Permiso municipal)	No. En trámite.	Si	Paltas. Duraznos de la zona, tempranero y blanquillo. Naranjas, Higos, Nueces, Miel. La oferta se complementa con actividades relacionadas a la producción.
7	Taller Raíces del Monte	Hierbas Medicinales	Río Mostazal Colliguay Bajo	Colliguay Bajo s/n	53475542 (Isabel Monrroy) /62951415	Isabel Monrroy	No	En traslado desde Coquimbo	Si	Venta de Hierbas medicinales, jarabes medicinales, cremas en base a hierbas, gotas para distintas funciones. Además quieren

NOMBRE	TIPO	LOCALIDAD	DIRECCION	TELEFONO	ACTOR	PATENTE	RES. SANITARIA	INI_ACT	DESC_OFERTA	
				(Miguel Jesús)					implementar un taller experiencial de investigación y conservación de las hierbas.	
8	Queso de Cabra Tranquila	Venta de Queso	Río Mostazal La Tranquila	La Tranquila	97770630	Raúl Oro.	No	Si	---	No responde, no posee producción y está todo a nivel de idea.
9	Api Flor el Maqui	Apicultura, conservas, mermelada	Río Mostazal / El Malqui	El Malqui s/n	74421091	Liria Navea Segovia	No	No	Si	Venta de Miel, subproductos de la miel, propóleos, polen, bálsamos, conservas y mermeladas
10	Taller Cuestecita	Orfebrería	Río Mostazal EL Maitén	EL Maitén s/n	81690989	Rodrigo Quintanilla	No	No requiere	Si	Metal, Orfebrería, maderas, lapidación, diversidad de Joyas, lapislázuli y en otros tipos de piedras. Además se ofrecen Tours, por las cercanías donde además del paisaje el río es posible observar petroglifos.
11	Eco Granja El Maitén	Frutos, mermeladas queso	Río Mostazal EL Maitén	EL Maitén s/n	91828647/ 90251898	Alejandro Cortés	No	En tramite	Si	Venta de productos como queso de cabra, vaca, turrón, mermeladas, dulce de manzana y de membrillo, manjar, huevos de campo. Además, ofrece dos tour (granjero y caminata)
12	Parque La Gallardina	Parque Ecológico	Carén	Caren s/n	(053)720009	Sybila Bozolo	Hostal y Restaurante	No requiere	Si	Visita al Parque, áreas de Picnic y piscina, Quincho para asados. Servicio de restaurante y Alojamiento
13	Pisco Chañaral de Carén	Pisquera y proceso productivo	Chañaral de Caren	Chañaral de Caren s/n	83426686	María Artal	No	s/i	Si	Venta de Pisco Chañaral de Carén. Es posible visitar todo el proceso productivo, El señor Luis Orrego explica al turista todo el proceso hasta forma de embazar. Pisco de 35° - 42° y 46°.

	NOMBRE	TIPO	LOCALIDAD	DIRECCION	TELEFONO	ACTOR	PATENTE	RES. SANITARIA	INI_ACT	DESC_OFERTA
14	Mermeladas Artesanales Efranor	Mermeladas y proceso productivo	Chañaral de Caren	Chañaral de Caren s/n	99082473	Efraín Muñoz	Comerciante	si	Si	Venta de Mermeladas de frutilla durazno, naranja, alcayota y combinaciones, además se vende dulce de membrillo y te de zanahoria.
15	Taller Cordillera Azul	Artesanía Lapislázuli	Tulahuén	Sector El Peral s/n	94220365	Rita Álvarez	No	No requiere	Si	Venta de artesanía en Lapislázuli
16	Colmenares Piedra Lisa	Apícola y proceso productivo	Tulahuén	Sector El Peral s/n	89111316	Doris Bustamante	No	si	Si	Venta de distintos tipo de miel gourmet, propóleos, polen, cremas y Apiterapia. Además se muestra el proceso productivo.
17	Papeles con sentido	Papel orgánico y proceso productivo	Tulahuén	Sector El Peral s/n	92660900	Ana Calderón	No	No requiere	Si	Venta de papel, imanes con papel, collares con papel orgánico, partes de matrimonio, invitaciones, etc. También jabones orgánicos. También se muestra el proceso productivo.
18	Chocolates Tulahuén	Venta de Chocolates	Tulahuén	Sector La Cisterna s/n	92219374	Carmen Rosa Collao Iriarte	Comercial	permisos ocasionales	Si	Venta de Chocolates de distinto tipo
19	Pisco Waqar	Pisquera	Tulahuén	Calle única s/n	94325185	Jaime Camposano	Alcoholes	No. En tramite	Si	Venta de Pisco Waqar
20	Vinos Don Amable	Vinos	Tulahuén	Calle única s/n	91655166	Riter Iriarte	Alcoholes	Si	Si	Venta de Vino don amable. Además enseñan el proceso de envasado del licor.
21	Taller Lapislázuli Tulahuén	Taller lapislázuli	Tulahuén	Calle única s/n	85181657	Patricia Bustos Cavieres	Comercial	No Requiere	Si	"clase guiada" se enseña a trabajar la piedra, y también se realiza venta de artesanías generalmente joyas de plata con lapislázuli

	NOMBRE	TIPO	LOCALIDAD	DIRECCION	TELEFONO	ACTOR	PATENTE	RES. SANITARIA	INI_ACT	DESC_OFERTA
22	Artesano en cuero y madera, Tuluahuén	Artesanía en cuero y madera	Tuluahuén	Tuluahuén, Macano, el Chagual s/n	962807822 (hijo)	No	No	No Requiere	No	Artesanías en cuero y madera para fabricación de implementos ganaderos y agrícolas con usos decorativos.
23	Artesano en muebles rústicos, Tuluahuén	confección de muebles rústicos	Tuluahuén	Tuluahuén, Macano, el Chagual s/n	962807822	no	No	No Requiere	No	Venta de muebles rústicos
24	Cerveza Artesanal El Higueral	Cerveza Artesanal	El Palqui	Pedro León Gallo 4	89198957	Alberto Alegría	No	No	Si	Elaboración y Venta de Cerveza Artesanal
25	El Artesano	artesanía en madera y tejido en lana natural	El Palqui	Sector la represa s/n	98922942	Mónica Torres	No	No Requiere	si	Muebles rústicos, tejidos, telares chalecos, abrigos y prendas de vestir en general. Se realiza en el lugar un taller de tejido.
26	El Palqui Viejo	licores artesanales y conservas	El Palqui	Pablo Neruda 161	75829185	María Francisca Aguilar	No	Si	no	Venta de Licores artesanales de arándanos, mandarina, café, damasco, apiado, también confección de mermeladas y conservas
27	Agrupación de feriantes emprendedoras mujeres de Huatulame	productos locales y guiado	Huatulame	Bernardo O'Higgins 912	63955395	Erna Marchant	No	No	si	Venta de productos en telar (ponchos), productos locales (charqui, quesos, mermeladas).

Fuente: elaboración propia del consultor, en base a levantamiento en terreno

Existe además en la Comuna servicios de esparcimiento locales, que más bien funcionan para la demanda local, en la base de datos técnica se registra los servicios complementarios que cada empresario posee. Aun así se detallaran en este apartado, algunas actividades de esparcimiento. Se debe considerar a la Piscina y Centro de Esparcimiento Municipal, que cuenta con piscina y áreas de picnic delimitadas y equipadas.

Los empresarios que además poseen piscinas en sus dependencias y que no sólo funcionan para los clientes, sino que también para público general, que sólo quiera hacer uso de dicho elemento y además de área de Pic Nic son:

- Mesón de La Merced
- Camping Valle del Sol
- Parque Ecológico La Gallardina

Adicionalmente existe la oferta de centros de Eventos, y donde se realizan fiestas o discoteque durante temporada estival, entre estos se considera:

- Mesón de La Merced
- Restaurante Bam Bam
- Restaurante La Cucaracha
- Restaurante El Recreo

3.7.4 Agencias de Viaje

El documento estadístico de SERNATUR señala que en la Región de Coquimbo existen 60 establecimientos, lo que representa un 4% del total nacional, concentrado principalmente en la ciudad de La Serena.

Al igual que los servicios de alimentación, las estadísticas presentan solamente totales regionales, por lo que para Monte Patria se ha realizado un levantamiento mediante información secundaria. La comuna no posee agencias, ni operadores turísticos por lo que la siguiente base de datos muestra las agencias con presencia en la comuna de Ovalle y en La Serena, que ofrecen atractivos cercanos que pudiesen complementarse a la oferta de Monte Patria.

Cuadro N°22. Agencias de viaje que incluyen a La Comuna de Monte Patria en su oferta

NOMBRE	TIPO	DIRECCIÓN/ CONTACTO	TELÉFONO	DESCRIPCIÓN
Epu Maiko	Agencia de viaje Emisiva y receptiva	Mercado Municipal	96233205	Agencia de viajes Ovallina que cuenta con varios programas, todos parten desde la Plaza de Ovalle: Programa Arqueo-astronómica Observando las Estrellas Duración: Noche/ Tarifa: 40.000 Se concentra en el Valle del Encanto para así recorrer a través de una vista guiada los hitos Históricos acompañado de una interpretación del espacio sagrado en base

				<p>al arte Rupestre (tacitas) y la evidencia arqueológica (petroglifos) presente en el lugar. Música y telescopio creara un habiente lleno de misticidad. Finaliza con un coctel a la luz de las estrellas.</p> <p><</p> <p>Parque Fray Jorge – Valle Encanto Duración 09:00 a 18 horas / VALOR \$ 36.800</p> <p>Incluye Parque Nacional Fray Jorge, vista a Salalá y Barraza y Monumento Nacional Valle del Encanto, uno de los museos al aire libre de la cultura Molle de hace 4000 años A.C.</p> <p>Desembocadura Río Limarí 10:00 hrs. Visita a los pueblos típicos de Barraza uno de los pueblos más antiguos de Chile, Salala. 13:00 hrs. Almuerzo. 14:00 hrs Traslado a los humedales de la Desembocadura Río Limarí. Retorno a las 17:00 hrs. VALOR \$ 30.000</p> <p>Valle Del Encanto 10:00 hrs City Tour por el casco antiguo de la ciudad, museo, plaza, feria modelo. 13:00 hrs. Almuerzo 14:30 hrs. Traslado a la Viña Tabali, degustación de vinos y productos típicos. 16:00 hrs. Traslado a Valle del Encanto. 18:00 hrs. Visita al pueblo típico de Barraza. 19:00 hrs. Retorno. VALOR \$ 22.600 NO INCLUYE entrada a viña</p> <p>Monumento Natural Pichasca Salida a las 09:00 hrs. 09:30 hrs. Visita al Embalse Recoleta 11:30 hrs. Visita a las Tinajas. 14:00 hrs. Almuerzo. 15:45 hrs Visita al Parque Natural Pichasca Retorno a las 19:00 hrs. VALOR \$ 32.000</p> <p>Observatorio Cruz Del Sur Salida a las 16:00 hrs. Retorno a la 02:00 hrs. 16:00 hrs. Traslado al pueblo de Sotaquí, su iglesia fue construida el año 700. 16:40 hrs. Embalse la Paloma, éste es el más grande de Chile y segundo de</p>
--	--	--	--	--

				<p>Sudamérica. 17:00 hrs. Pueblo de Monte Patria. 17:30 hrs. Traslado a Combarbalá, talleres artesanales de piedra combarbalita. 20:00 hrs Cena. 21:00 hrs. visita al Observatorio Cruz del Sur. VALOR \$ 36.800.</p>
Turisma	Servicio Transporte Turístico	www.turisma.cl	(53) 711402	<p>Ofrece servicio de transporte y guiaje personalizado, creando rutas para cada cliente y sus requerimientos. Entre las rutas turísticas predefinidas: Parque Arqueológico "Valle del Encanto" \$ 35.000. Parque Nacional "Bosque Fray Jorge" \$ 80.000 Monumento Natural "Pichasca" \$ 50.000 Ruta Valles escondidos de Monte Patria \$70.000 Observatorio Turístico "Cruz del Sur" Combarbalá \$80.000 Ruta al Valle de Elqui \$120.000 Ruta Valles Escondidos de Monte Patria, que depende de la oferta que se arme el valor a considerar. -Valores sólo considera transporte y guía (el mismo conductor que va explicando los distintos lugares a medida que se desarrolla el tour.) -Si se necesita traductor (Ingles) se considera \$20.000 pesos adicionales al valor del transporte. -Los suvenires, almuerzos, colaciones, ticket de entrada y otros los cancela directamente el turista a medida que ocupe los servicios. Cantidad de Personas por Van: máximo 10</p>
Tembeta	Agencia de Viajes y Turismo	La Serena www.tembeta.cl	90128608	<p>Entre la oferta que presenta: Islas de Costa Norte, Valle del Elquí, Parque Nacional Fray Jorge y Valle del Encanto y Ruta Valles Escondidos de Monte Patria.</p>

Fuente: elaboración propia del consultor, en base a levantamiento en Gabinete.

Del cuadro anterior, TURISMA y TEMBETA son las únicas agencia que incluyen a la comuna de Monte Patria en su oferta, Epu Maiko la menciona pero sólo como un atractivo complementario a su oferta.

Las agencias de viajes están orientadas a turismo nacional y en menor número al turismo receptivo, solamente Epu Maiko y Turisma trabajan con programas específicos con presencia en Ovalle y TEMBETA en La Serena poniendo en valor diversidad de atractivos comunales. Epu Maiko, es la única registrada en la guía de servicios SERNATUR Coquimbo 2012.

Por otro lado, de una base de datos con un total de 53 tour operadores que trabajan el turismo receptivo en Chile y que tienen como centro de operaciones la ciudad de Santiago. Un 26% de los tour operadores nacionales vende la región de Coquimbo. De este total, a modo referencial se enlistan seis tour operadores que incluyen en su oferta a atractivos presentes en la Comuna de Ovalle.

Cuadro N°23. Tour operadores nacionales que incluyen a la comuna de Ovalle

NOMBRE OPERADOR	SITIO WEB	DESCRIPCIÓN
Ekatours	www.ekatours.cl	Este operador tiene un programa que se encuentra dentro de la categoría “playas”, y que mezcla el turismo de sol y playa con el astronómico, ya que además de un city tour por la ciudad se lleva a los turistas al observatorio Mamalluca en Vicuña. El tour tiene una duración de 6 días y 5 noches y está pensado en turistas de larga distancia ya que se comienza y termina en el aeropuerto de Santiago. Adicionalmente ofrece Excursiones en la región de Coquimbo, como un city tour en La Serena, P.N. Fray Jorge, Valle del Elqui, R.N Pingüino de Humboldt, tour observatorios Collowara y Mamalluca, excursión Viña Tabali y Valle del Encanto.
Gotolatin Travel S.A.	www.gochile.cl	Gotolatin es un operador internacional, que en Chile trabaja con el nombre de Go Chile. Cuenta con varios programas a la Región de Coquimbo, el que incluye a la Comuna de Ovalle: - Fray Jorge y Valle Encantado: dura todo un día y tiene un valor de \$42.500
Panamericana Turismo	www.panamericanaturismo.cl	Cuenta con un programa a la Región que tiene una duración de 4 días y 3 noches, con un precio mínimo de \$130.000 alojando en hoteles entre 3 y 5 estrellas, sin excursiones asociadas. Escapada La Serena y Espontanea son programas de 3 días y 2 noches en el Hotel Campanario y Limarí, la tarifa va desde \$58.809 y \$75.000 respectivamente.
OTSI- Organización Turística y Servicios Internacionales	www.otsi.cl	Operador que cuenta con un programa a La Serena 3 noches en alojamiento en hotel de selección con precios desde los \$115.176. Cruce de Valles programa 5 días y 4 noches de alojamiento (2 noches Hotel Limarí y 2 noche en Alcohuz) y de arriendo de auto económico. Incluye trekking a Mal Paso y visita a pisquera, visita a Observatorio Cruz del Sur.
Turavión Ltda.	www.turavion.com	Vende distintos programas en la región, entre los cuales se encuentran: Medio día: La Serena y Coquimbo; Observatorio Mamalluca; Cerro Tololo. Día completo: Observatorio La Silla; Valle de Elqui; Valle del Encanto y Viña Tamaya; Viña Tamaya y Hacienda Santa Cristina; Isla Damas con picnic.

NOMBRE OPERADOR	SITIO WEB	DESCRIPCIÓN
Turismo Cocha	www.cocha.com	Ofrece programas en el Valle del Limarí- Ovalle- Tongoy en el Hotel Limarí y Hotel Club Playa Blanca (3 días 2 noches) por \$118.750.

Fuente: investigación propia equipo consultor en base a información de gabinete.

Es necesario destacar que el posicionamiento de atractivos del Valle del Limarí obedece fundamentalmente a la gestión de la gerencia del Hotel Limarí, que realizó un buen mercadeo de su oferta y logró rápidamente posicionarla en el mix de productos de las agencias mayoristas del país.

Cabe señalar que los valores de los paquetes ofertados por las agencias mayoristas muestran una clara orientación hacia un mercado de empresas, dada la existencia de mucha oferta que solo considera traslado y/o transfer y solo alojamiento. Junto con ello, se observa una oferta para turista de intereses generales, apuntando a un segmento alto de mercado, en función del tipo de oferta y precios considerados de la gama alta del mix hotelero de la región.

Es una ventaja contar con presencia de agencias locales en el área de influencia, ya que posibilita la concreción de alianzas estratégicas claves para el desarrollo turístico, cuando los productos ya puedan conformarse organizadamente. El desafío hoy, es lograr una organización en conjunto para el desarrollo de productos e incorporar esta oferta turística al mercado que surge consecuentemente e integrar nuevos sectores o zonas, y en especial, correspondientes a la comuna de influencia y comunas aledañas.

Lo anterior permitirá impulsar nuevos productos turísticos, en su mayoría de intereses especiales y rurales, lo que no solo posibilitará una descentralización de la oferta sino que además una diversificación de la misma, permitiendo mejorar e incrementar la capacidad de atracción turística de la comuna y durante todo el año.

3.7.5 Oficina de información turística

La comuna de Monte Patria, cuenta con una oficina de información turística donde es posible obtener folletería, mapa comunal y promoción de algunos actores turísticos, como la Ruta de Los Valles Escondidos.

Es importante que esta oficina se encuentre a cargo de personas con conocimiento real de la comuna y de las actividades factibles de realizar. Lo anterior, fundamentalmente asociado al tema de la disponibilidad de los actores turísticos luego de hacer una reserva telefónica, para que este se encuentre en conocimiento de aquello y no confíe en un folleto que entrega información distinta.

Otro de los factores a considerar a mediano plazo, es que el personal cuente con capacitaciones en idiomas para la recepción de turistas.

Dentro de los talleres participativos con la comunidad se mencionó una debilidad de la oficina de información, y que corresponde a la existencia de un local de venta de comida rápida en el mismo

espacio. Esto no es apropiado tanto desde el punto de vista del espacio que es más bien reducido, como del hecho que debiese ser usado solo con un fin turístico.

3.7.6 Servicio de transporte

El transporte corresponde a todos aquellos medios que permiten el desplazamiento de los turistas hacia los sitios de interés de un determinado territorio. Los pasajeros que utilizan el transporte local poseen otras motivaciones como son laborales, salud, entre otros. Estos recorridos unen la capital provincial, Ovalle, con la mayoría de las localidades de la comuna de Monte Patria.

Cuadro N°24. Servicios de transporte en Monte Patria

NOMBRE	CONTACTO	SERVICIO
Buses Castañeda	96322300 Pedro Rubina.	Salida desde Calle Antofagasta 182. La Ruta es de Ovalle, Chañaral Alto, Tulahuén y Combarbalá.
Buses Layana	99594136 Fernando Layana	Salida desde Calle Antofagasta con Federico Alfonso. Ruta Ovalle- Chañaral Alto- Monte Patria, El Peralito.
Ruta del Sol y Buses Plaza	91939958 Richard.	Salida desde Calle Antofagasta con Federico Alfonso. Ruta Ovalle, EL Palqui
Buses Patricio Cortés	Patricio Cortés	Salida desde Feria Modelo en Ovalle. Ovalle, Las Mollacas, Los Clonqui
Buses Canela	-----	Salida Feria Modelo de Ovalle Ruta Ovalle, Las Mollacas, Los Clonqui.
Buses La Pedregalina	Juan Cortés	Salida Feria Modelo de Ovalle Ruta Ovalle, Rapel
Buses Edgardo Rojas Contreras	-----	Ruta Ovalle, Las Ramadas de Tulahuén. Salidas: Lunes, miércoles y viernes desde Feria Modelo.
Buses Juan Cuello e Hijos	92219374 Rosa Collao	Ruta Ovalle, Tulahuén. Salidas Todos los días menos domingo desde la Feria Modelo en Ovalle.
Buses Robledo	97218760 Eduardo Robledo	Ruta: Ovalle, El Maitén. Salida desde Feria Modelo Ovalle.
Buses Corlop	94310813 Don Cloro	Ruta Ovalle, Río Mostazal. Salidas desde Feria Modelo de Ovalle
Buses Ricardo Gutiérrez	-----	Ruta: Ovalle, Mialqui. Salidas desde Feria Modelo Ovalle. Lunes, miércoles y viernes a las 14:30.
Colectivos Chilecito	83380353 (Nelson) 76537638 (Humberto) 87592869 (Nivaldo)	Ruta Ovalle, Chilecito, Mialqui, El Coipo. Salidas desde Feria Modelo Ovalle
Colectivo Monterrey	(53) 624721	Ruta: Ovalle, Monte Patria. Salidas desde Ovalle de Galería "La Económica", Riquelme 130, Local 24.
Taxis colectivos Rutapal	(53)623491	Ruta: Monte Patria, El Palqui, Huatulame, Lo Chañaral alto, San Marco. Salida desde Antofagasta 132.

Fuente: Servicios Atractivos Turísticos de Monte Patria 2011. Departamento de Turismo Monte Patria.

Todos los recorridos que van hacia los valles pasan por la localidad de Monte Patria antes de seguir su recorrido hacia Ovalle.

En cuanto al servicio de Rent a Car, sólo es posible encontrarlo en Ovalle, por medio de la empresa Transporte Heisig y Cía., ubicado en Luis Aguilera Báez 475. Además, como se señaló anteriormente, Turisma Transporte Turístico, ofrece el servicio de traslados por la comuna y el resto de la Región.

En Ovalle igualmente se encuentra el Terminal de Buses Media Luna (Tur Bus, Pullman Bus, Elqui Bus, Ciktur, entre otros), se ubica en el centro de la ciudad en calle Ariztía #796, es el encargado de transportar a pasajeros hacia las comunas vecinas de la provincia de Limarí y Choapa, Santiago-Coquimbo- La Serena- Huasco, Vallenar, Copiapó, Antofagasta y otros puntos de Chile. Además, desde este punto es posible tomar buses rurales a distintas localidades.

3.7.7 Servicios complementarios

Los servicios complementarios son aquellos que no forman parte de la actividad turística propiamente tal, pero que pueden constituir un apoyo a las actividades que realiza el turista.

A continuación, se muestran los principales servicios complementarios en la comuna de Monte Patria, que corresponden fundamentalmente a servicios de utilidad pública para la comunidad residente, como son Carabineros, Bomberos y Consultorios y Postas. Además de ellos, existe también un Banco Estado (que posee dos cajeros automático), que ha servido tanto a los habitantes de la comuna como a los turistas.

Cuadro N°25. Principales servicios complementarios

NOMBRE DEL SERVICIO	TIPO	CONTACTO
Carabineros	Subcomisaria Monte Patria	453051
	Retén Chañaral Alto	453065
	Retén El Palqui	453064
	Retén Los Molles	453060
	Retén Pedregal	453061
	Retén Tulahuén	453062
CESFAM y Postas Rurales	CESFAM Monte Patria	711027
	CESFAM Chañaral Alto	711332
	CESFAM El Palqui	711072
	CESFAM Carén	726007
	Posta Rural de Huatulame	711601
	Posta Rural Chilecito	711387
	Posta Rural Mialqui	Contacto celular
	Posta Rural Rapel	721087
	Posta rural Hacienda Valdivia	Radio desde Pedregal
	Posta Rural Las Ramadas	Radio desde Carén
	Posta Rural de Tulahuén	726073
	Posta Rural Pedregal	Contacto celular
	Posta Rural El Maitén	Contacto celular
Bomberos	Compañía de Bomberos de Monte Patria	711012

	Compañía de Bomberos Chañaral Alto	712256
	Compañía de Bomberos El Palqui	712256
	Compañía de Bomberos V. El Palqui	712256
Bencinera	Bencinera en Monte Patria	-----
	Bencinera en El Palqui	-----
Banco Estado, Caja Vecina	Caja Vecina Chañaral Alto (2)	-----
	Caja Vecina El Palqui (2)	-----
	Caja Vecina Monte Patria (-----
	Banco y cajero Automático en Monte Patria	-----

Fuente: elaboración propia en base a Servicios Atractivos Turísticos de Monte Patria 2011.

La escases de servicios limita a hacer todo tipo de transacción bancaria en Monte Patria, de hecho la comuna no funciona como un centro de servicios. En este caso es Ovalle quién aporta con la entrega de servicios, ya que cuenta con los comercios principales; mercado, feria modelo, supermercados, juegos electrónicos, centro cines cervantes y un paseo peatonal y comercial. Actualmente, y luego de varios intentos, en enero de este año ha comenzado la construcción de un Mall en Ovalle, que se encontrará ubicado en el sector el Peñón y albergará a tiendas como Falabella, Home Center y Tottus, entre otras.

Desde un punto de vista cultural, la visita al Museo del Limarí, Feria Modelo y un recorrido por la Plaza de Armas son las principales alternativas turísticas- recreacionales que ofrece la ciudad de Ovalle.

En los centros comerciales de la ciudad es fácil encontrar cajeros automáticos pertenecientes a la redbanc que aceptan tarjetas locales y tarjetas de la red Cirrus. No se han identificado casas de cambio en la Comuna.

En el centro de la ciudad se ubica la 3°comisaría de Ovalle en la calle Tangué #20 y servicio Asistencial en el Hospital Dr. Antonio Tirado Lanús, ubicado en Ariztía #7.

3.8 Infraestructura de apoyo al turismo

La infraestructura de apoyo al turismo comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.

3.8.1 Cobertura sanitaria

El PLADECO Comunal actualizado el 2012, señala que la cobertura de abastecimiento de la Empresa de Servicios Sanitarios ESSCO S.A de Agua Potable es de un 97.2% y el de Aguas Servidas un 88.0%. Esto en referencia a las áreas urbanas Monte Patria, El Palqui y Chañaral Alto. Las demás localidades presentan en su mayoría sistema de agua potable rural y sistema particulares de alcantarillado.

En Monte Patria se conectan a la red de agua potable una cobertura del 100% en la población Urbana. En cuanto a las Aguas Servidas y el alcantarillado, el servicio de alcantarillado se encuentra a cargo de Aguas del Valle S.A. Monte Patria posee una cobertura de 78 % de la

población urbana servida y el año 2017 se proyecta sanear aproximadamente al 88 % de la población. Aun así las localidades rurales carecen de servicios de alcantarillado.

El siguiente cuadro muestra las coberturas actuales y lo esperable al año 2015.

Cuadro N°26. Cobertura sanitaria en las principales localidades

LOCALIDADES	COBERTURA 2002	COBERTURA 2015	%AGUA POTABLE	% AGUAS SERVIDAS
Monte Patria	5.656	6.261	100	78.0
El Palqui	4.361	5.769	100	87.9
Chañaral Alto	3.858	8.371	100	52.7
Juntas	700	700	100	0.0
Rapel	860	860	100	0.0
Las Mollacas	1.210	1.210	100	0.0
El Maqui	870	870	100	0.0
Pedregal	550	550	100	0.0
Las Ramadas	695	695	100	0.0
Tulahuén	2.560	2.560	100	0.0
Carén	745	745	100	0.0
Colliguay	1.040	1.040	97.0	0.0
Chilecito	1.170	1.170	97.5	0.0
Huatulame	1.420	1.420	98.6	0.0
El Maitén	195	195	100	0.0
Chañaral de Carén	745	745	100	0.0
Flor del Valle	1.063	1.063	100	0.0
Los Tapias	410	410	88.1	0.0
Sol de las Praderas	771	771	100	0.0
Tayan	345	345	100	0.0
Los Clonquis	360	360	100	0.0

Fuente: actualización PLADECOS 2012. I. Municipalidad de Monte Patria

En lo que respecta a las Aguas Lluvias, en toda la comuna no existe ningún sistema de evacuación propiamente tal, por lo que el escurrimiento se efectúa a través de sus calles.

Dado que Monte Patria no tiene la población mínima que se requiere para atenerse a la normativa que obliga a toda comuna con más de 50.000 mil habitantes a tener Planes Maestros que definan las redes primarias de evacuación y drenaje de aguas lluvias, el Plan Regulador Comunal vigente contempla la identificación de áreas anegables por causa de las aguas lluvias, antecedente que se ha cruzado con la información de las áreas inundables por ríos, esteros y áreas de protección de quebradas, con el fin de evitar el emplazamiento de construcciones en dichas zonas que son un riesgo para la población.

3.8.2 Comunicaciones

Todos los valles de la comuna cuentan con teléfonos públicos, además de cobertura de celular, de alguna compañía. Las empresas que se han instalado en la comuna son ENTEL (Rapel, Huatulame, Monte Patria hasta Carén) y Movistar (Valle del río Grandehasta Tulahuén, Mostazal, Huatulame y

Monte Patria). Las Ramadas de Tulahuén no posee servicios de internet, telefonía móvil ni teléfono satelital.

La cobertura de servicio de Internet en la comuna es baja, ya que se encuentra solamente en los centros urbanos. En las localidades del interior de los valles sólo Carabineros, Escuelas y algunos particulares cuentan con este servicio.

3.8.3 Infraestructura Vial

Primeramente y a modo referencial se expone el sistema regional vial. El acceso terrestre a la Región de Coquimbo es a través de la Ruta 5 CH Norte (Carretera Panamericana), trazada por el sector costero, que conecta las principales ciudades de la región con el resto del país. En general, los principales caminos se encuentran asfaltados y en buen estado de conservación, como es el caso de la Ruta 5 Norte.

Las otras rutas que penetran por los valles transversales hacia el oriente y poniente, conforman la estructura secundaria del sistema que comunica los poblados interiores, y de los cuales destacan: Ruta D-85 (Los Vilos-Illapel); Ruta D-71 (Angostura Gálvez-Canela-Combarbalá); **Ruta D-45 (Socos-Ovalle); Ruta D-43 (La Serena-Coquimbo-Ovalle).**Hacia el poniente: **Ruta D-560 (Acceso a P.N. Fray Jorge)**; Ruta D-440 (Acceso Sur a Tongoy); Ruta D-410 (acceso a Guanaqueros); Ruta D-180 (Acceso a El Tofo-Cruz Grande), Ruta D-110 (Acceso a Los Choros).

Además, se encuentra la Ruta 41CH, camino internacional Gabriela Mistral, de una extensión de 235 Km. y que une a las ciudades de Coquimbo-La Serena-Vicuña con la ciudad de San Juan, República de Argentina, a través del Paso Internacional de Agua Negra (505 Km.), ubicado a una altura de 4.765 m. Sus proyecciones a Porto Alegre, Brasil, es lo que se ha denominado el Corredor Bioceánico. Este Paso Internacional es de carácter estacionario, tiene generalmente como mes de apertura noviembre o diciembre, funcionando hasta el mes de abril, dependiendo exclusivamente de las condiciones climáticas en cordillera.

La infraestructura del transporte marítimo regional está constituida por el puerto comercial de Coquimbo, con dos sitios de atraque, es un puerto donde también recalcan cruceros. También existen otros puertos como el de Guayacán, de la Compañía Minera del Pacífico, y el puerto de Punta de Chungos, instalaciones portuarias de uso exclusivo para el embarque de mineral en gráneles.

En cuanto a infraestructura de transporte aéreo está conformado por el aeródromo La Florida, ubicado en La Serena, con una pista pavimentada de 2.000 m., que recibe vuelos nacionales regulares y, ocasionalmente, internacionales. En la Comuna Ovalle, se encuentra el aeródromo de Tuquí (6 Km al Noreste de la ciudad), pero es mayormente ocupado para el transporte privado y practica de vuelo, este es administrado por el Club aéreo de Ovalle.

A la comuna de Monte Patria se puede acceder desde dos puntos, Ovalle y Combarbalá. Ambos accesos están completamente pavimentados. De esta forma las redes viales de la comuna son principalmente: Monte Patria-Chañaral Alto (ruta D-055) de 51,9 Km. y Monte Patria-Carén (ruta D-597) de 30 Km.

Existen 4 caminos primarios (115,8 Km. aprox.) en la comuna, estos se encuentra sólo en parte pavimentado, Estos caminos son:

- Juntas - Rapel,
- Carén - El Maitén
- Carén - Las Ramadas
- El Palqui - Huanilla

El resto de los caminos que posee la comuna son del tipo secundarios, abarcan una longitud de 144.5 Km. aproximadamente y son principalmente de tierra. Entre estos caminos existe uno de interés para el turismo, como es el Valle del Río Ponio, camino de tierra, en general en buen estado.

Es importante, recalcar que los caminos de tierra en términos generales se encuentran en buen estado y transitables para el turista, están tratados con bischofita que es compactado de sal.

4. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA REGIONAL

4.1 Consideraciones previas

La información de demanda en Chile, expone principalmente los registros de llegada y pernoctación en establecimientos de alojamiento turístico, datos que se obtienen del documento Estadísticas de Alojamiento Turismo 2012, elaborado por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) junto al Instituto Nacional de estadísticas (INE). Elementos que permitirán visualizar el flujo turístico de la región y la estacionalidad que presentan los visitantes.

No existen estadísticas de alojamiento, registradas por SERNATUR, de la comuna de Monte Patria. Por lo anterior, no es posible realizar proyecciones al no contar con referentes estadísticos no obstante, igualmente se realizará un análisis de la Comuna de Ovalle como demanda potencial, considerando que este lugar es el centro receptor del turismo de la Provincia de Limarí.

A pesar de lo anterior, es posible obtener un perfil de turistas actual, mediante información el PLADATUR de Monte Patria año 2008-2012, a lo que sumaran datos extraídos a actores locales.

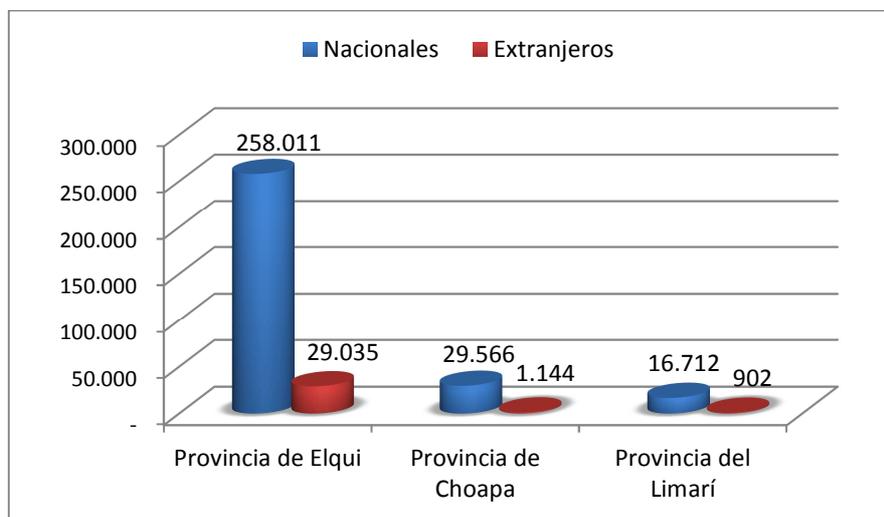
Finalmente, no existe un estudio que permita determinar el perfil del turista que visita Ovalle como turista potencial, por lo que para el desarrollo de este ítem se recurrirá a determinar el perfil del turista que visita la región de Coquimbo. Para esto, se ha sistematizado información desde el Plan de Desarrollo Turístico de la Región, la Estrategia Regional de Desarrollo, las Estadísticas de Alojamiento Turístico año 2012, Estudio de Turismo Interno- Segunda Temporada 2012, Perfil del Turista Extranjero según los 11 Destinos visitados en Chile 2009-2010 y el Estudio Perfil del turismo Receptivo año 2011 documentos elaborados por SERNATUR.

4.2 Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico

De acuerdo a los registros, la cantidad de turistas que llegaron a la Región en el año 2012 fue de 335.370 pasajeros, distribuidos en 31.081 extranjeros y 304.289 chilenos. Estas cifras, señalan un aumento de un 46% respecto al año 2011. La ciudad de La Serena, capital regional, posee el mayor número de pasajeros por ser centro receptor del turismo.

El análisis provincial indica que el total de las llegadas a la provincia de Elqui alcanza los 287.046 pasajeros, cifra que mantiene una considerable diferencia en las llegadas de pasajeros a las provincias de Choapa y Limarí, que alcanzan las 30.710 y 17.614 respectivamente. El total de las llegadas a la Provincia de Elqui representa el 86% del total regional, por lo que es considerado el centro receptor de turistas de la Región.

Gráfico Nº 6. Llegada de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico por provincia

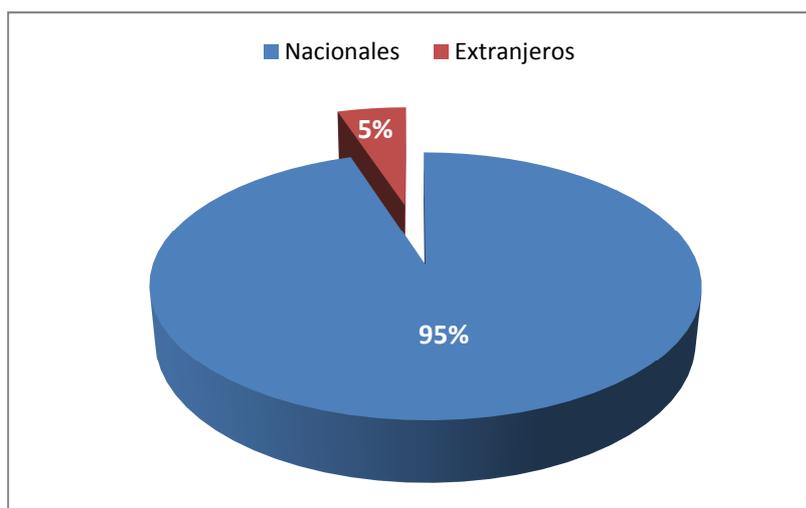


Fuente: elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012. SERNATUR

Al desagregar las estadísticas por comuna, un 82% de las llegadas a la Región se registra en las Comunas de La Serena y Coquimbo. La Comuna de Monte Patria no presenta estadísticas de alojamiento turístico, por lo que el referente más cercano es el número de pasajeros que llega a la Comuna de Ovalle, considerada centro receptor y de servicios. En este sentido, el número de pasajeros considerado en la Provincia del Limarí, son estadísticas específicas de la comuna de Ovalle, lo que representa un 5% del total regional.

En base a lo anterior, es posible determinar que un 95% de los turistas que llega a la comuna de Ovalle son Chilenos y sólo un 5% son visitantes extranjeros.

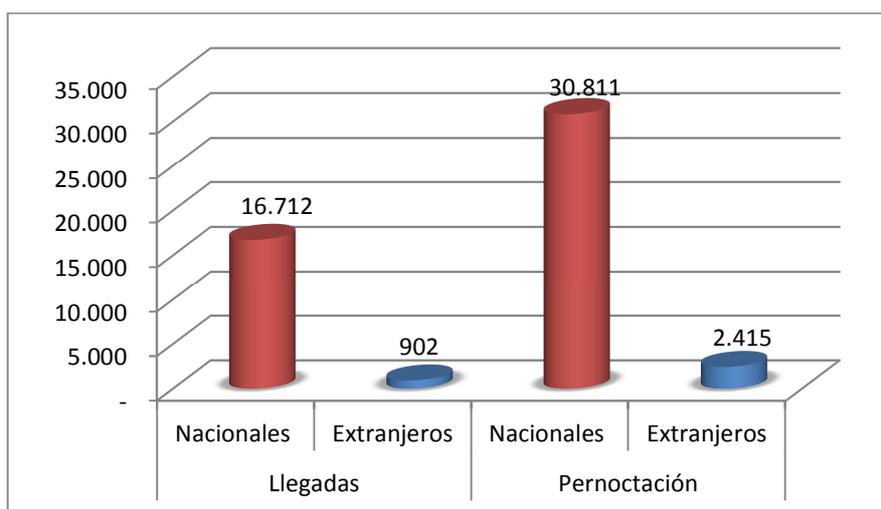
Gráfico Nº 7. Llegada de Pasajeros Chilenos y extranjeros a la comuna de Ovalle



Fuente: elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012. SERNATUR

El promedio de pernoctación en la comuna de Ovalle es de 1,9 noches, un 0,2 más que el año 2011. El promedio de pernoctación de los chilenos en la comuna de Ovalle es de 1,8 noches, mientras que el promedio de los extranjeros es de 2,7 noches.

Gráfico N° 8. Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico comuna de Ovalle



Fuente: elaboración propia en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012. SERNATUR

4.3 Evolución en la Llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico

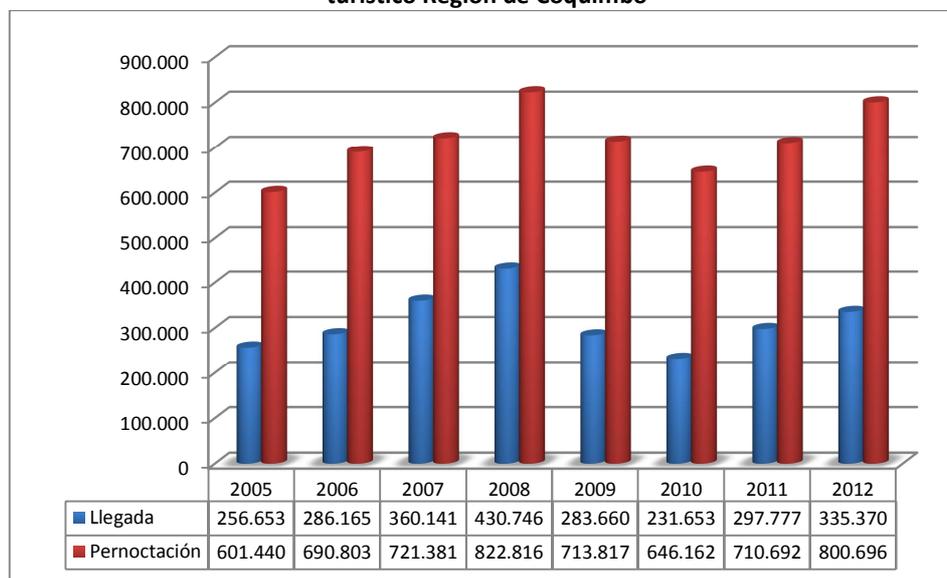
Durante el período 2005 a 2008 se genera un incremento en el flujo de turistas a la región (llegadas y pernoctaciones). Los indicadores de llegada muestran una tasa de crecimiento sostenida del 19%, situación que se revierte entre 2008 y 2010, periodo que presenta una tasa de descenso sostenida del 26%.

Por su parte, los indicadores de pernoctaciones muestran una tasa de crecimiento sostenida del 11%, situación que se revierte entre 2008 y 2010, periodo que presenta una tasa de descenso sostenida del 11%. En síntesis las cifras de pernoctaciones presentan una mayor estabilidad que las llegadas.

Entre los años 2010 y 2011 se produce un alza de un 28,5% en las llegadas y de un 9,9 en las pernoctaciones. Igualmente, se presenta un alza entre los años 2011 y 2012 que alcanza un 13% en las llegadas y pernoctaciones.

La baja producida los años 2008-2009, puede deberse a los efectos de la crisis financiera internacional y 2009-2010 al terremoto que afectó a Chile, en Febrero del año 2010 y que como consecuencia trajo una baja en los viajes turísticos a nivel nacional.

Gráfico Nº 9. Evolución de las llegadas y pernoctaciones de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Región de Coquimbo



Fuente: elaboración propia del Consultor en base al Anuario Turismo. Años 2005 al 2012. SERNATUR – INE

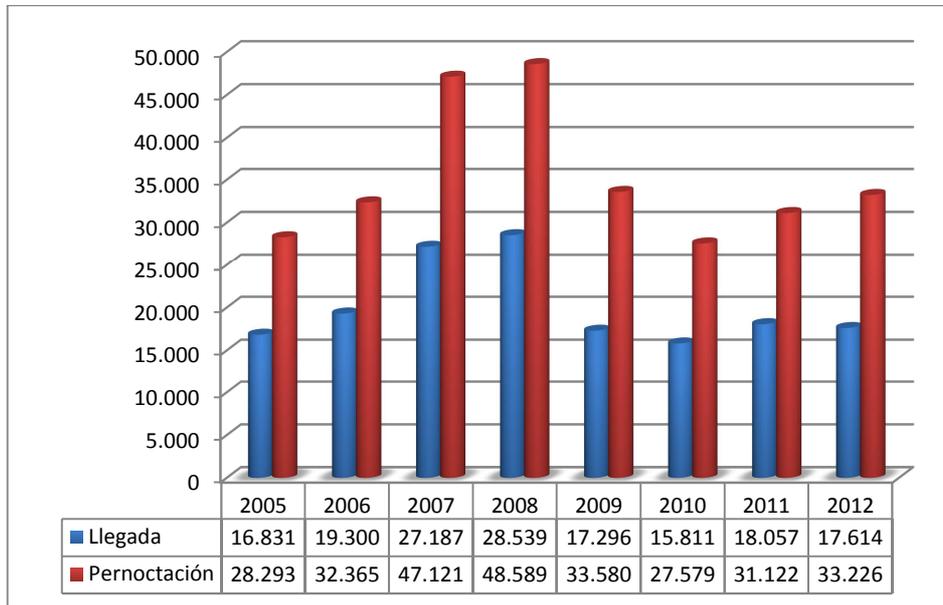
Analizando la Comuna de Ovalle, como la referencia más cercana a Monte Patria, ocurre una situación similar. A nivel comunal en el período 2005 a 2008, se genera un incremento en el flujo de turistas, donde los indicadores de llegada muestran una tasa de crecimiento sostenida del 20%, situación que se revierte en el periodo 2008 y 2010, que presenta una tasa de descenso sostenida del 24%.

De igual manera, las pernoctaciones presentan indicadores de crecimiento sostenido de un 21%, que se revierten entre los años 2008 y 2010, periodo que presenta una tasa de descenso sostenida del 24%.

Entre los años 2010 y 2011 se produce un alza de un 14% en las llegadas y pernoctaciones. Mientras que para el año 2012, las llegadas se reducen en un 2% mientras que las pernoctaciones aumentan en un 7%, a nivel comunal.

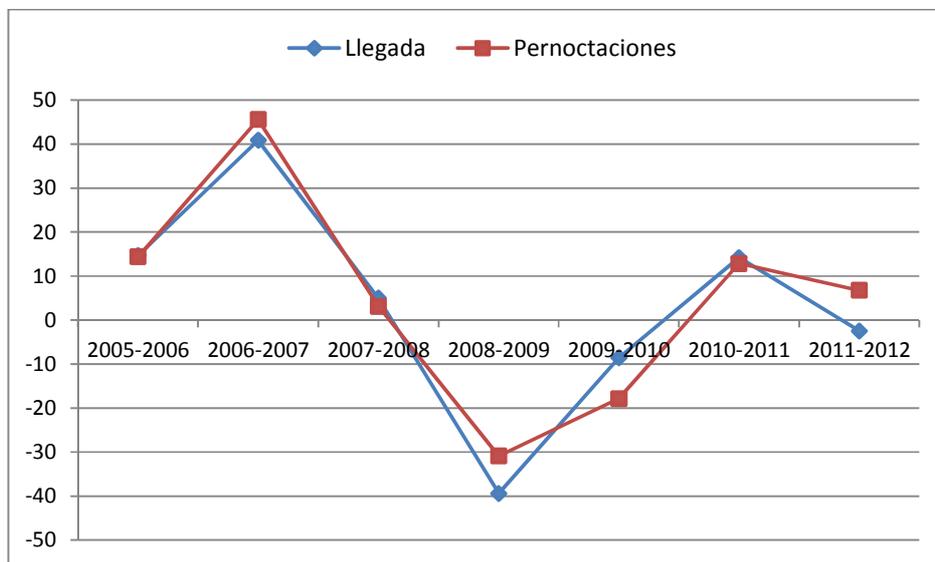
En consecuencia y considerando el periodo 2005 – 2012, se ha producido un alza sostenida de un 3% en las llegadas y de un 5% en la pernoctaciones.

Gráfico Nº 10. Evolución de las llegadas y pernoctaciones de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico comuna de Ovalle



Fuente: elaboración propia del Consultor en base al Anuario Turismo. Años 2005 al 2012. SERNATUR – INE

Gráfico Nº 11. Curva de variaciones en las llegadas y pernoctaciones de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico comuna de Ovalle



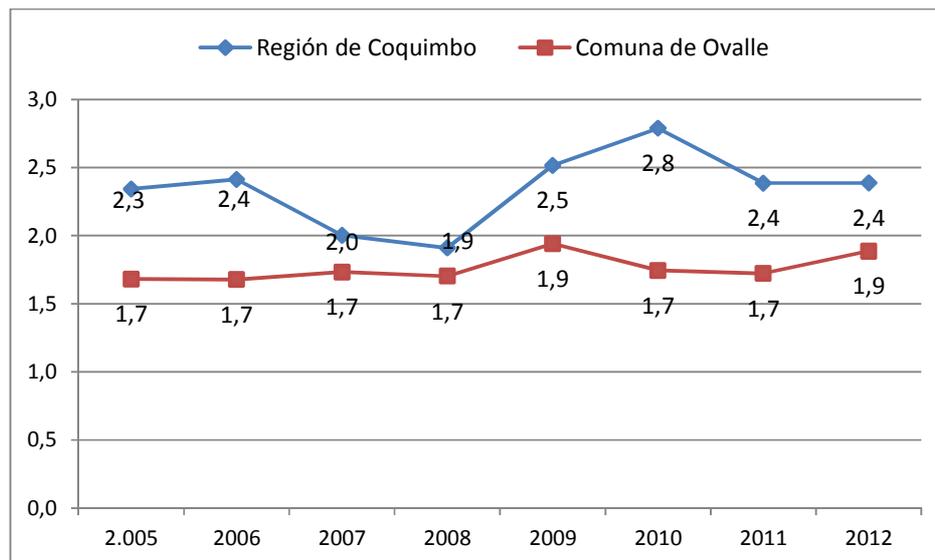
Fuente: elaboración propia del Consultor en base al Anuario Turismo. Años 2005 al 2011. SERNATUR – INE

Cabe señalar que los promedios de estadía de los turistas muestran un descenso entre 2006 y 2008 a nivel regional, con un fuerte repunte a partir del año 2009, lo que contribuyó a moderar los efectos de la caída en la llegada de turistas y demuestra una mayor capacidad de retención de la región. En los últimos dos años el promedio de pernoctación a nivel regional se ha mantenido en 2,4 noches. A diferencia de la curva a nivel comunal que ha permanecido con un promedio de

pernoctación de 1,7 noches constante, donde el año 2009 y el año 2012 se presenta un alza en la estadía a 1,9 noches.

En referencia a lo anterior, se expone a continuación el gráfico de evolución de estadía, que presenta la diferencia en las curvas, en cuanto al promedio de noches a nivel regional, realizando una comparación con la Comuna de Ovalle.

Gráfico Nº 12. Evolución de la estadía de pasajeros en establecimientos de alojamiento turístico



Fuente: elaboración propia del Consultor en base al Anuario Turismo. Años 2005 al 2012. SERNATUR – INE

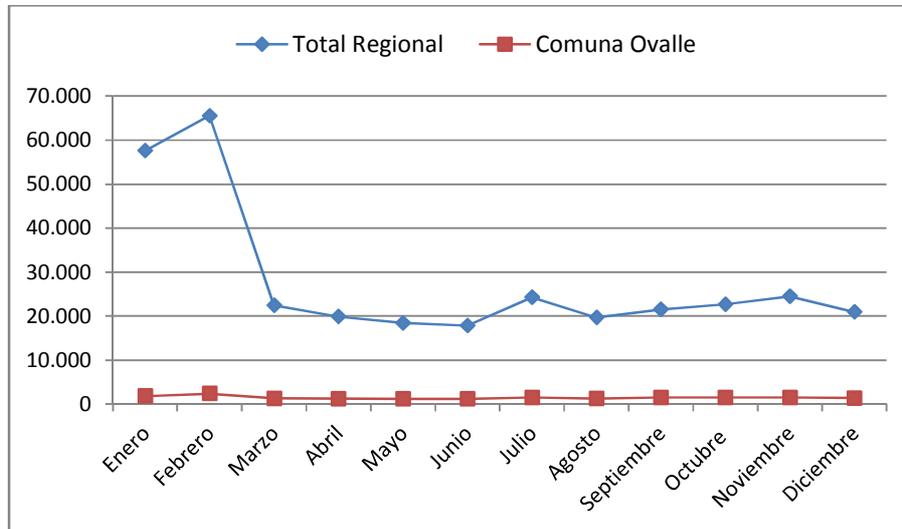
4.4 Estacionalidad de las llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico

De acuerdo al comportamiento de las llegadas a la Región, se observa un mayor flujo turístico durante los meses de enero y febrero, lo que es congruente con los períodos de alta temporada de verano y vacaciones a nivel nacional. La menor demanda se produce en los meses de marzo a junio, con un incremento en el segundo semestre.

Existe un aumento en el flujo turístico durante el mes de julio, cifra que es coincidente con temporada de vacaciones de invierno y durante el último trimestre del año la curva comienza a ascender.

En el siguiente gráfico se exponen los totales regionales en comparación con la comuna de Ovalle, donde es posible establecer que los totales comunales se encuentran muy por debajo de las llegadas regionales.

Gráfico Nº 13. Estacionalidad de las llegadas de pasajeros a establecimiento de alojamiento turístico.

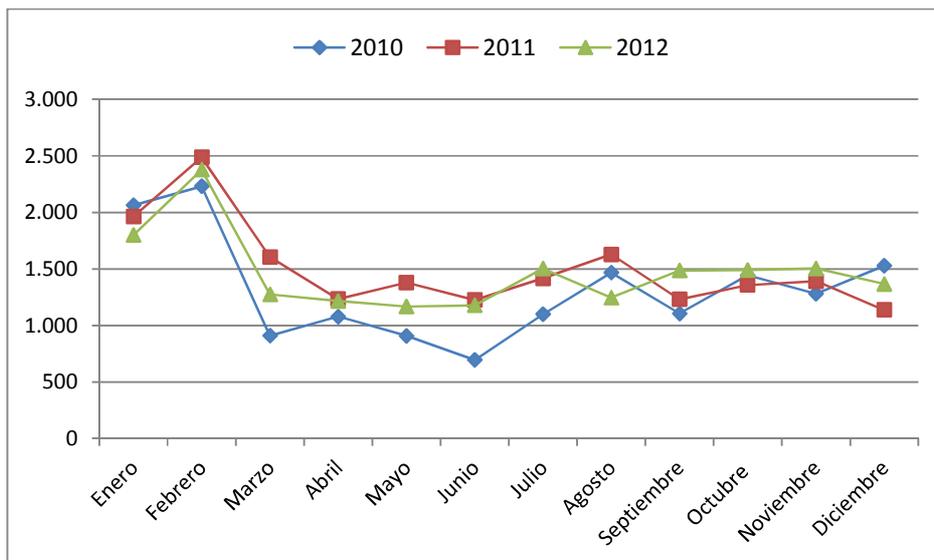


Fuente: elaboración propia del Consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012. SERNATUR

El análisis territorial de la demanda, indica que la situación de la comuna de Ovalle es similar al movimiento regional, la curva presenta una mayor pendiente durante los meses de enero y febrero, congruente con el periodo de verano. Luego disminuye y se mantiene, presentando un leve aumento en el mes de julio, congruente con vacaciones de invierno y a partir del mes de septiembre. Los menores valores en las llegadas se produjeron en los meses de mayo y junio el año 2012.

El siguiente gráfico muestra la curva comunal de la demanda en las llegadas a establecimiento de alojamiento turístico producida entre los años 2010 al 2012.

Gráfico Nº 14. Estacionalidad de las llegadas de pasajeros comuna de Ovalle 2010-2011



Fuente: elaboración propia del Consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2010-2012. SERNATUR.

4.5 Perfil del turista que visita Monte Patria

No existe un registro estadístico de las llegadas de turistas a la comuna de Monte Patria, recién este año se podrá obtener un número, mediante una ficha de registro que se ha entregado a los empresarios. Sólo es posible establecer porcentualmente una aproximación mediante porcentajes entregados por los mismos actores comunales, este porcentaje alcanza un promedio del 72% de ocupación en temporada estival (considerada principalmente entre los meses de enero y febrero) y un 28% en temporada baja.

Mediante la misma fuente otorgada por los actores, es posible establecer que el porcentaje de chilenos y extranjeros, es de un 86% de procedencia nacional, mientras que un 14% correspondería a llegadas internacionales. Estos porcentajes fueron obtenidos mediante una estimación de los propios empresarios, obteniendo un promedio de cada opinión. En este caso Hacienda Juntas y cabañas Tulahuén son los que poseen mayor porcentaje de extranjeros, considerando un estimado de 60% nacionales y 40% extranjeros.

El gasto promedio diario individual principalmente se encuentra entre los rangos de \$15.000 y \$25.000 y en menor grado entre 25.000 y 40.000. Igualmente es necesario mencionar el caso de la Hacienda Juntas que presenta un gasto promedio diario individual que va entre los \$70.000 a \$100.000

En el PLADATUR del periodo 2008- 2012, se realizó una encuesta en temporada estival, la encuesta fue aplicada a 200 turistas mayores de 18 años que visitaron la Comuna, en dicha encuesta no fue registrada la opinión de ningún extranjero, lo que confirma el bajo número de este tipo de turistas en la Comuna. El siguiente cuadro muestra un resumen del perfil del turista que visita Monte Patria.

Cuadro N°27. Perfil del turista que visita Monte Patria

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS QUE VISITAN MONTE PATRIA
El 100 % de los encuestados vive en Chile, no encontrándose durante el periodo estival de toma de muestra a turistas extranjeros.
La procedencia de los turistas es la propia región de Coquimbo (32%), Región Metropolitana (22%), la región de Antofagasta con un 21%, la región de Atacama con un 15%, la región de Valparaíso con un 5% y el 5% restante corresponde a otras regiones.
La permanencia promedio es de 9,6 días
La mayor parte de los turistas que visitan Monte Patria cuenta con estudios superiores (35%) y técnicos (31%). Un 85% de los encuestados trabaja.
Un 50% de los encuestados se encuentra entre los 18 a 35 años, aproximadamente el 40%, se encuentra entre los 35 y 60 años y el 10% restante corresponde a adultos mayores.
El grupo de viaje que visita la comuna de Monte Patria corresponde principalmente a familias de 3 a 5 integrantes 36%, y de más de 5 personas 28%. Un 18,5% viaja con otra persona y el mismo porcentaje viaja sólo.
La principal razón que motiva el viaje de los turistas a Monte Patria corresponde a vacaciones 55%, seguido por visita de familiares y amigos 29%. Esto último se debe a que una parte importante de la población ha debido emigrar de la comuna para realizar estudios o para encontrar mejores oportunidades de trabajo, quienes vuelven con sus familias cada verano a visitar a sus parientes y amigos. Un 12% de los encuestados viaja por motivo de negocios, principalmente vendedores y temporeros, mientras que el 4% de encuestados que contestó que visitaba la comuna por otros motivos, no especificó cuáles eran éstos.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS QUE VISITAN MONTE PATRIA

El principal medio por el cual los visitantes se informaron de la existencia y características de la comuna de Monte Patria, y que posteriormente motivó su visita, corresponde a información de sus parientes o amigos 76%. Un 11% se informó mediante internet, un 5% por medio de una oficina de información turística, un 3% se informó a través de la televisión, un 2% se informó mediante diarios o revistas y el 2% se informó en ferias de turismo.

El medio de transporte más utilizado por los turistas para llegar a la comuna de Monte Patria es el vehículo particular 61%. Lo que se debe a que la comuna presenta accesos pavimentados y en buen estado, que facilitan su tránsito y conectividad con los centros emisores de turistas de la región y del país. Un 36% viajó en bus y un 3% arrendó vehículo.

El tipo de alojamiento más utilizado por los turistas que visitan la comuna se encuentra directamente relacionado con las motivaciones que generaron el viaje, ya que la mayoría de los encuestados señaló que utiliza la casa de algún pariente o amigo para su estadía 41,5%.

En orden de relevancia le sigue:

- Camping (11,5%)
- Residencial (10,5%)
- Otros (8%) hogares para temporeros de la uva, que corresponde a aquellas personas que se encuentran en la comuna principalmente motivados por trabajar en la temporada de cosecha.
- Cabañas (7,5%)
- Arriendo de casa (7%)
- Hotel (6,5%)
- Casa propia segunda residencia (6,5%).

Las actividades más frecuentes que los encuestados realizaron en la comuna de Monte Patria:

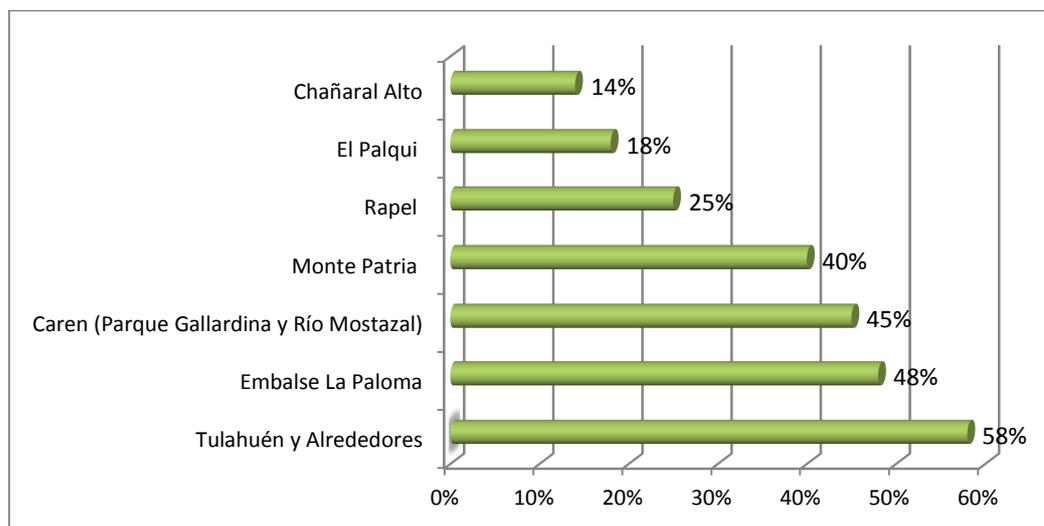
- Bañarse en ríos, lagos y piscinas (89%), siendo la principal los baños en ríos.
- Realizar caminatas al atardecer (80%)
- Compra en ferias locales de souvenir y artesanías (51%)
- Asistencia a eventos o espectáculos, ferias típicas en Monte Patria y festival aniversario de la localidad de Rapel (49%)
- Visitas a sitios históricos y /o petroglifos (4%)
- Evento folclórico (3%)

El gasto promedio de las familias que visitan la comuna es de \$311.000, en un periodo de permanencia promedio de 9,6 días y considerando que el grupo familiar se compone de 4 integrantes aproximadamente. Significa un gasto promedio por persona al día de \$8.100.

Fuente: información encuesta a demanda PLADETUR 2008-2012

Adicionalmente, mediante esta encuesta fue posible medir los lugares más visitados por los turistas, en este sentido se ha considerado a las localidades mayormente mencionadas.

Gráfico Nº 15. Localidades más visitadas en la comuna de Monte Patria



Fuente: información encuesta a demanda PLADETUR 2008-2012

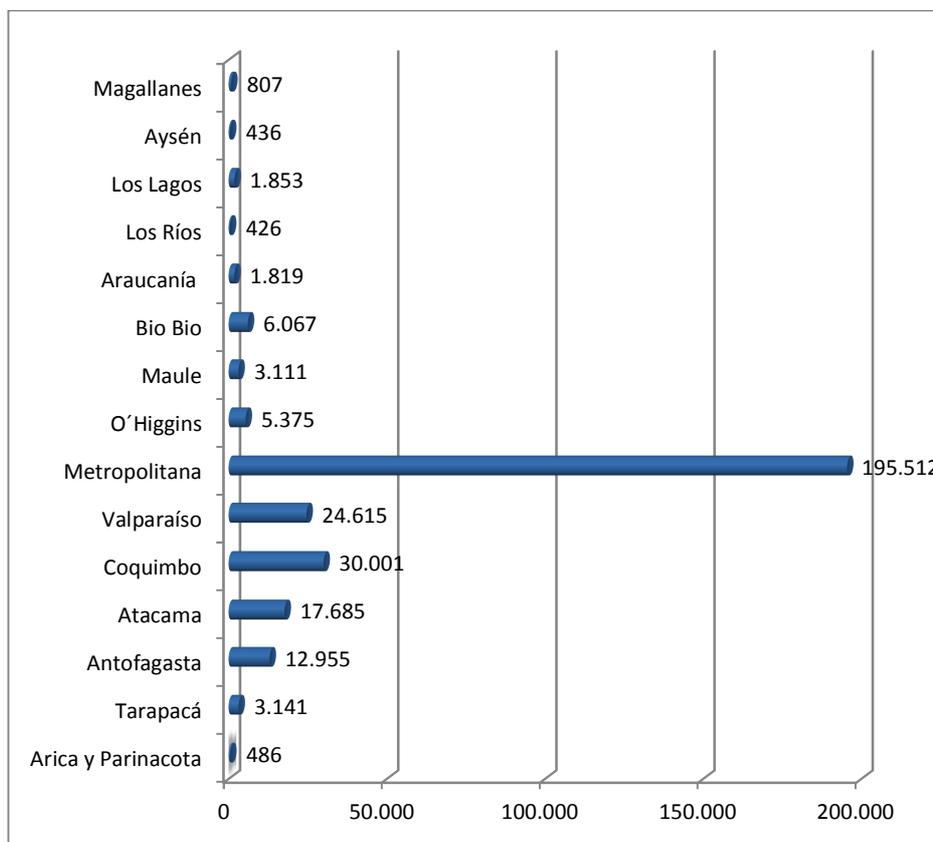
4.6 Demanda potencial, perfil y procedencia de los turistas que llegan a la Región de Coquimbo

En la encuesta aplicada con anterioridad a los visitantes de la comuna de Monte Patria, se les consultó sobre los lugares que habían visitado en su viaje. La mayor parte señaló que había visitado La Serena (72,5%), seguido de Ovalle (68%), el 63% de los encuestados visitó Coquimbo, un 13% Tongoy un 11,5% Guanaqueros. Cabe destacar que sólo un 11% de los encuestados, señalaron haber visitado Vicuña y el Valle del Elqui. Por lo que es posible determinar, que dada las similitudes entre los valles del Elqui y los de Monte Patria, ambos lugares no son zonas turísticas complementarias, como sí lo es la zona costera (La Serena, Coquimbo, Tongoy), con los valles interiores.

Es importante conocer el porcentaje de turistas que visitó Ovalle, como centro de servicios, antes de dirigirse a Monte Patria. Por lo anterior, es relevante determinar un perfil regional de los visitantes que permitirá un acercamiento a los potenciales consumidores del producto, sobre todo considerando que uno de los centros emisores más importantes, es La Serena.

A través de las Estadísticas de Alojamiento Turístico- año 2012 SERNATUR-, es posible obtener el lugar de residencia de los turistas nacionales y extranjeros que llegan a establecimientos de alojamiento turístico en la región.

Gráfico Nº 16. Residencia de los llegadas nacionales a la Región de Coquimbo



Fuente: elaboración propia del Consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012. SERNATUR.

La procedencia de los turistas nacionales, que llegan a establecimientos de alojamiento turístico en la región de Coquimbo, es principalmente de la Región metropolitana, estos representan un 64% del total de turistas nacionales que ingresan a la región. En segundo término, se encuentran los turistas que provienen de la propia región de Coquimbo, que representan un 10%, por concepto de llegadas de turistas nacionales a establecimientos de alojamiento turístico.

El documento Medición y Comportamiento del Turismo Interno 2011, muestra que los turistas chilenos que vacacionan dentro del país, ponen a las ciudades de Coquimbo y La Serena en el tercer lugar a la hora de elegir su destino de vacaciones, con un 4,8% de las preferencias después de “Litoral, Algarrobo, Santo Domingo” y “Valparaíso y Viña del Mar” y de “Santiago y Farellones”.

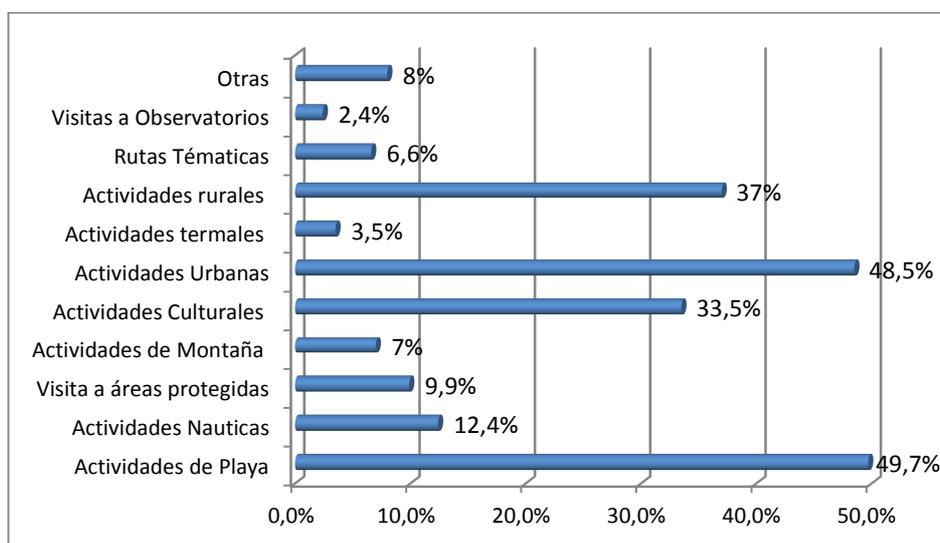
De los diez principales destinos de los turistas nacionales, la Serena y Coquimbo es el que alcanza la mayor permanencia promedio (9,3 noches), además en este destino el gasto promedio del viaje se alza como uno de los más importantes, muy por encima de la media de los gastos realizados en los viajes a lo largo del país.

Por su parte, el Estudio de Turismo Interno Segunda Temporada 2012 (SERNATUR), permite obtener un perfil del turismo nacional que visita la región. En el presente apartado, se expondrá la

información que se considera relevante, para determinar un perfil de los turistas chilenos que están visitando la región, principalmente desde el punto de vista de sus gustos y motivaciones.

- El principal motivo de viaje es vacaciones, descanso y ocio (74,6%)
- Duración del viaje entre 4 y 7 noches (37,5%)
- La principal razón para visitar el destino es porque ahí viven familiares y /o amigos (50,9%), en segundo lugar se ubican los paisajes naturales (34,7%), y en tercer lugar por su cercanía (25,3%).
- Viajan en grupo de dos (32%) o tres personas principalmente (20%). Un 21% prefiere viajar sólo.
- El tipo de alojamiento utilizado, es casas/depto. de familiares y/o amigos con un 58,2%, seguida por cabaña arrendada con un 13,8%.
- El principal medio de transporte utilizado es el bus 53,4%, seguido del auto con un 36% y el avión solo tiene el 11%.
- Un 45,8% utiliza como fuente de información la experiencia de viajes anteriores, un 27% no recurrió a ninguna fuente de información. Por su parte, un 25% recurre a la recomendación de familiares y amigos.
- Las principales actividades realizadas por los viajeros nacionales, son actividades relacionadas a sol y playa y en segundo lugar actividades urbanas, a continuación se señalan en el siguiente gráfico:

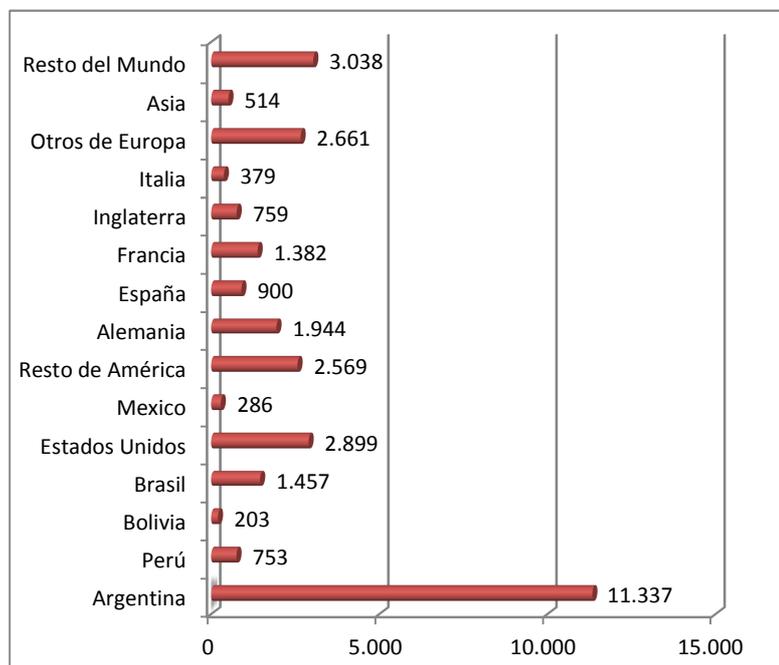
Gráfico Nº 17. Principales actividades realizadas en la Región del Coquimbo por el turista nacional



Fuente: elaboración propia del consultor en base al documento Turismo Interno segunda Temporada 2012. SERNATUR

- En cuanto a los principales destinos visitados, se encuentra Coquimbo y La Serena (67,9%), **Ovalle y Parque Nacional (11,7%)**, Los Vilos y Pichidanguí (10%) y Valle del Elqui (10%)
- Finalmente, el mayor porcentaje presenta un gasto per cápita es entre \$100.000 y \$200.000 durante toda la estadía (31,8%) y en segundo lugar presenta un gasto per cápita entre \$60.000 y \$100.000 (31,4%).

Gráfico N° 18. Residencia de los turistas extranjeros que llegan a la Región de Coquimbo



Fuente: elaboración propia del Consultor en base a Estadísticas de Alojamiento Turístico. Año 2012. SERNATUR.

En cuanto a la residencia de los turistas extranjeros, el país que presenta mayor flujo de llegadas a la región es el correspondiente al mercado argentino, que representa un 36% del total de turistas extranjeros ingresados durante el año 2012. Igualmente importante, es el mercado de Estados Unidos, que presenta un flujo emisor de turistas que alcanza las 2.899 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico en la región, un 9% del total de extranjeros. Entre los países europeos, los principales emisores de turistas es el mercado de Alemania (6%) y Francia (4%).

El Estudio Perfil del turismo Receptivo año 2011 (SERNATUR), permite obtener ciertos parámetros del turista extranjero que visita Chile, según los destinos más visitados.

- Del total de turistas que visitan Chile, los que visitan el destino La Serena/ Coquimbo sólo alcanza un 3,3% del total de extranjeros entrevistados. Alcanzando el lugar 11 entre los destinos más visitados.
- Un 5% de los turistas que visitan Chile por motivo de vacaciones, prefiere el Destino la Serena / Coquimbo, ubicándose en el lugar 11 de los destinos preferidos.

No obstante en antecedentes anteriores, se encuentra el estudio Perfil del Turista Extranjero según los 11 Destinos Visitados durante su viaje por Chile 2009-2010, permite obtener un perfil de los viajeros extranjeros que visitan la región de Coquimbo más específico, considerando en este caso el destino La Serena/ Coquimbo/ Valle del Elqui. Entre las características principales se encuentra:

- Su principal motivo de viaje son Vacaciones (65%) y visita a familiares y a amigos (19,8%).
- Un 40% de los turistas ya ha estado antes en la Región.

- El principal medio para enterarse del destino es internet (38,6%) e información por medio de parientes y amigos (35,7%).
- Los principales rangos etáreos los componen los turistas entre 25 a 34 años (34%) y 25 a 44 años (24%).
- El tipo de alojamiento preferido por los turistas es el Hotel y similares (63%), mientras que un 27% de los turistas se hospeda en casa de familiares o amigos.
- Un 83% de los turistas prefiere los Restaurantes al momento de escoger un sistema de alimentación.
- Un 96% no utiliza un paquete turístico para venir a Chile
- Las actividades que prefieren los turistas son las relacionadas a la Playa⁵³ (54%) y actividades Urbanas⁵⁴ (51%).
- Las actividades relacionadas a la Naturaleza⁵⁵ alcanza un 46% de las preferencias.
- En cuanto gasto promedio diario individual⁵⁶, se exponen los principales mercados en montos aproximados, según estadísticas a nivel nacional.
 - Argentino: 35,6 dólares
 - Perú: 50,3 dólares
 - Brasil: 91 dólares
 - Estados Unidos: 84,1 dólares
 - Alemania: 57,9 dólares
 - España: 64,2 dólares
 - Francia: 62,7 dólares
 - Inglaterra: 74,9 dólares
 - Asia: 79,4 dólares

4.6.1 Turistas potenciales que podrían visitar Monte Patria

Como se señaló anteriormente, no existe un estudio específico que determine el perfil potencial del turista. No obstante, es posible extraer información desde el estudio de Identificación y Puesta en Valor Turística para la Región de Coquimbo SERNATUR 2007, donde se señala que la vocación productiva del Limarí se orienta fundamentalmente a la agricultura y que los atractivos turísticos valorizados.

La demanda la compone fundamentalmente excursionistas (visitantes por el día). Debido a las distancias relativamente cortas, las pernoctaciones del segmento medio y medio alto que recorren la provincia de Limarí, por razones de trabajo, se radican en establecimientos de la provincia del Elqui.

El desarrollo agrícola ha sido capaz de generar condiciones de demanda propia para sustentar una oferta de alojamiento y alimentación de cierto nivel y presenta algunas características de singularidad que permiten visualizar su integración a rutas temáticas, tanto en pisco y vinos, como relacionado con la producción del agro ligada a tecnologías de riego que han permitido este desarrollo, lo que diversifica la oferta turística regional y contribuiría a re potenciar el área.

⁵³ Playa: Actividades y deportes de playa y acuáticos.

⁵⁴ Urbanas: Visita a museos, centros históricos, city tour.

⁵⁵ Naturaleza: Visita a áreas protegidas, actividades de ecoturismo, observación de paisajes, flora y fauna.

⁵⁶ Perfil extranjero. Temporada Alta 2010.SERNATUR

De acuerdo a los análisis anteriormente realizados los segmentos de mercado que sin duda podrían ser turistas potenciales.

- Turistas propiamente tales, que viajan a La Serena y Coquimbo y visitan la Comuna de Ovalle por vacaciones, conocimiento, práctica de actividades turísticas y otras similar. En este sentido se profundizará en el perfil de turistas interesados en el turismo rural
- Adultos mayores que practican el turismo de tercera edad.

En el mediano y/o largo plazo, dependiendo de la iniciativa dinámica de los empresarios turísticos de la zona, a medida que se pongan en valor y consoliden los atractivos turísticos del área, la Comuna de Monte Patria debiera recibir también otros segmentos de turistas que se agregarían a los flujos de visitantes, estos pueden ser asociados a los que debiera recibir el Casino de Juegos y las instalaciones adicionales que incluye este Proyecto:

- Turismo de negocios: hombres de negocio que visitan la zona por motivos laborales.
- Turistas interesados en la realización de TIE, orientando su interés al turismo enológico y del Pisco.

Los segmentos de demanda antes mencionados presentan las siguientes características y necesidades:

A. Turistas y vacacionista (turismo rural)

Este segmento de turistas está formado por aquellas personas que hacen uso de sus períodos de descanso y vacaciones, y que dependiendo de sus motivaciones, van a elegir un determinado destino y diferentes productos turísticos, en este caso, preferentemente sitios y atractivos culturales y naturales que permitan actividades en pleno contacto con las tradiciones y la naturaleza (turismo rural, agroturismo, ecoturismo, entre otros).

En el curso de las dos últimas décadas, a nivel mundial los productos turísticos se han segmentado considerablemente, de acuerdo a las motivaciones de los turistas y de ahí que muchos tipos de turismo hayan surgido de las necesidades y motivaciones del segmento vacacionistas. El perfil promedio de un turista que busca distintas actividades turístico-recreacionales, relacionadas con el ocio, durante su estadía de vacaciones, de acuerdo a su lugar de procedencia, segmento social y nivel socio económico es el siguiente:

Su procedencia de acuerdo al lugar de residencia (mercado emisor) puede ser:

Local: Personas que habitan en lugares cercanos, que convive con los atractivos pero realizan pocas actividades turísticas o recreativas en torno a ellos.

Regional: Personas que habitan en la región o en regiones vecinas.

Nacional: Este mercado es bastante amplio ya que si se desarrollan productos de calidad y con un grado importante de exclusividad o singularidad podrían generar desplazamientos desde otras ciudades alejadas del país, existiendo un gran potencial en los mercados ubicados en la Región Metropolitana.

Internacional: Para este segmento, los productos turísticos deben orientarse básicamente a mercados de larga distancia, quienes realizarían un viaje a esta región del país, siempre y cuando se ofrezca un producto turístico de calidad (relación sustentabilidad, precios y servicios). El turista proveniente de mercados lejanos desea un producto con identidad propia que en ningún lugar del mundo lo va encontrar y con un servicio adecuado a sus necesidades.

Al ser tan amplio este mercado, son numerosos los atractivos que pueden satisfacer sus necesidades turísticas, para poder profundizar en este perfil, y determinar el que podría visitar Monte Patria, se ha concentrado en el Perfil del turismo rural.

El **Turismo Rural**, es el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en contacto con la naturaleza, en sectores rurales explotados y trabajados por el hombre o en pequeñas localidades pobladas, para apreciar la vida en el campo, sus costumbres, tradiciones y formas de producción.

Es también una alternativa de turismo de naturaleza, pero se diferencia del Turismo de Aventuras, fundamentalmente porque éste busca sectores rurales que en lo posible no hayan sido intervenidos ni explotados, para la práctica de actividades, en lo posible acompañadas de adrenalina, que implican alguna forma de desafío, esfuerzos especiales y algún conocimiento o aptitud para practicarlas. Es por tanto una actividad abierta a cualquier tipo de público, independiente de su edad y condición física, y sólo requiere tener interés por conocer el agro, las actividades y funciones que en él se realizan o las formas de vida de las comunidades campesinas, en lo posible en directo contacto con sus habitantes.

Pertenece a ésta categoría el Agroturismo, el Turismo Deportivo, el Turismo Cultural y Etnográfico y el Ecoturismo:

- **Agroturismo:**

Está relacionado con el conocimiento y la participación activa del visitante en las actividades agropecuarias, como por ejemplo, ordeñas, elaboración de quesos, mermeladas, participación en las cosechas, etc. Además de estas actividades, el visitante puede utilizar los servicios de alojamiento y alimentación ofrecidos dentro de la propiedad agrícola.

- **Turismo Deportivo:**

Consiste en cualquier tipo de actividad deportiva realizada en un entorno rural como es el caso del ciclismo, pesca deportiva, caza, rodeo, etc.

- **Turismo Cultural:**

Se refiere al tipo de turismo que se basa en la utilización de los recursos culturales históricos que posee un determinado lugar, y que se orientan a la preservación y conocimiento de estos recursos. Ejemplos de este tipo de turismo son las visitas a sitios de interés arquitectónico, visitas a museos, centros culturales, etc.

- **Turismo Etnológico**

Busca el conocimiento de las razas ancestrales que ocupan un territorio, sus costumbres y tradiciones.

- **Ecoturismo:**

Implica la realización de viajes medioambientalmente responsables, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación del lugar y sus recursos, por lo que tiene un bajo impacto ambiental y proporciona paralelamente un beneficio socioeconómico a la población local.

El turismo rural se relaciona directamente con el turismo sostenible, concepto que se define como “la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras, para satisfacer sus propias necesidades”⁵⁷, respetando y cuidando la comunidad local, para mejorar la calidad de vida de la población, minimizar la destrucción de los sitios y sus recursos y cuidar la capacidad de carga de cada lugar y atractivo.

El turismo rural ha surgido con bastante fuerza a nivel mundial, como una alternativa al turismo tradicional. Es un tipo de actividad que presenta características ecológicas, es decir, se basa en la preservación y concientización tanto ambiental como cultural, temas que hoy en día han tomado gran importancia social y han generado una actitud de respeto y cuidado por el entorno y los ecosistemas naturales, como respuesta a los problemas medioambientales que afectan a la humanidad, derrames de petróleo, extinción de especies, el gran agujero de la capa de ozono, entre muchos otros.

El Estudio “Plan de Desarrollo e Inversión para Potenciales Centros Turísticos Rurales en la Región de Coquimbo”, obtenidas del Estudio de Población Flotante para la Zona Costera de la IV Región, se mencionan las siguientes cifras para determinar un perfil de los visitantes que llegan hasta esta zona y reflejan las siguientes características generales:

- Casi un 80 % de los visitantes prefirió pernoctar en casas de arriendo y sólo el 20 % prefiere los servicios de alojamiento turístico establecidos.
- De ellos un 2,5 % eran extranjeros que visitaban la región durante la alta temporada, de los cuales más del 60% provenía de Argentina.
- El 97,5 % eran chilenos y de ellos, más del 60% provenían de Santiago, lo que expresa claramente la fuerte dependencia del turismo regional respecto del mercado interno nacional, particularmente la Región Metropolitana.

Este estudio concluye que la mayoría de este tipo de público corresponde al perfil de vacacionistas de verano, y que una quinta parte de ellos puede ser identificado con el perfil de turista rural propiamente tal, un porcentaje de los cuáles puede haber sido atraído o podría interesarse en el futuro, por las ofertas regionales de turismo rural en Monte Patria.

B. Tercera edad

En Chile, este segmento de turistas se ha ido paulatinamente transformando en un consumidor importante de servicios turísticos, ya que el factor tiempo representa una variable que permite a estos viajeros realizar actividades turísticas durante todo el año, siendo sus principales limitaciones su capacidad de gasto.

⁵⁷Pérez de la Heras, M

En países desarrollados donde la tasa de población de adultos mayores es bastante alta, se ha generado un importante encadenamiento de servicios para satisfacer sus necesidades, existiendo incluso productos e instalaciones especialmente desarrollados para este grupo etéreo.

En los últimos años, y reconociendo esta realidad, el Servicio Nacional de Turismo, ha impulsado fuertemente la actividad turística en este segmento de la población, a través de su programa “vacaciones para la tercera edad”, con excelentes resultados, tanto para los clientes como los empresarios turísticos regionales que se han incorporado a esta nueva oferta .

Los requerimientos que plantea este grupo y que hay que satisfacer con productos y servicios de calidad, se dividen en dos tipos: básicos y complementarios.

Las necesidades básicas son aquellas relacionadas con la salud y que en este segmento es considerado fundamental para tomar la decisión de viajar y elegir el lugar y las instalaciones apropiadas al respecto. La salud se concentra en aspectos tales como: alimentación, seguridad, facilidades de acceso, confort, primeros auxilios, nivel de exigencia de las actividades y transporte. Estos factores de decisión de compra comprometen seriamente el tipo de producto y servicio que ellos desean comprar o recibir.

Las necesidades complementarias se encuentran relacionadas con actividades que le generen un enriquecimiento en su experiencia de viaje, como la diversión, la recreación y la educación.

Una característica de este turismo es que las personas viajan en grupos, acompañadas por personas de su misma edad. Dependiendo de los atractivos turísticos del destino y del segmento socioeconómico del grupo, su nivel de gasto en servicios básicos como alojamiento, alimentación y transporte puede ser interesante

Este segmento busca conocer y aprender de los lugares que visita, no sólo a través de un recuerdo o la compra de un souvenir, sino a través de la experiencia y de la interacción entre ellos y la comunidad local, en este caso la Comuna de Monte Patria presenta atractivos actuales y actividades experienciales tentadores para este tipo de turista. A pesar de la edad, son activos e inquietos y buscan comprender el entorno y culturizarse con la visita al lugar.

El viaje es planificado con bastante antelación se realizan a través de un paquete o programa turístico programado. Es decir, no buscan la libertad de desplazamiento, sino que prefieren, por un tema de seguridad, estar siempre organizados y en grupo, por lo que delegan muchas responsabilidades en los coordinadores o guías del grupo de viaje.

La duración de sus viajes, también es importante, ya que lo hacen en promedio por siete días, es decir una semana. Viajes prolongados les puede afectar a su salud y por el contrario muy corto no alcanzan a disfrutar y a interiorizarse del producto que ellos buscaban y también les afecta a su salud. Un error grave que se ha demostrado en países que están recién trabajando con este grupo, es mezclarlos con otros segmentos de edades. Este segmento es cerrado al respecto y se siente incómodo con personas que tengan otros intereses y motivaciones.

El programa que ha venido desarrollando SERNATUR desde el año 2001 está dirigido a chilenos de 60 años o más además de jubilados y pensionados, aunque estos no tengan aún los 60 años que exige el programa. Pretende incentivar el turismo interno en función de las necesidades de esparcimiento del adulto mayor, por lo que son importantes las oportunidades recreacionales que se ofrecen en el destino, como son los casinos.

Uno de sus mayores beneficios para los destinos y empresarios que se han incorporado a este programa es la reducción de la baja estacionalidad y una mayor ocupación de los establecimientos turísticos locales durante los periodos de menor demanda.

El paquete que se ofrece incluye siete noches de alojamiento en establecimientos de 3 ó 4 estrellas, desayuno, almuerzo y cena, traslados, city-tour, programa de animación y actividades, servicio de asistencia médica, seguro de asistencia en viaje y tasas de embarque. El traslado es a elección del pasajero (aéreo, bus o tren).

C. Turistas de intereses especiales interesados en realizar turismo enológico y del pisco

Al ser tan amplio este mercado, son numerosos los atractivos que pueden satisfacer sus necesidades turísticas, para poder profundizar en este perfil, el estudio Asesoría especializada en el levantamiento de información del valor potencial de los negocios turísticos asociados a la astronomía y al turismo productivo alimentario en la Región de Coquimbo- CORFO 2010, permite obtener una visión del mercado actual y las características del visitante, poniendo especial énfasis en el turismo enológico. Además en este estudio, se señala que Coquimbo no es una Región muy conocida por el cultivo de vino comparado con los valles vitivinícolas de la zona central del país, aunque posee viñas importantes en los valles de Elqui y Limarí.

En la encuesta que se realizó para el estudio, se denota que el enoturismo es una actividad menos practicada por visitantes a la región, solo un 4% de los turistas que fueron encuestados habían tomado un tour a una viña, aun cuando la mayoría de los turistas dice tener conocimiento de su existencia y un 47% dice haber consumido vino de la región durante su estadía. La demanda por enoturismo en la región aumentará en la medida en que las propias viñas mejoren su posicionamiento y ventas tanto en el mercado nacional como internacional.

El estudio permite determinar un perfil del turista actual, que presentan las características del turista chileno y extranjero que visita la Región de Coquimbo, parámetro interesante ya que especifica los interesados en la práctica de enoturismo.

Cuadro N°28. Perfil del turista interesado en turismo alimentario y Enoturismo

ITEM	CHILENOS	EXTRANJEROS
Características	Edad: 31 a 60 años, hombres y mujeres, profesionales, NSE: en su mayoría C2 seguidos por ABC1 y C3, procedentes principalmente de Santiago.	Edad: 31-60 años, hombres y mujeres, profesionales, NSE: ABC1, C2 procedentes principalmente de Norteamérica, Europa y Argentina.
Motivo de Viaje	- Sol y Playa (octubre a abril) - Descanso – recreación (marzo a sept.) - Conocer la Región	- Sol y Playa (Argentinos) - Conocer la Región - Conocer Valle de Elqui

ITEM	CHILENOS	EXTRANJEROS
	- Conocer Valle de Elqui	
Estadía	- Vacaciones de Verano: más de 7 días - Feriados: 2 a 5 días	Viajan a Chile por aprox. 15 días y a la Región de Coquimbo por 2 a 4 días.
Detalles del Viaje:	Han visitado la Región en varias ocasiones, tienden a viajar en grupos de 3 – 5 personas (familia o amigos), se alojan en hoteles y cabañas (especialmente en verano) usan auto propio.	Primera o segunda vez en Chile, tienden a viajar con su pareja o con amigo/s, se alojan en hoteles y usan un auto arrendado. Un menor porcentaje visitan en grupo turístico.
Lugar de Alojamiento:	La Serena, Valle de Elqui y otros lugares como Coquimbo, Tongoy, Pichidangui.	La Serena, Valle de Elqui
Atractivos Visitados:	La Serena, Valle de Elqui, Museo G. Mistral.	Principalmente atractivos naturales (valles, parques, ríos) y culturales (pueblos, museos, viñas).
Actividades Realizadas:	Tour a un observatorio astronómico y/o a una pisquera, caminatas, bicicleta/cabalgata.	Tour a un observatorio astronómico y/o una pisquera, caminatas, bicicleta/cabalgata.
Interés en Enoturismo	1. Turistas con “interés especial” en visitar una viña “de la Región”. 2. Aficionados. 3. Turistas que considera una visita a una viña entretenida, como parte de su panorama de vacaciones.	
Realización de Enoturismo en otro lugar:	Aficionados – visitas a varias viñas de Chile y Argentina y posiblemente de EE.UU. o Europa. Turistas – visita a una/dos viñas de Chile.	Aficionados – visitas a varias viñas principalmente de EE.UU., Europa y Chile. Turistas – visita a una/dos viñas anteriores de EE.UU. o Europa
Servicios complementarios a una actividad de turismo productivo alimenticio: En orden de importancia:	- Charlas técnicas sobre el cultivo de vino. - Servicios de alimentación (restaurante, cafetería). - Tienda de souvenirs. - Aplicaciones y/o zonas tecnológicas para dispositivos móviles referentes a la visita. - DVD, fotografía referente a la vista. - Alojamiento (Bed & Breakfast).	- Charlas técnicas sobre el cultivo de vino. - Servicios de alimentación (restaurante, cafetería). - Alojamiento (Bed & Breakfast). - Tienda de souvenirs. - Aplicaciones y/o zonas tecnológicas para dispositivos móviles referentes a la visita. - DVD, fotografía referente a la vista.
Disposición respecto a precio de una actividad turismo alimenticio:	Turistas - Oferta sencilla: \$10.000 Aficionados - Oferta elaborada: \$20.000	Turistas - Oferta sencilla: \$20.000 Aficionados - Oferta elaborada: \$50.000
Medios de información turística utilizados:	Visitas anteriores · Familiares/amigos/conocidos · Internet	· Internet · Agencias y Guías de Turismo · Familiares/amigos/conocidos

Fuente: consorcio Alianza Creativa- Marketek Consulting. Consultoría para CORFO. 2010.

El mercado potencial de los productos turismo enológico y del pisco, son principalmente turistas extranjeros que poseen un alto interés y muy buenas referencias del vino y pisco chileno y que

cuentan con un mayor poder adquisitivo que el chileno medio. Los mercados principales son los provenientes de Europa y Estados Unidos. Ellos están dispuestos a pagar más por obtener un servicio Premium.

Turistas nacionales principalmente de alto poder adquisitivo. Son en su mayoría profesionales que trabajan en cargos de relevancia en empresas medianas y grandes. También se registra un alto número de empresarios independientes.

Además de los consumidores individuales, este tipo de turismo es potencial para las personas que llegan por negocios a la región, donde medianas y grandes empresas podrían realizar sus convenciones y reuniones en dependencias de viñas y pisqueras especialmente habilitadas para estos efectos.

D. Turismo de Negocios

Los viajes de este segmento están condicionados por la rapidez, la necesidad de optimización del tiempo y las exigencias propias de su actividad en el destino, lo que exige alta capacidad de planificación, uso de relaciones sociales para la concreción de los negocios, calidad de las instalaciones utilizadas y posibilidades de adaptación a distintos medios y entornos (ciudades, hoteles, restaurantes, etc.).

Este tipo de turistas presentan necesidades muy particulares por el tipo de viajes que realizan y requieren de una infraestructura turística que reúna algunas condiciones especiales para poder realizar adecuadamente sus actividades laborales. Sus necesidades se distribuyen en dos ejes centrales: servicios para un trabajo exitoso y servicios para el descanso y la relajación.

Los servicios para un trabajo exitoso requieren:

- Medios de comunicación básicos y tecnológicos (computador, Internet o Wifi, fax, mail, teléfono discado directo).
- Medios de transporte rápidos y eficientes (arriendo de auto, taxis, transfer).
- Medios que faciliten la presentación personal y laboral (lavandería, planchado).
- Medios que ayuden a la atención a sus clientes

Los servicios para el descanso y la relajación implican:

- Habitaciones agradables y cómodas (amplias, buen baño, calefacción y aire acondicionado, lugar de trabajo, conexión a Internet o Wifi)
- Espacios para la relajación y el esparcimiento (spa, gimnasio, piscina, sauna, casinos, sala de juegos, etc.)
- Espacios para el contacto social nocturno (bar, piano bar, pubs, restaurantes)

E. Visitantes del Casino de Juegos

El Casino de Ovalle aún se encuentra en proyecto, pero mediante la experiencia del Casino de Coquimbo y particularmente en la macro comuna Coquimbo-La Serena, ha quedado de manifiesto dos situaciones relevantes:

- Por un lado, el casino se ha consolidado como un icono del turismo regional, constituyéndose en uno de los más importantes componentes de la oferta turística local.
- Por otra parte, a pesar de lo anterior y por razones de distancia, el casino no constituye necesariamente un atractivo que capte por sí solo turistas hacia la Región, al menos desde regiones alejadas. Sin embargo, pasa a constituir un atractivo importante, para quienes llegan a la Región.

En otras palabras, los turistas no viajan desde la Región Metropolitana o desde otras regiones del país, excepto tal vez desde la Región de Atacama, hasta Coquimbo o La Serena, exclusivamente con el objeto de jugar en el casino. Sin embargo, al visitar esa zona por otras motivaciones, es relativamente frecuente que los turistas acudan a ese establecimiento, atraídos por el juego de azar u otras alternativas recreacionales (espectáculos, gastronomía, etc.). Esta situación es válida tanto para quienes llegan por vacaciones y turismo o lo hacen por razones laborales (turismo de negocios).

Sin embargo, suele ocurrir que muchas personas que viajan por vía terrestre y medios propios a destinos ubicados al norte de la IV Región, pernoctan en Coquimbo o La Serena con el exclusivo fin de jugar una noche en este Casino.

Sin duda que la distancia a que se encuentra esta Región de las demás regiones del país, sumado a la existencia de casinos en otras localidades (Viña del Mar, Arica e Iquique), circunscriben el mercado del Casino a la población regional, a algunos segmentos de la Región de Atacama y a algunos grupos de turistas que llegan o pasan por la Región de Coquimbo.

Aun cuando el Casino de Coquimbo no tenga capacidad para atraer por sí solo flujos importantes de visitantes hacia la Región, es significativa su contribución al desarrollo local y a la ocupación de la oferta turística de Coquimbo-La Serena.

En ese sentido, es indudable que la asistencia de los turistas al Casino de Juegos tiende a extender al menos por una noche su permanencia en la zona, especialmente en el caso de quienes llegan por motivos laborales, elevando las tasas de ocupación de habitaciones y el consumo de otros servicios turísticos relacionados con la gastronomía, el esparcimiento y el transporte local, y en consecuencia, su gasto en la Región.

En consecuencia los Impactos positivos para la actividad turística es posible enumerarlas en el siguiente resumen de lo expuesto en el estudio.

1. La construcción del Casino de Juegos involucra un mejoramiento de la accesibilidad ya sea en términos físicos como señaléticas. Asimismo, el turista que arriba a Ovalle, es relativamente poco estacional, por lo que traduce en un mejoramiento de la competitividad al ampliar el mercado de negocios y el vacacional.
2. La puesta en marcha de un casino de juegos mejorará la atractividad turística del territorio, por lo que genera importantes externalidades al comercio local general y turístico.
3. La construcción de un casino de juegos como oferta turística complementaria a la ya existente, va permitir generar un flujo turístico más permanente en el territorio, ya que su

funcionamiento es anual y no está condicionado por atractivos turísticos estacionales. Así entonces va impactar positivamente en la llegada de turista y con eso se espera disminuir la estacionalidad existente.

4. El Casino generará una oferta complementaria de productos y servicios turísticos que van a enriquecer el portafolio de la oferta comunal, reforzando la imagen turística en torno a productos TIE como el pisco y el vino.
5. Se van a generar una serie proyectos complementarios o anexos los cuales van a permitir encadenarse a la oferta principal de casinos. Asimismo, los casinos serán un punto de encuentro de la demanda con la oferta comunal, provincial y regional.
6. La promoción e imagen del territorio se va haber reforzada con el desarrollo de este proyecto, ya que va ampliar y mejorar la oferta turística local y aportará al desarrollo promocional turístico de ésta.

5. CONCLUSIONES

La complementación e integración de los capítulos anteriores, donde se estudia el territorio desde la mirada marco a partir de los documentos e información derivada de la intervención de distintos estamentos en su desarrollo, además, de contar con la visión de la propia comunidad a través de un proceso de participación, permite establecer una primera mirada global de los aspectos a considerar en las siguientes etapas de elaboración del PLADETUR.

Lo anterior, se deriva en el siguiente cuadro donde se exponen las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del destino en conjunto, para el logro del objetivo mayor que es ser un destino turístico.

5.1 Análisis FODA

Cuadro N° 29. Análisis Foda.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El área que comprende La Comuna de Monte Patria presenta atractivos turísticos naturales, que pueden ser puestos en valor. • Presencia de cinco valles en cortas distancias, con ríos que son atractivos durante temporada estival • Existe motivación por parte de empresarios en el ámbito productivo, en visualizar al turismo como otra alternativa de desarrollo. • Existe oferta turística incipiente, que puede ser potenciada en la medida que el turismo se vaya potenciando. • Existe un departamento de turismo, comprometido con la actividad turística. Un departamento que ha sido bien evaluado por la propia comunidad y actores. • Cuentan con una oficina de turismo, que otorga información al turista. • Existencia de instrumentos regulatorios que permiten una planificación Comunal. En dichos documentos se señala la importancia del desarrollo turístico como actividad económica en un territorio con potencialidades. • Existencia un producto turístico como es la rutas Patrimonial, aun así esta ruta se encuentra en la topografía pero no se encuentra con señalización. • Existencia de la Ruta Valles Escondidos que une a 11 empresarios turísticos en torno a un producto. • Existencia en la comuna de La Hacienda Juntas, única hacienda con sello de Calidad turística, como hacienda de lujo. • Existe transporte público constante hacia la Comuna. 	<ul style="list-style-type: none"> • En la comuna existe escasas de atractivos turísticos actuales. Los atractivos de mayor jerarquía son El Embalse La Paloma y El Parque Ecológico la Gallardina, de jerarquía regional. • Existe escasas de servicios, siendo Ovalle el centro de servicios más cercano. • Fuerte estacionalidad de los servicios, luego estos funcionan principalmente previa reserva vía telefónica • Falta de servicios de alojamiento y calidad en los mismos, que permitan una mayor estadía de los visitantes. • No existen estadísticas. • Falta de servicios de alimentación de calidad, donde exista preocupación por el rescate identitario y teniendo cuidado en los detalles de presentación de los platos. • Los establecimientos de alimentación no poseen días y horarios establecidos de apertura. Funcionan más bien a reservas telefónicas. • El territorio tiene cobertura telefónica en toda su extensión, pero no de todas las compañías de teléfono, lo que hace deficiente la comunicación. • Asociatividad deficiente debido al desconocimiento y mal concepto de la actividad turística y de casos exitosos de Turismo comunitario. • Existe un desconocimiento de los canales de comercialización del turismo. • Falta de motivación, perseverancia y organización para lograr administrar las unidades de negocio que se han intentado formar en las comunidades.

	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de problemas de basura en la Comuna. • Señalética inexistentes en las vías de accesos y hacia los emprendimientos turísticos. • Falta de Información Turística sobre el territorio o Centro de Información turística en la comuna aledaña de Ovalle.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Poniendo en valor La Comuna de Monte Patria, es posible captar al mercado que visita Combarbalá y Ovalle como potenciales mercados. • La Ruta que une a Ovalle y Combarbalá es una ruta de transito turístico, que puede motivar a turistas a detenerse en la Comuna con una oferta turística organizada. • Posibilidad de atraer al mercado que visita La Serena y Coquimbo hacia el Valle del Limarí como producto paralelo a Valle de Elquí. • La Puesta en marcha de un Casino de Juegos puede, atraer a otros mercados de interés, como el turismo de negocio o turismo enológico y del Pisco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amenaza de las mineras que operan o que esperan operar en la Comuna, y posibilidad de contaminación de los Ríos o Disminución del recurso agua producto del impacto de las explotaciones mineras. • Gestión deficiente de los desechos y materias toxicas provenientes de las mineras, amenazando el medio ambiente y por ende la actividad turística. • La no promoción de Territorio ocasiona que el flujo de turistas que visita Ovalle o Combarbalá, no conocen de la serie de actividades asociadas al turismo rural presentes en la comuna, lo que fomenta que el territorio sea un lugar de paso. • La sequía impacta de diferentes formas; pudiendo ser directas e indirectas, simples o acumulativas, inmediatas o tardías, algunas afectan de forma permanente a grandes extensiones, otras en forma semipermanentes y algunas en forma aislada. Los impactos fundamentales que se producen como consecuencia de la ocurrencia de una sequía son del tipo económico, social y ambiental

Fuente: elaboración propia DTS Consultores Ltda.

6. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

6.1 Imagen Objetivo Turística

A partir de los apartados anteriores, se generarán distintas nociones de lo que debe proyectar el territorio, para finalmente poder alcanzar la condición de ser un destino turístico de calidad mediante la ejecución de los planes, programas y proyectos que se propongan para la Comuna de Monte Patria.

Entre los conceptos más emblemáticos, captados a través de las distintas instancias de participación y a la apreciación personal de los consultores a cargo de este estudio, se encuentran los siguientes:

Naturaleza (Paisaje Rural), patrimonio arqueológico, cielos limpios (Astronomía), patrimonio vivo.

Estos elementos reflejarían la **Identidad Propia** de las distintas comunidades pertenecientes al territorio, por lo que a continuación se presenta la imagen objetivo turística, resultado de las distintas fases metodológicas del estudio y que se transforma en la declaración de intenciones del territorio, que guiarán el trabajo en el corto, mediano y largo plazo, mostrando estos conceptos a través de un mensaje certero que acompañe el desarrollo de Monte Patria en cada una de sus intervenciones, relacionadas directa e indirectamente con el turismo.

DESARROLLAR, IMPLEMENTAR Y POSICIONAR LA COMUNA DE MONTE PATRIA A NIVEL PROVINCIAL Y REGIONAL COMO UN TERRITORIO DONDE LA NATURALEZA RELACIONADA CON SUS VALLES, RÍOS, FAUNA Y LA CORDILLERA, SE VINCULA CON EL MODO DE VIDA DE SUS HABITANTES; LAS FAMILIAS, SU TRABAJO, COSTUMBRES Y TRADICIONES, QUE MUESTRAN UN PATRIMONIO TANGIBLE E INTANGIBLE CAPAZ DE ENTREGAR EXPERIENCIAS EN TORNO A LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES, LAS QUE ESTÁN LIGADAS CON LAS VENTAJAS COMPARATIVAS DEL TERRITORIO, QUE SE SOSTIENE EN TORNO A LOS PETROGLIFOS LAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE, TRADICIONES, PRODUCTOS LOCALES, PATRIMONIO VIVO, CIELOS LIMPIOS Y CONTACTO CON LA COMUNIDAD. LO ANTERIOR, ES FACTIBLE REALIZARLO BAJO UNA GESTIÓN ASOCIATIVA DE LOS 5 VALLES, TANTO DE LOS SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS COMUNALES COMO DE LA PROVINCIA DEL LIMARÍ, QUE FOMENTEN EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN EN POS DEL FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA, LOGRANDO QUE SE AVENDIBLE A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE LLEGAN A LA REGIÓN DE COQUIMBO. ESTA IMAGEN PERMITIRÁ PROYECTAR LA COMUNA COMO UN DESTINO SINGULAR, COMPETITIVO Y SOSTENIBLE.

La imagen anterior se sostiene en la vinculación de la tierra y el cielo, que presenta hitos y símbolos de la cultura local, reflejados en sus costumbres, productos locales, petroglifos y crianceros.

Los conceptos que se destacan son los siguientes:

“Naturaleza”, refiriéndose al Patrimonio Rural escenario natural altamente singular que destaca en el territorio y que puede abarcar multitud de actividades relacionadas con el turismo de intereses especiales, esto relacionado con los 5 valles , sus ríos y el embalse.

“Patrimonio vivo”, se refieren al quehacer humano, a como se vincula la gente con su territorio y esto se muestra a través de la vida alrededor de la producción del campo, crianceros, productos locales.

“Patrimonio arqueológico”, este es un aspecto potente que podría transformarse en el elemento tangible relacionado con los petroglifos.

“Cielos limpios” Destacándose dentro de la región de Coquimbo como la comuna sin contaminación lumínica

Dentro de los **tipos de turismo**, se pueden destacar todas aquellas actividades que tengan relación con los recursos naturales que actualmente se encuentran puestos en valor y aquellas actividades que se vinculan con la tangibilidad de la comuna; ecoturismo, turismo científico, turismo aventura, turismo rural, turismo cultural.

El concepto central de la experiencia a vivir en Monte Patria, se propone sobre la base de potenciar la relación que existe entre la naturaleza y su tradición ancestral esto vinculado con los petroglifos, tradiciones y cielos limpios.

De esta manera, la idea central a transmitir en el territorio de Monte Patria considera la vivencia del patrimonio propio de la comuna y el valle del Limarí como ícono emblemático.

7. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO

Se propone que la visita a Monte Patria sea parte de un proceso experiencial que muestre en su **descubrimiento** la vivencia real de la relación entre el cielo, la naturaleza y la cultura ancestral del territorio.

7.1 La experiencia turística

La experiencia turística es el acto que ejerce el turista al momento de visitar un determinado territorio. Esta experiencia se hace especialmente significativa cuando la visita es de carácter cultural o patrimonial. Es necesario marcar las pautas de esta experiencia, debe dar las herramientas que permitan dar forma al contacto vivencial que el turista realizará durante su viaje por el territorio.

"Lo banal, lo insignificante, posee por lo general un fondo significativo: sedimento de experiencias sepultadas 'en vida', removidas o esencialmente remotas, en cuanto la conciencia individual presente no reconoce ni asume como suya"

Humberto Giannini, 1993, Pág. 43

El acto cotidiano de habitar el propio lugar, por lo general produce una baja percepción de la experiencia que se vive diariamente. Sin embargo, en el acto de visitar otro lugar, de desplazarse del habitar cotidiano, de realizar una travesía turística, se pone especial acento en lo vivido y en cómo esta experiencia modifica o complementa la forma de ver la vida. Se valora el viaje turístico sobre la base de lo influyente que éste pudo haber sido, sobre la importancia de la experiencia vivida.

En el desarrollo de cualquier experiencia, en el marco de la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de un territorio, se debe considerar que los actores implicados en la vivencia son tanto el turista como el habitante local. Es por esto que el desarrollo específico de cada una de las iniciativas de desarrollo turístico, debe ser concebida directamente con la participación de la comunidad local, el detalle de cada condimento de la experiencia diseñada debe entregar los elementos necesarios para que esta experiencia enriquezca y fortalezca el patrimonio de la comunidad local y apunte a mejorar su calidad de vida.

En este sentido, al entender el sistema turístico de Monte Patria, las experiencias turísticas surgen desde la oferta turística actual, pero primordialmente de la naturaleza del propio turista, lo que impulsa a explorar nuevas actividades, productos y servicios.

Una vez estructurada la imagen objetivo para la comuna de Monte Patria, esta se convierte en el pilar fundamental para la organización de la oferta turística. Esta organización deberá estar orientada a la venta de experiencias, sueños y emociones. En el tiempo, el territorio se ha ordenado y vendido de manera tradicional, no obstante, a partir de este PLADETUR Monte Patria debe comenzar a posicionar en el mundo emocional del turista, para enfrentarse al entorno competitivo del mercado turístico.

Existen diversos países y destinos con este posicionamiento a nivel “experiencial”, como por ejemplo; Nueva Zelanda, Australia o España, con una comunicación emocional eficaz que evoca a la reflexión, a tener ganas de viajar. También existen ejemplos de zonas turísticas tradicionales que se han reinventado a través de la experiencia, como el caso de Ushuaia en Argentina, “Un viaje al fin del mundo”.

El destino Monte Patria debe enriquecer su propia oferta, de forma que se perciba como única, y para esto debe convertirse en una “creadora de experiencias”, siendo capaz de involucrar al turista a nivel emotivo, físico, intelectual e incluso espiritual.

Es posible definir la **experiencia de un turista** como la sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario respecto a un producto, resultado del fenómeno de interacción con el producto y con su proveedor.

Como primer paso para la identificación de las experiencias, es importante definir los tipos de turismo que se desarrollan en el territorio, ya que estos regirán la conducta y los momentos que puede percibir un cliente de forma general en el destino turístico.

Los tipos de turismo que se presentan en el cuadro siguiente, corresponde a los resultados del diagnóstico turístico y la imagen objetivo del territorio. Estos tipos de turismo se deben relacionar con las experiencias y recursos turísticos del territorio.

Cuadro N°30. Identificación tipos de turismo existentes en Monte Patria

TIPO DE TURISMO	EXPERIENCIA	RELACIONADO CON:
ECOTURISMO	El turista centra sus actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional. Concede atención especial al desarrollo respetuoso del medio y al grado de uso por los visitantes.	Valles y ríos de la comuna
TURISMO CIENTÍFICO	Desplazamiento de turistas cuyo motivo de viaje principalmente es por investigación o estudio sobre un tema determinado.	Aves, Ríos, Patrimonio arqueológico
TURISMO RURAL	Los turistas experimentan actividades que tiene lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejanos de las ciudades y áreas industrializadas. El turista tiene un contacto con el entorno rural, con el campo, con lo autóctono y lo tradicional. La motivación del turista la constituyen muchos ambientes y formas de vidas y costumbres tradicionales de los hombres y mujeres del campo, constituyendo por sí mismos extraordinarios valores y recursos territoriales turísticos de gran valor tangible, desde los recursos	Actividades silvoagropecuarias– Crianceros, productos locales.

	<p>etnográficos y culturales (costumbres tradicionales, fiestas populares, recitales musicales, juegos y deportes autóctonos), las formas tradicionales de vidas y costumbres de su población autóctona, la gastronomía de la zona (cocina popular, productos de la tierra : jamón, queso, leche, la carne, verduras, hortalizas, frutas, etc...) la arquitectura popular de casas, cortijos, pazos, el valor de las bellezas paisajísticas rurales y salvajes (paisajes protegidos, parques rurales, monumentos naturales.....) y todo un conjunto de vías tradicionales de redes de comunicación (cañadas ganaderas, caminos de herraduras, caminos y senderos reales, veredas, etc.)</p>	
TURISMO CULTURAL	<p>La experiencia y motivación del turista es conocer aspectos de la cultura (costumbres; arquitectura; manifestaciones artísticas; gastronomía; etc.) de los antiguos y/o actuales habitantes del lugar visitado. Este se puede dar tanto en el medio urbano como rural.</p>	<p>Zonas típicas – Historia local- fiestas costumbristas – tradiciones – modos de vida</p>

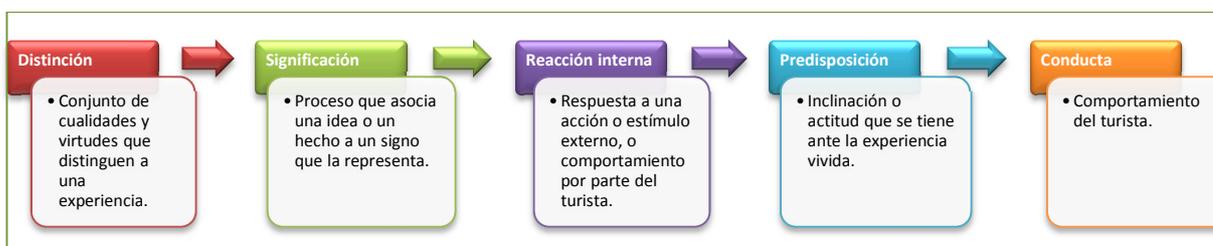
Fuente: Elaboración propia DTS Consultores Ltda.©

Los tipos de turismo determinados, se deben relacionar con el proceso del turista al momento de participar en una actividad. En general, Monte Patria se ha desarrollado normalmente en el turismo tradicional, donde es el “lugar” el que brinda la atracción principal, el elemento fundamental que motiva la llegada de visitantes, en cambio en esta propuesta, son las actividades las que motivan el desplazamiento de turistas que buscan vivir nuevas experiencias.

Dentro de esto, existe un proceso fundamental que lleva a cabo el turista, en relación a la información que recibe por parte de los estímulos; el proceso de información en el cerebro y; la conducta que realiza en la experiencia turística. Es importante entender este proceso para entender los momentos, emociones y conductas que tendrían los turistas frente a las experiencias que pueden vivir los turistas en la comuna.

Este proceso, tal como se observa en el esquema, se compone de la distinción, significación, reacción interna, predisposición y finalmente la conducta.

Esquema N° 2 Proceso del turista entre la información recibida en la experiencia y su conducta



Fuente: Elaboración propia DTS Consultores Ltda.©

En definitiva, un turista espera que se preocupan por él, desea sentirse importante, apreciado, la compra es el resultado de una emoción; si es positiva, el cliente consume el servicio; si no es positiva, visita otro destino o acude a la competencia. El turista escogelos destinos y experiencias bajo los mismos criterios que se escogen las amistades, ya que de alguna manera prevalecen las necesidades emocionales.

Una vez identificado este proceso, es necesario agrupar dos componentes esenciales de la oferta turística; **atractivos y actividades**, según los momentos que puede percibir el cliente, vinculado a las experiencias y los tipos de turismo que existen en la comuna de Monte Patria. Lo anterior, conforma la segunda parte de identificación de las experiencias que se pueden vivir en el territorio.

7.2 Objetivos estratégicos y propuestas base de intervención

El presente apartado, expone de la misma manera que se ha hecho durante todo el documento, los resultados de una serie de actividades efectuadas por el equipo consultor en el marco del estudio; la participación ciudadana, las campañas en terreno y las sesiones de ideas.

Por lo anterior, a continuación se exponen los principales resultados de estos procesos, los que tienen como objetivo ser la base para la elaboración de los planes, programas y proyectos de la etapa final de la elaboración del PLADETUR.

7.2.1 Objetivos estratégicos

Cuadro N° 31. Objetivos estratégicos.

Ejecución	Objetivos estratégicos
Corto Plazo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formalizar la oferta turística. 2. Potenciar y promover la identidad comunal. 3. Potenciar las fiestas costumbristas, calendario de festividades y gastronomía local. 4. Posicionarse como destino turístico a nivel local y provincial 5. Implementar un programa de fomento al emprendimiento. 6. Diseñar un programa de educación del patrimonio natural, cultural y conciencia turística 7. Generar estrategias y trabajo en conjunto con otras comunas y municipios. 8. Generar acciones y actividades relacionadas con la protección del medio ambiente y descontaminación. 9. Mejorar la accesibilidad, visitación y mantención sostenible de sitios naturales. Información y transporte 10. Generar un programa de protección y difusión de la identidad y vida rural.

Mediano Plazo	<ol style="list-style-type: none">1. Poner en valor el patrimonio arqueológico2. Desarrollar un estudio de mercado específico para la comuna3. Desarrollar un programa dentro del municipio para el desarrollo turístico4. Desarrollo de actividades turísticas (avistamiento de aves, actividades deportivas, turismo vivencial con emprendedores como apícola)5. Posicionar la Comuna a nivel Regional.6. Implementar una señalética vial y turística que dirija a los visitantes de manera oportuna desde la ruta 5 norte , Ovalle y localidades.7. Desarrollar estrategias de marketing experiencial.8. Promocionar el uso de energías limpias y renovables.
Largo Plazo	<ol style="list-style-type: none">1. Crear una organización de destino mixta entre municipio, Sernatur y empresarios turísticos2. Diversificación de la oferta a través de los agricultores, crianceros, entre otros.3. Mejoramiento de la infraestructura complementaria al turismo.

8. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO COMUNAL

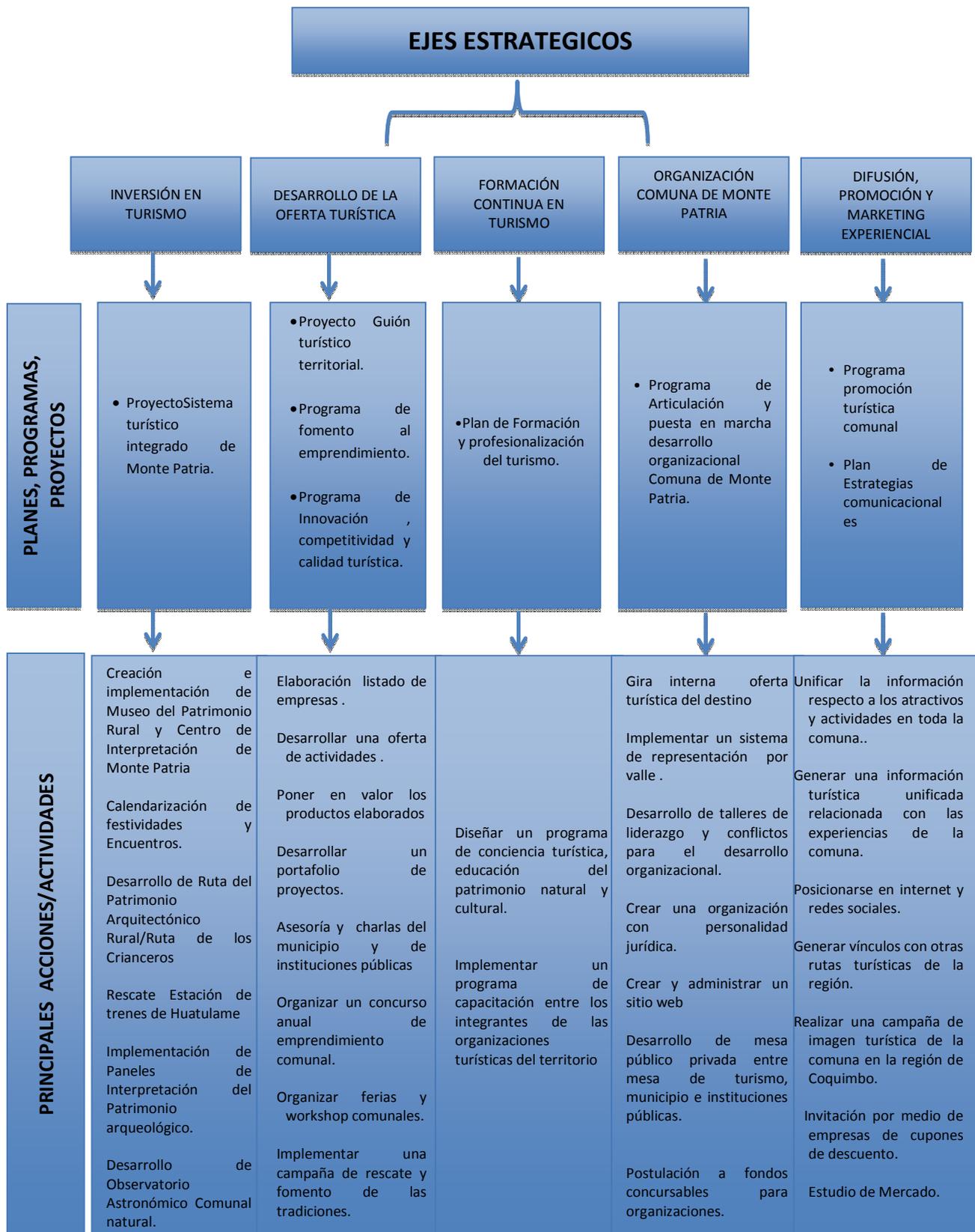
El Pladetur de la comuna de Monte Patria se desarrolla en base a los talleres participativos con la comunidad, actores turísticos y actores municipales. Los objetivos, ejes estratégicos, actividades se basan en la imagen objetivo desarrollado en conjunto con los actores que participaron en todo el proceso de la confección del Pladetur.

Este Plan ha sido validado por el consejo municipal el día 21 de enero de 2014, fecha de término del proceso de la confección del plan.

El plan se constituye con 5 ejes estratégicos que se transforman en las líneas que debe seguir la comuna para la gestión turística local.

Cada eje posee planes, programas o proyectos con sus diversas actividades y/acciones, estos ejes están relacionados con metas indicadores responsables y fuentes de financiamiento como se observará en la última parte del informe.

Esquema N°3 base estratégica del Pladetur de Monte Patria.



8.1 Eje estratégico n°1 inversión en turismo

Un destino turístico exitoso debe tener facilidades en varios ámbitos de la infraestructura de apoyo -más allá de la eventualidad de contar con atractivos cuya singularidad dependa de su lejanía- ya que un destino se corresponde con un área geográfica que implica que un turista pueda vivir una experiencia positiva, teniendo acceso a servicios como cajeros automáticos, estaciones de servicio, agua potable, alcantarillado y caminos adecuados para hacer sus travesías. Por lo anterior, este es un eje que es necesario trabajar de manera externa con los agentes públicos que poseen las competencias y recursos para ejecutar grandes obras de infraestructuras y los que tienen herramientas para generar proyectos que apoyen el desarrollo turístico del destino. Este eje estratégico propone de manera inversiones en el territorio pensando en la dinámica turística actual como centro de operaciones la zona urbana de Monte Patria, como punto de inicio para conocer el territorio.

Se propone como **responsable** de este eje una comisión que la componga la mesa de turismo, representante del municipio y la participación de instituciones públicas relacionadas a los proyectos propuestos como Bienes nacionales, consejo de monumentos nacionales, la Dibam , etc. El objetivo es que esta comisión tenga acceso a cada proyecto del territorio y vinculado a Monte Patria, ya sea que se encuentre en fase de idea, diseño y/o ejecución con el fin de poder intervenir desde la perspectiva del guión territorial (propuesta para este Pladetur) para el fomento de la vivencia de las experiencias turísticas propuestas.

8.1.1 Objetivos estratégicos asociados

- Potenciar y promover la identidad comunal.
- Potenciar las fiestas costumbristas, calendario de festividades y la Gastronomía local.
- Posicionarse como destino turístico a nivel local y provincial
- Generar un programa de protección y difusión de la identidad y vida rural.
- Poner en valor el patrimonio arqueológico de la comuna.
- Implementar una señalética vial y turística que dirija a los visitantes de manera oportuna desde la ruta 5 norte, Ovalle y localidades.
- Mejoramiento de la infraestructura complementaria al turismo.

8.1.2 Plan de Acción

A continuación, se presenta el plan de acción integrando planes, programas y proyectos con sus respectivas acciones y/o actividades, así mismo las fuentes de financiamiento como propuesta.

8.1.2.1 Proyecto sistema turístico integrado Monte Patria

De acuerdo a lo relevado en las distintas instancias de trabajo, lo dispuesto en la imagen objetivo desarrollada para este plan: **“Naturaleza (Paisaje Rural), Patrimonio Arqueológico, Cielos Limpios (Astronomía) y Patrimonio Vivo”** y los objetivos prioritarios desarrollados. Se han definido cinco ejes temáticos como sustento patrimonial de la estructura turística de Monte Patria:

- Vida Rural
- Producción Local
- Arqueología
- Astronomía
- Sustentabilidad

Entendemos que Monte Patria debe incorporar en su oferta turística cada uno de los conceptos enunciados, los debe integrar, articular y fortalecer en pos de proyectar su turismo. El fortalecimiento de estos ejes temáticos deberá proyectar un **único concepto** como oferta turística, el Patrimonio Rural:

“Monte Patria, Patrimonio Rural”

Vida Rural, Producción Local, Arqueología, Astronomía y Sustentabilidad

Este concepto y sus ejes temáticos se transformarán en guías para la implementación de los **proyectos iconos** que permitirán articular la oferta turística existente.

El sistema propuesto apunta a capturar el flujo de visitantes que circula por la región, así como atraer a visitantes de carácter nacional, dado por la incorporación a las rutas patrimoniales existentes en la región con carácter nacional o por la constitución de sus proyectos iconos como polos de desarrollo turístico, aspirando a reforzar la condición de **destino único** a Monte Patria.

Monte Patria presenta condiciones de relevancia en cuanto a su diversidad de atractivos culturales y naturales. Sin embargo, dichas circunstancias no se condicen con su flujo turístico, el cual es eminentemente de paso o se concentra en puntos aislados.

Por ende, el presente programa aspira a “atraer, retener y dispersar” al público que llega al destino, estableciendo una plataforma que soporte todas las intervenciones turísticas propuestas. Para ello se acuña el concepto de **“sistema turístico”**, dado que se entiende como sistema “el conjunto o combinación de cosas o partes que forman un todo complejo o unitario, donde existe alguna forma de interacción o interdependencia”⁵⁸. En consecuencia, como forma de mantener la unidad del destino, se busca la integración de los distintos componentes potenciando una sola estructura -si fueran solo unidades aisladas el destino claramente perdería fuerza- el fin último del sistema entonces, es que exista una constante circulación por sus distintos puntos, los cuales serían complementarios entre si para efectos de extender al máximo la estadía y el gasto del visitante en el territorio.

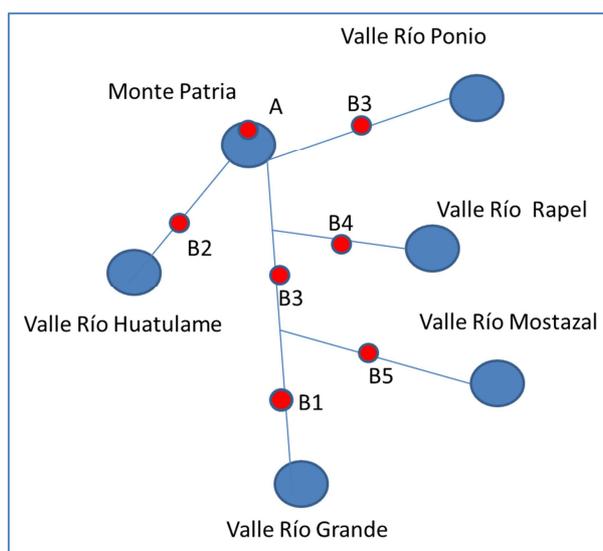
Fundamentos que justifican un sistema integrado:

- Constituye un potente “imán turístico” atrayendo al visitante.
- Unifica los diversos componentes territoriales (diversidad de atractivos)
- Refuerza la imagen del territorio como un solo destino.

⁵⁸ Checkland, 1997

- Otorga una dimensión espacial al destino.
- Incentiva el desplazamiento por todo el territorio.
- Facilita la integración y conectividad.
- Ayuda a diversificar el riesgo.
- Aumenta la permanencia en el destino, aumentando el gasto turístico promedio.
- Fomenta la memoria colectiva de Monte Patria.

Esquema N°6: Esquema representativo del Proyecto Sistema turístico para Monte Patria



 Proyectos Iconos

A: Proyecto Icono del Patrimonio Rural.

Museo del Patrimonio Rural.

Centro de Interpretación de Monte Patria.

B: Puntos de Observación del patrimonio Rural.

B1: Vida Rural:

Calendarización de festividades y Encuentros. Ruta Patrimonio Arquitectónico Rural. Ruta de los Crianceros.

B2: Producción local:

Feria de Producción local (Rescate Estación de trenes de Huatulame).

B3: Arqueología:

Paneles de Interpretación del Patrimonio arqueológico.

B4: Astronomía:

Observatorio Astronómico Comunal.

B5: Sustentabilidad:

Centro de Interpretación Ambiental.

El diseño de la estructura base, apunta por un lado, a circunscribir el territorio a una realidad geográfica determinada, donde el Museo del Patrimonio Rural y el Centro de Interpretación de Monte Patria sean la puerta de entrada al mismo, permitiendo que el visitante se percate de inmediato del ingreso a un espacio con determinadas condiciones naturales y culturales, las cuales son informadas en este proyecto y en cada uno de los Puntos de Observación del Patrimonio Rural, esperando que dicho visitante converja en el centro de interpretación. Una vez en dicho lugar, éste accederá a una serie de servicios turísticos y complementarios, opciones educativas y de entretenimiento vinculadas a una temática en particular. En dicho centro además, se entregará información detallada de todos los atractivos y servicios de la comuna, para efectos de re-direccionar al visitante a cualquiera de dichos puntos de acuerdo al interés particular. En conclusión, el Museo y el Centro de Interpretación actúan como “imanes turísticos” mientras que los Puntos de observación direccionan al visitante a dichos puntos u otros, permitiendo de esta manera administrar al turista dentro de la comuna, dado que se logró sortear la primera gran barrera, que se refiere a la persuasión del visitante, para que ingrese y permanezca en la comuna por un tiempo determinado.

Los puntos de observación del patrimonio rural, buscan articular el sistema turístico a través de los valles, ser un polo de atracción y dispersión del turista hacia los atractivos temáticos de la comuna. Estos puntos deben convertirse en centros de atracción turística, a través de la puesta en valor de los propios atractivos o la incorporación de nuevos puntos a las rutas turísticas regionales existentes, incorporando a la comuna en la oferta turística nacional.

Acciones/Actividades

- Creación e implementación de Museo del Patrimonio Rural y Centro de Interpretación de Monte Patria.
- Desarrollo de puntos de observación del Patrimonio Rural de Monte Patria.
 - Calendarización de festividades y Encuentros
 - Desarrollo de Ruta del Patrimonio Arquitectónico Rural/Ruta de los Crianceros.
 - Rescate Estación de trenes de Huatulame.
 - Implementación de Paneles de Interpretación del Patrimonio arqueológico.
 - Desarrollo de Observatorio Astronómico Comunal natural.
 - Habilitación/Construcción de Centro de Interpretación Ambiental

8.1.2.2 Ficha de proyectos

A. Ficha de proyecto: Museo del Patrimonio Rural y Centro de Interpretación de Monte Patria

ASPECTOS GENERALES	
Eje Temático	Incorpora todos los ejes temáticos: Vida Rural, Producción Local, Arqueología, Astronomía y Sustentabilidad.
Nombre comercial	Museo del Patrimonio Rural (MPR)
Ubicación	Monte Patria. Se propone la Biblioteca municipal una vez que se termine el nuevo centroculturalo la adquisición de los terrenos particulares laterales a la Plaza de Armas a un costado de la escuela, o la casa de adobe al final de la calle.
Justificación del emplazamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Centro cívico de la Comuna • Centro de distribución para todos los valles de la comuna
Beneficiarios	Comunidad de Monte Patria, Visitante de la Región y Visitante Nacional
Monto de la Inversión	45 UF x mt2 aprox. (Construcción o remodelación más museografía)
ASPECTOS TURÍSTICOS E INTERPRETATIVOS	
Descripción general de la intervención	
<p>Dada la historia eminentemente rural de Monte Patria, su legado histórico pre-hispánico “Cuna de la cultura Diaguita” y su patrimonio vivo actual incorporado a la forma de vida nacional como un icono de la vida rural de país, existe un legado muy valioso que requiere ser interpretado adecuadamente. Para tal efecto el Museo del Patrimonio Rural tendrá las condiciones museográficas necesarias para transmitir esta forma de vida, siguiendo los parámetros y normas dispuestos por la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM). Para ello existirá una muestra permanente dividida en salas temáticas y otras de índole temporal la cual será más flexible, acogiendo distintas manifestaciones museográficas y artísticas. En consecuencia, el visitante podrá repetir la visita generando una imagen de continua renovación por parte del museo, se le suma además una serie de servicios turísticos y complementarios, los cuales formarán parte del Centro de Interpretación de Monte Patria, permitiendo al visitante la dispersión temática por los cinco valles que componen el territorio comunal.</p>	

Contenido de la muestra museográfica	
Ámbito Pre-hispánico	<ul style="list-style-type: none"> • La Cultura Diaguita. • Rastros de la vida en el territorio (Diaguita e Inkas).
Ámbito de la Vida Rural	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio arquitectónico rural (Pueblos e Iglesias). • La vida de las crianceros. • Festividades patrimoniales.
Ámbito de Procesos de la producción local	<ul style="list-style-type: none"> • El pisco. • Alimentos naturales. • Artesanías (Lapislázulis, Lana, Madera).
Ámbito de Astronomía	<ul style="list-style-type: none"> • Cielos limpios, una política comunal • Circuito de observatorios Regionales
Ámbito de la Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • El agua, fuente de vida • Vida rural, un ejemplo de la sustentabilidad •
Recursos interpretativos	<ul style="list-style-type: none"> • Paneles interpretativos • Kioscos interactivos con pantallas táctiles • Audio temático • Luminotecnia • Dioramas⁵⁹ • Backlight⁶⁰
Servicios complementarios que deberían estar presentes en el museo y centro de interpretación.	<ul style="list-style-type: none"> • Centro de información turística y central de reservas • Baños públicos • Cajero automático • Auditorio para conferencias y seminarios • Tienda de souvenir
Actividades turísticas asociadas al emplazamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas • Bicicleta de montaña • Senderismo o Hiking • Excursionismo o Trekking • Montañismo • Turismo rural • Turismo gastronómico • Turismo religioso • Turismo patrimonial • Actividades Folclóricas y culturales • Eventos
Imágenes de referencia	

⁵⁹ Conjunto de materiales o elementos en tres dimensiones, que conforman una escena de la vida real.

⁶⁰ Impresiones o fotografías retroiluminadas



B1. FICHA DE PROYECTO RUTAS Y MOMENTOS DE MONTE PATRIA

ASPECTOS GENERALES	
Eje Temático	Vida Rural:
Nombre comercial	Rutas y Momentos de Monte Patria
Ubicación	A través de los cinco valles.
Justificación del emplazamiento	Este proyecto debe poner en valor el principal patrimonio de Monte Patria, Su forma de vida. Por este motivo se propone que se ponga en valor distintos puntos de la comuna y se articulen a través de dos rutas turísticas "Patrimonio Arquitectónico Rural" "La Ruta de los Crianceros". Junto a esto se propone la incorporación de un calendario de festividades que incorpore las rutas propuestas.
Beneficiarios	Comunidad de Monte Patria, Visitante de la Región y Visitante Nacional.
Monto de la Inversión	Se debe determinar en base al diseño definitivo de las rutas.
ASPECTOS TURÍSTICOS E INTERPRETATIVOS	
Descripción general de la intervención	Se propone la puesta en valor de determinados puntos de la comuna en función de implementar

	<p>dos rutas turísticas, en estas rutas se deben incorporar las festividades y eventos y generar un calendario de actividades que se pueda ofrecer al turismo.</p> <p>Está integrado por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calendarización de festividades y Encuentros. • Ruta Patrimonio Arquitectónico Rural. • Ruta de los Crianceros.
<p>Recursos interpretativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Paneles interpretativos • Mapa turístico con festividades y eventos
<p>Servicios complementarios propuestos post Pladetur presente en las rutas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baños públicos • Tiendas de souvenir • Cafeterías
<p>Actividades turísticas asociadas al emplazamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas • Bicicleta de montaña • Senderismo o Hiking • Excursionismo o Trekking • Montañismo • Turismo rural • Turismo gastronómico • Turismo religioso • Turismo patrimonial • Actividades Folclóricas y culturales • Eventos
<p>Imágenes de referencia</p>	
	

B2 FICHA DE PROYECTO FERIA DE PRODUCCIÓN LOCAL (RESCATE ESTACIÓN DE TRENES DE HUATULAME).

Aspectos Generales	
Eje Temático	Producción local
Nombre comercial	Feria de Productos Monte Patria
Ubicación	Estación de Trenes de Huatulame
Justificación del emplazamiento	Existe una iniciativa de mujeres emprendedoras de la comuna para recuperar la estación de trenes de Huetulame y poder comercializar sus productos, especialmente artesanías. Se pretende ampliar esta iniciativa a toda la comuna.
Beneficiarios	Comunidad de Huetulame, Mujeres emprendedoras, Comunidad de Monte Patria, Visitante de la Región y Visitante Nacional
Monto de la Inversión	Se estima un monto de 25 UF por mt2
Aspectos Turísticos e interpretativos	
Descripción general de la intervención	Se propone la concreción de la iniciativa de las mujeres emprendedoras de Huetulame de restaurar y rehabilitar la estación de trenes. La idea es incorporar puestos para acoger a todos los pequeños productores de la comuna. Se debe incorporar información turística sobre los distintos puntos de producción local y sobre los otros puntos de observación del patrimonio rural.
Recursos interpretativos	Señalética de orientación y seguridad
Servicios complementarios presentes en la feria a futuro, post Pladetur.	<ul style="list-style-type: none"> • Baños públicos • Cafetería • Restaurant • Centro de información turística y reservas
Imágenes de referencia	
	

B3 FICHA DE PROYECTO PANELES DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

ASPECTOS GENERALES	
Eje Temático	Arqueología
Nombre comercial	Rastros de las culturas Pre-hispánicas
Ubicación	Todos los puntos que estén identificados como lugares de valor arqueológicos, dando prioridad a los puntos que se encuentran con posibilidad de visitas actualmente.
Justificación del emplazamiento	Existen por lo menos dos puntos de interés arqueológico en la comuna, uno recepción de visitas y otro en proceso de estar habilitado para esto. Con la implementación de los paneles interpretativos se pretende consolidar estos atractivos.
Beneficiarios	Comunidad de Monte Patria, Visitante de la Región y Visitante Nacional
Monto de la Inversión	Se estima un monto de 100 UF por lugar
ASPECTOS TURÍSTICOS E INTERPRETATIVOS	
Descripción general de la intervención	Se propone la implementación de paneles que interpreten la historia a contar a los turistas, se deberá considerar señalética de orientación externa e interna y señalética interpretativa. El fin es que los sitios se puedan visitar tanto con guías como realizar auto-visitas. Al ingreso a cada sitio se debe colocar un panel con la información de los otros puntos de relevancia arqueológica y de los otros proyectos iconos. Se propone que se busque la forma de participar de un circuito arqueológico a nivel regional, con la puesta en valor de la importante cultura Diaguita.
Recursos interpretativos	<ul style="list-style-type: none"> Señalética de orientación, interpretativa y seguridad
Imágenes de referencia	
	

B4 FICHA DE PROYECTO OBSERVATORIO ASTRONÓMICO COMUNAL.

ASPECTOS GENERALES	
Eje Temático	Astronomía
Nombre comercial	Observatorio Astronómico Monte Patria
Ubicación	Con la idea de diversificar la oferta turística a través de todos los valles de la comuna, se propone que el observatorio se emplace en el valle de Rapel
Justificación del emplazamiento	Se deberá buscar la mejor ubicación para el observatorio, considerando los aspectos técnicos astronómicos como las posibilidades dispuestas por la municipalidad
Beneficiarios	Comunidad de Monte Patria, Visitante de la Región y Visitante Nacional
Monto de la Inversión	Variable
Descripción general de la intervención	Se propone comenzar por un observatorio natural e ir incorporando lentes de mejor capacidad con el tiempo. El proyecto deberá buscar su integración a la red de observatorios a nivel regional, deberá ser un aporte a la educación de la comuna y contribuir de una manera especial a la red de observatorios a nivel nacional.
Recursos interpretativos	<ul style="list-style-type: none"> • Paneles de información de las ciencias desarrolladas
Servicios complementarios presente en el Observatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Baños públicos • Sala de Clases y reuniones • Tienda de souvenir
Imágenes de referencia	
 <p>Observatorio Comunal Diego de Almagro, Inca de Oro, Región de Atacama</p>	

B5 FICHA DE PROYECTO CENTRO DE INTERPRETACIÓN AMBIENTAL.

ASPECTOS GENERALES	
Eje Temático	Sustentabilidad
Nombre comercial	Centro de Interpretación Ambiental Monte Patria
Ubicación	Se propone su ubicación en algún lugar por determinar en el valle del río Mostazal
Justificación del emplazamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones especiales de biodiversidad. • Comunidad comprometida con el medio ambiente • Diversificación de la oferta turística en el territorio
Beneficiarios	Comunidad de Monte Patria, Visitante de la Región y Visitante Nacional
Monto de la Inversión	45 UF x mt2 aprox. (Construcción o remodelación más museografía)
Aspectos Turísticos e interpretativos	
Descripción general de la intervención	El centro de interpretación ambiental debe formar parte integral del turismo en la comuna, debe entregar conocimientos tanto al visitante como al habitante local. Se busca que la comunidad participe de los conceptos de sustentabilidad y se proyecte como una comuna limpia y ecológicamente sustentable
Recursos interpretativos	<ul style="list-style-type: none"> • Paneles interpretativos • Kioscos interactivos con pantallas táctiles • Audio temático • Luminotecnia • Dioramas⁶¹ • Backlight⁶²
Servicios complementarios presente en el centro que deben estar presentes en el centro.	<ul style="list-style-type: none"> • Baños públicos • Sala de Clases y reuniones • Tienda de souvenir
Actividades turísticas asociadas al emplazamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas • Bicicleta de montaña • Senderismo o Hiking • Excursionismo o Trekking • Montañismo • Turismo rural • Turismo gastronómico • Turismo religioso

⁶¹ Conjunto de materiales o elementos en tres dimensiones, que conforman una escena de la vida real.

⁶² Impresiones o fotografías retroiluminadas

- Turismo patrimonial
- Actividades Folclóricas y culturales
- Eventos

IMÁGENES DE REFERENCIA



8.1.3 Fuentes de Financiamiento eje estratégico.

Para el logro de este eje estratégico se proponen las siguientes fuentes de financiamiento:

- CONICYT, Ministerio de Educación-INSTRUMENTO FONDEF, Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico -MODALIDAD Concurso Público de Proyectos.
- PROGRAMA DE DESARROLLO CULTURAL (BID).
- FOMIN (Fondo Multilateral de Inversiones /BID)
- Circular 33 - Gobierno Regional (GORE) - Financia proyectos de Conservación de Edificación pública y de vialidad y obras anexas
- Fondo Regional de Infraestructura Local (FRIL)-Gobierno Regional (GORE)-Financia proyectos de dotación de servicios básicos , Vialidad urbana o rural, Edificación pública y Espacios públicos.
- FNDR Subvención Cultural (Aporte a la Cultura)-Gobierno Regional (GORE)- Fomento a la Cultura y las Artes de la Región, financiando sólo actividades.
- FONDO NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL -Ministerio del Interior / SUBDERE / Gobierno Regional (GORE) - . El Fondo se divide en dos modalidades FNDR Tradicional, financiamiento total del proyecto con dineros públicos. FNDR BID, financiamiento a través de un convenio de préstamos entre nuestro país y el Banco Interamericano de Desarrollo.
- Fondo de Protección Ambiental – Ministerio del Medioambiente.
- Asistencia para Proyectos Comunitarios (APC)- Embajada de Japón.

- INSTRUMENTO FONDART – Fondo de Desarrollo Cultural y las Artes- MODALIDAD Concurso Público y ventanilla abierta por excepción - Fomentar el desarrollo de las artes y la cultura en las áreas artísticas de artes visuales, fotografía, nuevos medios, artes circenses, danza, teatro, artes integradas, artesanía, el área de arquitectura y diseño.

8.2 Eje estratégico N° 2 Desarrollo de la Oferta turística

Los destinos turísticos tienen cada día más competencia, es más, Monte Patria se encuentra en una región con varias áreas prioritarias de desarrollo y limita con destinos que poseen las mismas características naturales y culturales. Es así que la competitividad hoy en día radica en mostrarse de una manera innovadora, siendo capaces de representar las necesidades del turista actual que busca vivir una experiencia y obtener una excelente relación precio-calidad. Por lo anterior, con este eje se pretende incorporar el guión turístico territorial y sobre todo los nodos experienciales a través de la elaboración de proyectos creativos que lleve al destino a ser competitivo y sostenible.

Como responsable estará la comisión que deberá estar integrada por organismos que ayuden en la implementación de temáticas relacionadas con mejoramiento de la calidad –implementación de normas de calidad; SERNATUR-, programas para aumentar la competitividad de destino –PAE, PDT; CORFO-, fondos para conocer mercados –iniciativas de desarrollo de mercado; SERCOTEC- y/o implementación de modelos de gestión para áreas naturales –SEREMI Medio ambiente.

8.2.1 Objetivos estratégicos asociados

- Formalizar la oferta turística.
- Potenciar y promover la identidad comunal.
- Potenciar las fiestas costumbristas, calendario de festividades. Gastronomía.
- Implementar un programa de fomento al emprendimiento .
- Poner en valor el patrimonio arqueológico
- Desarrollo de actividades turísticas (avistamiento de aves, actividades deportivas, turismo vivencial con emprendedores como apícola)
- Diversificación de la oferta a través de los agricultores, crianceros, entre otros.

8.2.2 Plan de Acción

A continuación, se presenta el plan de acción integrando planes, programas y proyectos con sus respectivas acciones y/o actividades, así mismo las fuentes de financiamiento como propuesta.

8.2.2.1 Proyecto guión turístico territorial

Desarrollar un guión territorial permite definir e implementar productos turísticos integrados que sean íconos en el desarrollo de una imagen única y competitiva de la comuna.

El desarrollo metodológico busca plantear pautas generales y conceptos, los tildes sobre los elementos turísticos que, dentro de la comuna, se ha podido identificar con un potencial turístico de intereses especiales, con la idea de establecer las bases de un destino turístico con identidad diferenciadora y con el suficiente atractivo como para lograr potenciar el rubro turístico en pos de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

La propuesta para un guión turístico para la comuna, establece los conceptos centrales de la historia que este territorio puede contar en términos turísticos, este ejercicio es un acto parcial, que escoge una historia con potencial, para conducir la experiencia turística en el territorio, esto no quiere decir que el turismo en cualquiera de sus formas no se desarrollen, por el contrario, la idea es que todas las oportunidades del territorio se puedan “tomar” de los conceptos centrales y desarrollarse significativamente con sus características propias.

La implementación del guión debe ser abordado por todos los actores involucrados en la experiencia turística, debe ser consensuado y estimulado desde todos los frentes del desarrollo turístico en el territorio. Debe velar principalmente por salvaguardar los intereses de las propias comunidades y sus territorios, desarrollando métodos de asesoría participativos y consultivos de acuerdo a las propias formas y costumbres de las comunidades y beneficiarios. Ésta, es la única manera de encontrar el éxito para el camino que se empieza a recorrer, no se debe olvidar que la experiencia turística es vivida tanto por el turista como por el habitante de este territorio, éste último de forma cotidiana.

Para desarrollar el complejo escenario de potenciar un territorio como un destino turístico, fundamentado en la base de la identidad cultural y la puesta en valor de su patrimonio cultural y natural, se propone la elaboración de un guión turístico territorial, con el objetivo de enfrentar el destino de una manera global, impregnando la experiencia turística de la identidad del territorio y enmarcando el mensaje entregado dentro de un contexto único y general.

Se debe entender que esta complejidad está dada por la componente sistémica de las variables que describen el turismo en la zona y sus atractivos. Este sistema se encuentra dado por la interacción de todos los elementos componentes en pos de un objetivo común, donde la relación constante y cambiante del territorio y sus atractivos se interrelacionan entre sí dependiendo cada uno del total.

El guión se presenta como una herramienta para estructurar las distintas iniciativas turísticas de un territorio. Así como para la generación de un museo o una exposición se realiza un guión interpretativo para dar cuerpo a la historia que se mostrará en la experiencia a entregar, el trabajo turístico sobre un territorio que pretende convertirse en un destino turístico, debe enmarcar el desarrollo y todas sus iniciativas en un referente único, entretenido, y que de una manera ágil e interactiva entregue el contenido a enseñar desde el patrimonio cultural y natural, siempre manteniendo e incorporando el criterio de sustentabilidad, tanto de la comunidad como de su patrimonio. Así se espera que el desarrollo del turismo en la zona y la mantención, restauración y puesta en valor del patrimonio se conviertan en un instrumento potenciador de la calidad de vida de los habitantes.

Para elaborar un guión turístico territorial se requiere de la participación absoluta de la comunidad, ya que lo que se refleje en éste será una invitación a la coexistencia entre el turista y el habitante local, un mestizaje que debe responder a los criterios de sustentabilidad en la defensa del patrimonio cultural y natural, tangible e intangible. Por esto, se deberá extraer de la comunidad y su registro histórico cultural la identidad que fundamentará la estructura y contenidos del guión.

El guión turístico debe contener un marco argumental único y global que aúne la gran diversidad del territorio y las distintas formas de desarrollo turístico que este contenga. Sin embargo, la definición primera es que el concepto general deberá ser un elemento ideológico parcial que determine hacia dónde se debe orientar el turismo de la comunidad, focalizando las iniciativas y recursos en el carácter que la identidad local haya definido.

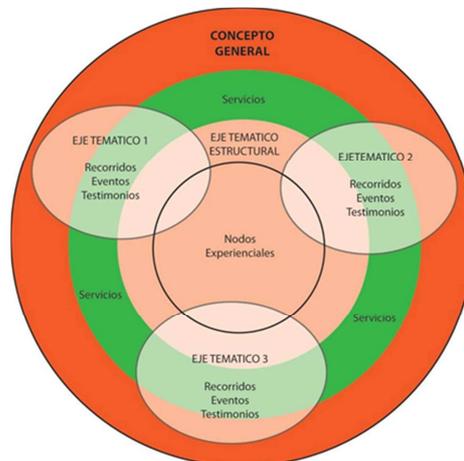
Una vez definido el marco, se entiende es el punto de entrada a la historia a contar, el guión deberá definir los temas que se desarrollarán, estos deberán contener las pautas de desarrollo del territorio en su aspecto turístico. Así, se parcializará la historia abordando la diversidad de atractivos tangibles e intangibles del destino.

La experiencia turística es el acto que ejerce el turista al momento de visitar un determinado territorio. Esta experiencia se hace especialmente significativa cuando la visita es de carácter cultural o patrimonial. El guión turístico debe marcar las pautas de esta experiencia, debe dar las herramientas que permitan dar forma al contacto vivencial que el turista realizará durante su viaje por el territorio.

El acto cotidiano de habitar el propio lugar, por lo general produce una baja percepción de la experiencia que se vive diariamente. Sin embargo, en el acto de visitar otro lugar, de desplazarse del habitar cotidiano, de realizar una travesía turística, se pone especial acento en lo vivido y en cómo esta experiencia modifica o complementa la forma de ver la vida. Se valora el viaje turístico sobre la base de lo influyente que éste pudo haber sido, sobre la importancia de la experiencia vivida.

En el desarrollo de cualquier experiencia, en el marco de la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de un territorio, se debe considerar que los actores implicados en la vivencia son tanto el turista como el habitante local. Es por esto que el desarrollo específico de cada una de las iniciativas de desarrollo turístico debe ser concebida directamente con la participación de la comunidad local, el detalle de cada condimento de la experiencia diseñada debe entregar los elementos necesarios para que esta experiencia enriquezca y fortalezca el patrimonio de la comunidad local y apunte a mejorar su calidad de vida.

Esquema N° 3 Estructura de la experiencia turística



Fuente: elaboración propia equipo consultor

En la vivencia de una experiencia, se pueden identificar ciertos elementos estructurales que permiten a ésta realizarse de forma completa y ser entendida y asimilada (significada) por la persona que realiza la vivencia. Esta estructura se entiende sobre la base de los siguientes conceptos.

A. Concepto general

La experiencia debe contener un eje central, una columna vertebral, traducida en un concepto general, diferenciador y único que tendrá que ser el elemento seductor que atraiga al visitante y genere la idea o necesidad de vivir esta experiencia.

B. Eje temático

Es el primer contacto del visitante con el territorio, por lo tanto debe convertirse en un portal de ingreso, donde el visitante comenzará a entender la estructura temática del territorio. Este espacio debe entregar los contenidos e interpretaciones de manera tal que el descubrimiento experiencial se produzca.

a) Las ventanas temáticas

Las ventanas muestran el detalle específico de los temas desarrollados en función del concepto general, focalizan el discurso, determinan los recursos que el territorio ofrece vinculados a la temática desarrollada.

b) Los recorridos

Se trata de rutas e itinerarios turísticos donde se pueden desarrollar elementos específicos de los temas planteados en el guión. Se pueden implementar exposiciones temporales o itinerantes por el territorio que incorporen variadas expresiones culturales que se enmarquen dentro de algún tema específico.

c) Los eventos

La programación permanente y continua de eventos, con alguna significancia temática, es trascendental para darle cuerpo a la experiencia vivida, estos pueden incluir ferias gastronómicas, ferias artesanales, festivales de música, cine o teatro, juegos típicos, etc.

d) Los servicios

La utilización del territorio como destino turístico, como marca o distintivo de calidad, bajo un concepto específico y único. Permite vincular a su imagen la promoción de los servicios que sean útiles, necesarios o interesantes en la configuración de la experiencia global, como el transporte, los alojamientos y restaurantes.

e) El testimonio

El recuerdo de la experiencia vivida, que por lo general suele ser una fotografía de los visitantes en el lugar, se debe transformar en elementos propios del lugar, como un trozo del patrimonio que traspasa sus fronteras, un elemento que conjuga la artesanía y el mensaje que se quiere entregar, un elemento de marketing.

C. Nodos experienciales

La intersección entre los distintos ejes temáticos genera NODOS Experienciales que definen e identifican el territorio de forma integral. El desarrollo temático de estos nodos generará las articulaciones necesarias para comprender las características sistémicas del guión.

Acciones/Actividades

- Elaboración de un listado de empresas a participar en proyectos de fomento para la implementación del PLADETUR.
- Desarrollar una oferta de actividades que lleven al turista a vivir las distintas experiencias del territorio.
- Desarrollo de fichas experienciales por cada emprendimiento turístico.
- Poner en valor los productos elaborados especialmente para él, estos son el guión territorial y las experiencias turísticas que se derivan del mismo.

8.2.2.2 Programa de fomento al emprendimiento

Para desarrollar acciones que faciliten el emprendimiento, es necesario tener clara las principales características de este concepto. El objetivo apunta a favorecer un clima emprendedor, donde se fomente la creatividad e innovación, intensivamente en los microempresarios, emprendedores y jóvenes.

Acercando el mundo emprendedor a los actores directos e indirectos de la actividad turística, se puede generar una dinámica mayor en la actividad económica local, estimulando procesos que permitan aumentar considerablemente la base empresarial, con la participación de todos los sectores: público, privado y educacional. Además, se motiva a que los emprendedores comiencen sus procesos de creación e innovación en etapas más tempranas de desarrollo.

Al desarrollar un Programa de emprendimiento dentro del municipio Público -Privado enfoca su campo de acción en aquel conjunto de agentes económicos que tienen la capacidad de proponer cambios dentro de la actividad económica a través de la innovación, el mejor aprovechamiento de los recursos, y la generación de riqueza con un alto potencial de crecimiento.

Con respecto a la caracterización económica y demográfica, se entiende que el foco debe estar en los sectores donde menos se ha desarrollado este concepto, principalmente silvoagropecuario, artesanos, crianceros entre otros, que hoy día está tomando en cuenta la actividad turística como una actividad interesante para su diversificación.. Los jóvenes que hoy integran la educación básica, media y universitaria, deben ser los motores de este proceso, de manera que puedan integrarse más tempranamente al desarrollo de nuevos emprendimientos, no como entes pasivos, sino que como los generadores de ideas y creadores de riqueza.

Implementar un programa de fomento al emprendimiento, que se refiere a la articulación de servicios públicos y la asesoría directa del municipio como intermediario entre estos y los empresarios turísticos. El municipio deberá informar, apoyar la ejecución de instrumentos de fomento, realizando seguimientos, charlas y portafolio de proyectos.

El programa deberá estar a cargo de un equipo de profesionales de diversos departamentos del municipio, Fomento productivo, turismo, obras, entre otros.

Actividades/Acciones

- Desarrollar un portafolio de proyectos a nivel grupal e individual de los empresarios y emprendedores que estén relacionados directa o indirectamente con el turismo. Este portafolio.
- Asesoría y charlas del municipio (patentes municipales, recepción municipal) y de instituciones públicas relacionadas con la formalización de emprendimientos (SII, Autoridad Sanitaria, Sernatur, etc). Estas charlas se deberán realizar semestralmente en localidades de la comuna.
- Asesorías y charlas de instituciones relacionadas con fomento productivo (FOSIS, SERCOTEC, CORFO, SENCE, INDAP, etc.), estas asesorías deberán gestionarse para que se realicen a lo menos una vez en el año.
- Organizar un concurso anual de emprendimiento comunal, el objetivo del Concurso es estimular la creatividad y diversidad empresarial, mediante la promoción de las iniciativas más significativas en cuanto a mejoras de productos, procesos, formas de asociación u otras alternativas innovadoras que, desde la diversidad de oportunidades y desafíos de la comuna y la región, aporten al desarrollo y crecimiento del sector y de la sociedad.
- Organizar en conjunto con empresarios, ferias y workshop comunales invitando a otras comunas de la región a conocer la oferta turística local y compartir experiencias, esta feria debe organizarse entre Septiembre y Noviembre.
- Apoyar iniciativas en materia de fomento al emprendimiento a jóvenes. Entre estas iniciativas destacan, según el nivel escolar, temas como los siguientes: la ciudad, la región,

la globalización de los mercados, los fundamentos del emprendimiento, el proyecto económico personal y familiar, la organización empresarial, el trabajo en equipo, la empresa turística y la creación de una empresa virtual.

- Impulsar la creación de una mesa de trabajo donde participe el Ministerio de Economía ,y el Ministerio de Educación para estudiar la factibilidad de insertar el emprendimiento curricularmente dentro de la enseñanza básica y media.

8.2.2.3 Programa Innovación ,competitividad y calidad turística

Entendiendo las cualidades de la comuna de Monte Patria y la alta competencia es necesario trabajar para el desarrollo de ofertas distintivas, sustentables y de alta calidad abordando los desafíos de innovación asociados a capturar para la comuna así permitir la generación de ingresos presente en su patrimonio natural y cultural.

Los nuevos desafíos vienen impulsados por unas mayores exigencias de los consumidores de turismo y de la sociedad en su conjunto en un contexto de creciente poder por parte de los y las clientes y de acceso a la información, de factores de índole socio-demográfico, cultural, tecnológico o ambiental que van a obligar, están ya de hecho haciéndolo, a repensar y transformar parte de los fundamentos y modelos de gestión de oferta y demanda públicos y privados que han marcado el desarrollo turístico en las últimas décadas.

Actividades/Acciones

- Mejoramiento de calidad de la planta turística tanto en infraestructura como en información y servicios entregados al visitante. Este mejoramiento de calidad, debe estar a lineada con la existencia del programa especial que realiza SERNATUR, en términos de visitar in situ a las empresas turísticas de los territorios para su incorporación en el registro nacional de proveedores turísticos, se produce una sinergia que permitiría monitorear sus niveles de calidad. De todos modos no todos los servicios están normados como la artesanía y gastronomía, por lo que debe estar acompañado con programas de capacitación y campañas en terreno. Este trabajo debe desarrollarse tomando en cuenta la de la base de datos, donde se conoce que empresarios están dispuestos a implementar las normas de calidad y certificarse con el sello. Se debe realizar una ccampaña periódica en terreno para determinar el nivel de calidad de las empresas de la comuna, además de la intervención de instrumentos que apoyan la implementación del Sello de Calidad. Se debe fijar Calendario de visitas semestral y realización de jornadas de campañas de normas de calidad.
- Implementar una campaña de rescate y fomento de las tradiciones, enfocado en incorporar las preparaciones, productos locales y artesanía de la comuna. Se debe realizar una campaña referente al desarrollo de actividades culturales como festividades costumbristas realizando un calendario anual, eventos culturales, muestras gastronómicas, creación de escritos, concursos culturales, bancos fotográficos entre otros. Esto debe estar organizado por el municipio, juntas de vecinos, asociaciones y agrupaciones locales.

- Poner en valor el patrimonio arqueológico de la comuna como elemento primordial en el desarrollo turístico comunal. Esto a través del incentivo a realizar estudios, seminarios y publicaciones relacionadas al pasado y testimonio arqueológico de la comuna. Dentro de esto es importante elaborar un manual del patrimonio rural donde la Arqueología sea un punto importante que pueda ser difundido en las escuelas, bibliotecas a nivel comunal y regional.
- Integración en circuitos y productos regionales relacionados con cielos limpios y observatorios. La comuna debe integrarse dentro de la oferta regional y provincial para que los diversos polos turísticos puedan contener una variada oferta de atractivos, productos y servicios para así lograr atraer la mayor cantidad de turistas. Es por esto que es sumamente importante que la comuna se integre a la oferta del valle del Limarí y la ruta de las estrellas de la Región de Coquimbo, debe tener infraestructura, información y promoción adecuada, lo que permitirá agrupar la oferta para facilitar la comercialización y fomentar su difusión. Esto se debe realizar a través de una vinculación con la comuna de Ovalle, Combarbalá, entre otras en una primera instancia desarrollando actividades en conjunto, folletería integrada y mapas turísticos.

8.2.3 Fuentes de financiamiento eje estratégico.

- Programa de emprendimiento local (PEL);
- Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO) – CORFO
- Capital Abeja Emprendimiento Y Empresa; Asesoría Empresarial; programa de SERCOTEC Capital semilla; programa de SERCOTEC que financia obras de infraestructura para empresas micro y pequeñas.
- Gestión de la Innovación en Empresas Chilenas – CORFO
- Asesorías Empresariales – SERCOTEC.
- Fomento a la Calidad (FOCAL) – CORFO.
- Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP) – CORFO
- Programa de Difusión y Transferencia Tecnológica (PDT) – CORFO.
- Servicio de Asesoría Técnica (SAT) – INDAP
- Fondo de Asistencia Técnica (FAT) Producción Limpia –CORFO
- Nodos para la Innovación – CORFO
- Fortalecimiento Asociaciones MIPES – SERCOTEC.
- INSTRUMENTO FONDART – Fondo de Desarrollo Cultural y las Artes- MODALIDAD Concurso Público y ventanilla abierta por excepción - Fomentar el desarrollo de las artes y la cultura en las áreas artísticas de artes visuales, fotografía, nuevos medios, artes circenses, danza, teatro, artes integradas, artesanía, el área de arquitectura y diseño.
- EMPRENDE MÁS – FOSIS.
- PROGRAMA DE APOYO A ACTIVIDADES ECONÓMICAS (PAAE) –FOSIS
- PROGRAMA DE INVERSIÓN EN EFICIENCIA ENERGÉTICA- Corfo

8.3 Eje estratégico N° 3 formación continua en turismo.

Las actividades de participación ciudadana, permitieron visualizar que los actores de de la comuna de Monte Patria poseen ciertas brechas en la profesionalización de la actividad turística, o en materias relacionadas directamente con el emprendimiento y la actividad empresarial. Por lo anterior, se hace necesaria la creación e implementación de un programa formativo al corto y mediano plazo, con características que entregue las competencias laborales pertinentes para que el territorio cuente con mano de obra calificada y por ende entregar servicios de mayor calidad.

La comisión que se preocupe de este eje estratégico deberá tener entre sus filas a representantes de organismos públicos que cuentan con instrumentos relacionados con capacitaciones, además, de representantes de instituciones educacionales que puedan guiar la forma en que se trabaja para profesionalizar la actividad en la comuna.

8.3.1 Objetivos estratégicos asociados

- Diseñar un programa de educación del patrimonio natural, cultural y conciencia turística
- Generar acciones y actividades relacionadas con la protección del medio ambiente y descontaminación.
- Generar un programa de protección y difusión de la identidad y vida rural.
- Promocionar el uso de energías limpias y renovables.

8.3.2 Plan de Acción

A continuación, se presenta el plan de acción integrando planes, programas y proyectos con sus respectivas acciones y/o actividades, así mismo las fuentes de financiamiento como propuesta.

8.3.2.1 Formación y profesionalización del turismo

El desarrollo de capital humano para la actividad turística busca que los prestadores de servicios de la comuna cuenten con las habilidades para planificar, difundir, implementar y operar la oferta turística, lo cual hace indispensable que los actores directos e indirectos del turismo estén educados y capacitados, tanto en el sector privado como en el público.

Actividades/Acciones

- Diseñar un programa de conciencia turística, educación del patrimonio natural y cultural de la comuna en los liceos y comunidad en general, que permita a sus habitantes valorar su patrimonio e informar a los visitantes.
Existen diversas formas de crear conciencia turística, este programa estará orientado a la comunidad, actores turísticos y a los turistas con el fin de que se cuide, valore y proteja los recursos de la comuna. Es relevante tomar en cuenta las buenas prácticas sustentables desarrolladas por Sernatur así unificar criterios para la implementación de buenas

prácticas turísticas y generar sentido de pertenencia. Una forma de adquirir conciencia sobre la actividad turística es a través de la educación y una manera de lograrlo es a través de la participación de talleres de capacitación continua, programas radiales, boletines, y difusión a través de medios sociales como Facebook, dirigida a actores claves de la población local, donde se les involucre de forma activa y se les haga tomar conciencia sobre el rol que deben cumplir frente al desarrollo sustentable del turismo.

Las principales temáticas de este programa son:

- Protección del medioambiente.
 - Gestión de la basura.
 - Patrimonio cultural y local de la comuna.
 - Energías alternativas y renovables.
 - Turismo sustentable
- Se debe además realizar las siguientes actividades tomando en cuenta la estrategia nacional de turismo que puedan complementar este programa:
 - Elaborar y difundir material educativo sobre las buenas prácticas turísticas.
 - Desarrollar una plataforma de difusión e intercambio de información en línea con material de la comuna.
 - Diseñar un plan de capacitación de las comunidades y otros actores de la oferta turística cultural respecto del reconocimiento, respeto y puesta en valor de su patrimonio e identidad, junto con promover el desarrollo local equitativo y justo.
 - Promover el cuidado y puesta en valor de los productos y la oferta turística cultural, apoyándose en la política, las líneas y programas del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), las regulaciones del Consejo de Monumentos Nacionales (CMN), y todas las instituciones que velen por la protección del patrimonio.
 - Implementar un programa de capacitación entre los integrantes de las organizaciones turísticas del territorio que finalicen en una aplicación concreta en las iniciativas. Debe contener, al menos los siguientes módulos:
 - Conciencia turística.
 - Inglés.
 - Atención al visitante.
 - Formulación de proyectos y emprendimiento.
 - Arqueo astronomía
 - Astronomía.
 - Arqueología.

8.3.3 Fuentes de Financiamiento.

- Asesorías Empresariales – SERCOTEC
- Acciones de Formación Empresarial – SERCOTEC
- Servicio de Asesoría Técnica (SAT) – INDAP
- Franquicia tributaria – SENCE
- Bono Empresa y Negocio – SENCE
- Municipio.
- CNCA – Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
- INSTRUMENTO FONDART – Fondo de Desarrollo Cultural y las Artes- MODALIDAD Concurso Público y ventanilla abierta por excepción - Fomentar el desarrollo de las artes y la cultura en las áreas artísticas de artes visuales, fotografía, nuevos medios, artes circenses, danza, teatro, artes integradas, artesanía, el área de arquitectura y diseño.

8.4 Eje estratégico N° 4 Organización del destino

Este eje es la base para la conformación de un destino turístico sostenible, por cuanto posee las dos estrategias fundamentales que son asociatividad; vinculada a que la población local, actores turísticos, emprendedores y empresarios puedan generar una intervención desde su propia iniciativa y mirada de los recursos turísticos y; gobernanza, que implica tomar el control del destino en toda su inmensidad, generando redes de trabajo que logren gestionar tanto a nivel interno como externo.

La gobernanza y asociatividad se encuentra ligada al modelo de gestión del destino propuesto en el capítulo anterior, que implica la creación de una Organización de Gestión del Destino que identifique el tipo de organización a implementar y sus redes precursoras e institucionalidad futura, además de la definición de actores vinculantes actuales y potenciales, sus objetivos, sus roles y funciones, los procedimientos vinculantes, y el sistema de financiamiento de estructura operativa.

8.4.1 Objetivos estratégicos asociados.

- Generar estrategias y trabajo en conjunto con otras comunas y municipios
- Desarrollar un programa dentro del municipio para el desarrollo turístico
- Crear una organización de destino mixta entre municipio, Sernatur y empresarios turísticos

8.4.2 Plan de Acción.

A continuación, se presenta el plan de acción integrando planes, programas y proyectos con sus respectivas acciones y/o actividades, así mismo las fuentes de financiamiento como propuesta.

8.4.2.1 Plan de Articulación y puesta en marcha organizacional Comuna de Monte Patria

El desarrollo de una organización que pueda administrar el destino, cualquiera sea su nivel requiere intervenciones creativas y concertadas, que se instalen sobre una plataforma transversal de apoyo al desarrollo y gestión turística; que de forma inclusiva persiga contribuir a la competitividad productiva del territorio, generando beneficios en conjunto para la comunidad local y sus empresas asociadas, permitiendo consolidar una oferta de productos y servicios acordes a los requerimientos del mercado turístico como primera instancia a nivel regional.

La estructura de sustento de esta organización para la comuna está dada por la mesa de turismo que ya ha estado trabajando en diversos ámbitos del desarrollo turístico comunal. Es importante dar un paso más y lograr una gestión adecuada para la administración de toda la comuna, en vías de lograr una Organización de gestión de destinos (OGD) en el futuro.

Para el presente Pladetur, se propone consolidar la mesa de turismo convirtiéndose en un ente que represente a toda la comuna trabajo asociadamente con el municipio y con instituciones públicas relacionadas.

Esta consolidación se basa en un comité que considera al menos dos componentes, siendo estos:

- Liderazgo organizacional representado en un grupo directivo público-privado o directorio.
- Consolidación de una estructura de gestión profesionalizada y orientada al cumplimiento de objetivos estratégicos, financiada con aportes públicos en un inicio, y mixtos en el mediano plazo.

El desarrollo organizacional y el lograr una organización representativa del territorio, se convierte en una instancia de coordinación y organización de la acción, orientada a articular y validar entre los diversos agentes del desarrollo turístico local y regional estrategias, proyectos e iniciativas que contribuyan al posicionamiento competitivo de la comuna de Monte Patria en materia turística.

Los valores en los que se debe fundar esta organización son tres, y dan cuenta de los elementos intangibles que rodean las intenciones y el espíritu de creación de esta:

Unidad: promover el trabajo bajo estructuras unitarias, que tiendan a agrupar los esfuerzos en torno a los grandes objetivos del desarrollo integral de la comuna de Monte Patria.

Inclusividad: generar canales y mecanismos para favorecer la incorporación y representación de todas las personas y organizaciones vinculadas a la actividad turística la comuna de Monte Patria.

Responsabilidad: favorecer el desarrollo del turismo responsable como una opción de desarrollo comprometida con el destino y su gente, generando oportunidades para la atracción de turistas responsables social y ambientalmente.

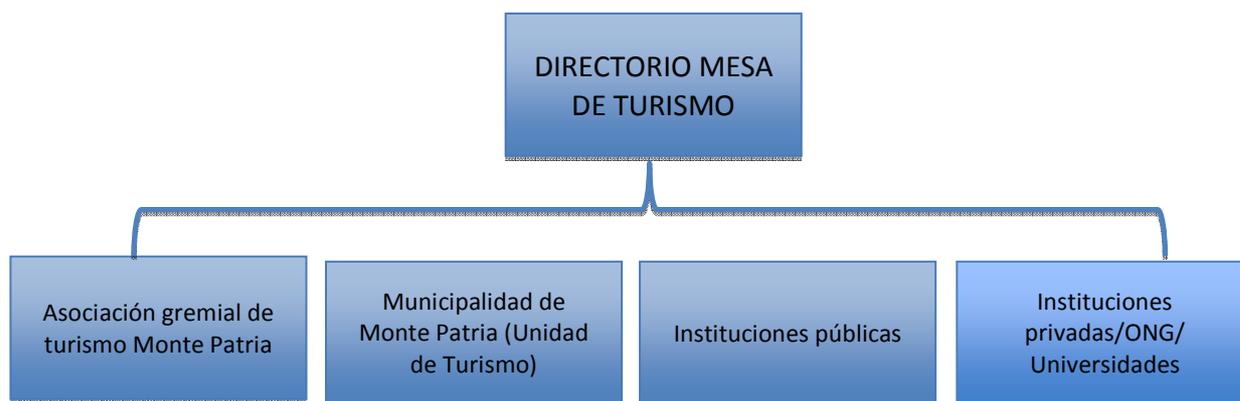
Una organización consolidada, participativa, vinculada con otras instituciones y que represente al territorio completo permite mejorar el posicionamiento turístico de Monte Patria, integrando sus diferentes clústers de experiencias (trabajo relacionado con el guión territorial), por medio del fortalecimiento de una cartera de productos competitivos y la mejora del entorno para la inversión público-privada con encadenamientos sectoriales en la Región.

Por otro lado permite Incrementar la **competitividad**, diferenciándolo por la singularidad de sus recursos y la sustentabilidad de sus productos además de optimizar la **promoción y difusión** turística del destino esto permite el posicionamiento de una imagen única, orientada a segmentos de mercado específicos tanto regionales, nacionales como internacionales.

Esta organización (Mesa de turismo) debe además, promover y orientar la **inversión pública y privada**, desarrollada en beneficio de la consolidación turística del destino, no ser un actor pasivo en el desarrollo turístico así difundir y aumentar el nivel de **responsabilidad turística** de la ciudadanía y los actores sectoriales todo esto considerando el turismo como eje dinamizador económico-productivo y socio-cultural de la región.

El desarrollo organizacional de la mesa de turismo se propone bajo una estructura jerárquica definida en un Directorio, quien delega en una fase inicial las tareas de coordinación operacional a una secretaria técnica compuesta por SERNATUR región de Coquimbo, el cual cuenta con recursos y capacidad humana suficiente para apoyar en el seguimiento de los programas y proyectos priorizados por recursos públicos y privados nacionales y extranjeros vinculados al desarrollo turístico, utilizando para esto el programa vigente de turismo municipal, con el fin de mantener la comunicación estratégica con los actores público-privados presentes en la comuna de Monte Patria.

Se propone que los empresarios turísticos conformen una asociación gremial para que puedan ejecutar proyectos relacionados con el Pladetur y otros proyectos e ideas generadas en esta mesa, por lo que esta organización del destino quedaría formada de la siguiente manera:



La mesa de turismo se encargará de la coordinación del proceso de **implementación del Pladetur** de la comuna además de la definición sobre la incorporación de **nuevos miembros** y elaboración de pronunciamientos corporativos, en relación a materias que afecten al desarrollo del turismo en la comuna.

Actividades/Acciones

- Los Actores locales , turísticos y municipales conocen en terreno la oferta turística del destino de forma completa, esto a través de una gira técnica interna para que los actores se conozcan y puedan generar experiencias que permitan enriquecer el desarrollo organizacional y turístico.
- Desarrollo e implementación de un sistema de representación por valle para la gestión del destino, articulada con la mesa de turismo que ya está trabajando en el territorio, para esto se propone trabajar con redes con un representante por territorio.
- Elaboración de manera consensuada por los representantes de las comunidades de los 5 valles de la comuna un estatuto de la organización que administra el destino como lo es la mesa de turismo donde se estipulen funciones de la directiva, periodos de elección de representantes y sistema de convocatorias . Es sumamente importante que se conforme una directiva publico privada que logre representar a las localidades pero de una manera organizada.
- Identificación de las oportunidades de inversión en iniciativas locales vía instrumentos de fomento productivo del Estado y alianzas estratégicas con empresas presentes en el territorio o a nivel regional.
- Informar a las directivas locales de la ejecución de los programas y proyectos en cada localidad.
- Concentrar la información de circuitos y actividades turísticas de manera central y actualizada de los productos turísticos de todas las localidades.
- Organizar el calendario de eventos y festividades programados en cada localidad.
- Identificar al menos un circuito o actividad turística por localidad para introducirla en la oferta regional de manera encadenada con los tours que actualmente se realizan.
- Crear y administrar un sitio web con su respectiva estrategia de redes sociales, donde se vierta la información del trabajo realizado por la mesa de turismo, este será de responsabilidad del directorio o mesa de turismo con apoyo de la gestión municipal.
- Constituirse como agente facilitador entre los organismos estatales de fomento productivo y empresa privada (empresarios turísticos locales), para la consecución de mejoras en la planta turística y la creación productos turísticos.
- Constituirse como un agente consultor a considerar por las instituciones públicas y privadas a nivel provincial y regional, respecto de los proyectos de intervención industrial, de infraestructura y de explotación de los recursos naturales de la comuna.
- Realizar semestralmente a una asamblea informativa y/o resolutive.
- Circular semestralmente un informativo dirigido a los empresarios turísticos del destino.
- Establecer un sistema de seguimiento a la sustentabilidad de la industria turística en el destino que considere la mantención y conservación de los recursos naturales y culturales.
- Desarrollo de talleres de liderazgo y conflictos para el desarrollo organizacional.
- Crear una organización con personalidad jurídica, se propone una Asociación gremial para los empresarios de la comuna.
- Desarrollo de mesa público privada entre mesa de turismo, municipio e instituciones públicas.
- Postulación a fondos concursables para organizaciones.

8.4.3 Fuentes de Financiamiento.

- Programa de Transferencia Tecnológica (PDT) de Innova Chile de CORFO
- Nodos para la Innovación – CORFO
- FONDO DE INICIATIVAS LOCALES PARA ORGANIZACIONES SOCIALES MIN. SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO
- CORFO -INSTRUMENTO Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)- Apoyar iniciativas de un grupo de al menos tres empresas, que busquen materializar una idea de negocio común con el fin de mejorar su competitividad. El nuevo proyecto puede instalar y/o fortalecer las capacidades técnicas, productivas, financieras, asociativas y de gestión de las empresas para la formación de un nuevo negocio y/o la implementación de nuevas estrategias de negocios que las hagan más rentables, competitivas y sostenibles en el tiempo.
- FORTALECIMIENTO DE ORGANIZACIONES GREMIALES Y EMPRESARIALES - SERCOTEC

8.5 Eje estratégico N° 5 Difusión, promoción y marketing experiencial.

Durante la etapa de conformación e implementación del destino debe existir una difusión interna entre los actores del destino, tanto a los que participaron en el proceso como a los que no, ya que es la manera de involucrar a la población de manera directa e indirecta. Asimismo, en la medida que se vayan poniendo en valor las experiencias y generando nuevos productos es necesario contar con un plan que guíe el proceso de promoción y comercialización y ejecute acciones tácticas de posicionamiento del destino.

La comisión que se encargue de este eje estratégico, además, de contar con la participación de los privados y un municipio, deberá estar integrado por SERNATUR, ya que estos últimos cuentan hoy en día con fondos para la promoción y el marketing de los destinos prioritarios de la región de Coquimbo.

8.5.1 Objetivos estratégicos asociados

- Desarrollar estrategias de marketing experiencial.
- Posicionar la Comuna a nivel Regional.
- Desarrollar un estudio de mercado específico para la comuna
- Posicionarse como destino turístico a nivel local y comunal

8.5.2 Plan de Acción.

A continuación, se presenta el plan de acción integrando planes, programas y proyectos con sus respectivas acciones y/o actividades, así mismo las fuentes de financiamiento como propuesta.

8.5.2.1 Programa promoción turística comunal

El principal objetivo del Programa es promover a Monte Patria a nivel Regional, tomando en cuenta las experiencias turísticas. Para ello, se diseña una propuesta, el cual orienta y focaliza nuestros recursos de marketing y financieros. Esto permitirá, la ejecución de acciones promocionales consistentes y sistemáticas en los mercados más favorables para el turismo de la comuna. El marketing de hoy es muy distinto al de la década del 50 en donde todo giraba más bien en generar un producto de calidad a un segmento de mercado amplio sin ahondar mucho en sus características individuales. Actualmente las empresas de turismo exitosas están adoptando un modelo de relación holística, más centrada en el cliente, y construida sobre un diálogo entre las marcas y los clientes. Al hacer esto, están considerando y diseñando la experiencia 'total' de sus marcas. Actualmente, se habla de un marketing relacional o de individualización masiva, en donde la diferencia entre un producto o servicios turísticos no está dada por un equipamiento de lujo o las estrellas de un hotel, sino por la experiencia que se desea entregar al cliente o turista.

Arhippainen y Tähti (2003) definen la Experiencia del usuario sencillamente como la experiencia que obtiene el usuario cuando interactúa con un producto en condiciones particulares. Mientras que Arhippainen (2003) la define como las emociones y expectativas del usuario y su relación con otras personas y el contexto de uso.

Otra definición esclarecedora es la de Knapp Bjerén (2003) el que la describe como "el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones del usuario resultado de la interacción con un producto; es resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño del interfaz", especificando no sólo de qué fenómeno es resultante, sino también qué elementos la componen y qué factores intervienen en la interacción.

Actividades/Acciones

- Unificar la información respecto a los atractivos y actividades en toda la comuna. Esta unificación debe estar relacionada con las experiencias del territorio relacionado con la Vida Rural, Producción Local, Arqueología, Astronomía y Sustentabilidad.
- Generar una información turística unificada relacionada con las experiencias de la comuna que pueda servir de base para estrategias en redes sociales, folletería, que deberá estar presente en oficinas turísticas regionales y Santiago.
- Posicionarse en internet y redes sociales, a través de una estrategia de redes sociales constante, donde la experiencia sea el factor principal en la promoción.
- Generar vínculos con otras rutas turísticas de la región, en especial con rutas relacionadas con el pisco, astronomía, y patrimonio arqueológico, para encadenar visitas y actividades al aire libre.
- Realizar una campaña de imagen turística de la comuna en la región de Coquimbo.

8.5.2.2 Plan de estrategias comunicacionales

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estrategia. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión

Es importante señalar, que el foco prioritario estratégico comunicacional a corto plazo será captar principalmente a los turistas que visitan el destino (por otros motivos) y en los destinos cercanos (Combarbalá, Ovalle, entre otros) para re direccionarlos a este producto. Es decir, se deberá destinar más recursos para generar este posicionamiento en este mercado ya cautivo.

Paralelamente, para ir poco a poco abriendo y captando el mercado en otros lugares emisores, se propone justamente el desarrollo de la tecnología en red para generar una comunicación promocional que atraiga un público final.

La Estrategia comunicacional son acciones para llevar la oferta turística al mercado y sobrevivir en el tiempo. Sin acciones estratégicas, fácilmente se puede perder el rumbo y perder la oportunidad comercial de la actividad turística..

Estas estrategias, es una combinación de herramientas que permiten dentro de la realidad local llegar al mercado que se busca. Las siguientes acciones, están relacionadas con el diagnóstico turístico realizado para este Pladetur y la realidad de las empresas locales.

Actividades/Acciones

- Promoción invitación por medio de empresas de cupones de descuento. En concordancia con las nuevos canales de promoción y comercialización a través de empresas de cupones electrónicos de descuentos, los nuevos productos de nichos que se han diseñado podrían promocionarse como oferta de lanzamiento o temporada. Para esto se propone que los empresarios que quieran participar generen una oferta, descuento especial para esta cuponera, la cual se promocionará en redes sociales, sitio web e impresa en puntos estratégicos de la comuna y de la región.
- Desarrollar y posicionar un sitio turístico dentro de esta red social, donde se pueda informar al consumidor final de las promociones, material audiovisual y otros elementos que incentiven a la visita de la comuna con sus respectivos ejes temáticos, organizado y estructurado de manera interesante, coherente y afín a las necesidades de los prestadores de servicios.
- Estudio de Mercado. Se debe elaborar un estudio de mercado específico de la comuna, a través de encuestas presenciales en el destino, en cuentas online y en las diferentes

empresas que quieran participar en la comuna. La muestra debe aplicarse en diversas temporadas (alta y Baja) para que tenga mayor efectividad. Por otro lado se deben efectuar encuestas de motivación de destino en puntos estratégicos como la Serena, Ovalle, etc.

- Desarrollo de Folletería en Alojamientos, servicios turísticos y Oficinas de Información Turística. Elaboración de un folleto corporativo de que se desean promover para la temporada 2014-2017 Los folletos deben hacer con una proyección a 1 año cuando son productos son estables. Por lo tanto la edición de éstos deberá orientarse a un volumen razonable de potenciales lectores. Evitar la impresión de folletería ausente de enfoque estratégico.
Debe ser una folletería con muchas fotografías de turistas interactuando en los diferentes productos. Tal como se ha señalado anteriormente, no mostrar fotos paisajísticas sin nadie. El turista de hoy desea verse proyectado en el lugar.

8.5.3 Fuentes de Financiamiento

- Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO) – CORFO
- Nodos para la Innovación – CORFO
- Guía de Marketing Online – CORFO y Google.
- CAPITAL SEMILLA, ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN CORFO
- PROMOCIONES Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN PARA ARTESANÍA Y PRODUCTOS GOURMET -Sercotec

9. SEGUIMIENTO DEL PLAN

Para que las estrategias propuestas en el PLADETUR sean ejecutadas, es necesario que los encargados hagan un trabajo de monitoreo (seguimiento), acción que proporcionará la información que permitirá seguir el avance de los programas, acciones, estudios y otras actividades, esto con el fin de adoptar medidas destinadas a identificar falencias y aplicar medidas correctivas.

La evaluación por su parte, hace posible conocer sistemática y objetivamente la pertinencia, eficacia y eficiencia de las actividades desarrolladas y sus efectos e impactos sobre los beneficiarios.

El seguimiento del pladetur, lo realizará la mesa de turismo con sus respectivas comisiones formadas según los ejes estratégicos. Se conforma a partir de los servicios públicos, municipio, Asociación gremial, ONG, entre otros, que con financiamiento propio y/o objetivos establecidos, se encuentran relacionados con la comuna de Monte Patria, los cuales se coordinarán directamente con el Directorio de la mesa de turismo, canalizando temas pertinentes al desarrollo turístico, proponiendo metodologías, focalización sus recursos y visualizando escenarios para las futuras intervenciones.

9.1 Sistema de control.

La ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Comunal debe contemplar un sistemático Control y Evaluación, que permita retroalimentar y asegurar la vigencia del Plan y el desarrollo turístico comunal.

El control y evaluación del plan se realizará de forma participativa y se tomarán como base de crecimiento turístico, índices que puedan ser comparables a escala local, regional y nacional.

- **Asamblea General de la mesa de turismo.**
 - Reunión anual, realizada posterior al término de alta temporada.
 - Se convoca a todos los actores turísticos directos e indirectos de desarrollo local.
 - Se dan a conocer los resultados de los indicadores turísticos anuales.
 - Se dan a conocer los proyectos comenzados durante el año y sus respectivos avances.
 - Se dan a conocer los proyectos que se comienzan a implementar.
 - Se presentan cambios en el Plan por identificación de nuevas acciones u obsolescencia de alguna de ellas.
 - Se reciben nuevas propuestas.
 - Se discuten los avances del Plan.
 - Se organizan y planifican los esfuerzos promocionales turísticos comunales.
 - Se organizan y planifican las temporadas turísticas.
 - Se analizan las alianzas estratégicas.

- **Consejo Municipal**
 - Reunión semestral.
 - Se reúnen el consejo municipal, encargado de todos los departamentos municipales y el encargado de turismo municipal.
 - Se dan a conocer los avances del Plan.
 - Análisis de las alianzas estratégicas
 - Comisión de Tripartita de Desarrollo Turístico

Los indicadores estarán enfocados en el impacto interno del turismo y comparar este respecto a la realidad regional y nacional. Los indicadores tienen como fuente las encuestas aplicadas en las oficinas de información turística, información cedida voluntariamente por los prestadores de servicios turísticos e información municipal sobre la actividad.

- **Indicadores comunales de la actividad turística**
 - Monto de inversión anual en proyectos turísticos comunales.
 - Personal empleado en el sector productivo (local y foráneo).
 - Aumento o decrecimiento comunal de los ingresos percibidos por turismo.
 - Incremento o declinación de los flujos turísticos.
 - Gasto promedio del turista.

- Promedio de Estadía.
- Tipo de alojamiento turístico utilizado.
- Origen de los turistas.
- Medio de información que motivó la visita.
- Tendencia de los mercados.
- Comparación a nivel regional y local de los indicadores

9.2 Responsables.

Los responsables de la ejecución del Pladetur corresponde a las unidades de trabajo locales, donde se articulan los proyectos, planes y programas vinculados con el turismo, definidos prioritariamente a través del PLADATUR.

Las comisiones estarán compuestas y distribuidas por los entes privados miembros del Directorio de la mesa de turismo, de acuerdo a la lógica de trabajo por valles. Lo anterior implica que Monte Patria comience a trabajar de manera territorial, no velando únicamente por los intereses particulares de un valle si no visualizando un desarrollo como comuna. Para esto, las comisiones deberán ser trabajadas de acuerdo a cada eje estratégico definido, donde cada uno tiene proyectos específicos que son atingentes a todo el territorio, como una unidad estratégica capaz de integrarse en pos de objetivos compartidos.

Cada comisión por valle, deberá contar con un representante que dirija la misma, uno o más representante de organismos públicos que se relacionen con la temática del eje temático y un grupo de empresarios/emprendedores/actores del territorio.

- Atribuciones y dinámica de operación de las Comisiones de Trabajo Locales:
 - Su función básica se orientará al desarrollo de ideas, proyectos y/o programas tendientes a canalizar instrumentos y/o fondos concursables, sectoriales o inversión privada, capaces de contribuir a los objetivos planteados por el Pladetur.
 - Se reunirán de acuerdo a un plan de trabajo desarrollado por sus miembros y coordinado por el encargado de turismo del municipio. Este grupo de trabajo deberán considerar indicadores de logro frente a los cuales cada comisión deberá ser evaluada en sus resultados.
 - Las comisiones sesionarán de forma autónoma, donde sus integrantes determinarán los tiempos y lugares de reunión.
 - Las comisiones podrán invitar a profesionales, expertos u otros, para asesorarse sobre temas específicos, los invitados no serán parte constitutiva de la comisión.

- Deberes y atribuciones de los Integrantes de las Comisiones de Trabajo Locales:
 - Participar de las reuniones de la Comisión, convocada por los encargados de turismo de cada municipio y/o la secretaria técnica operativa (Sernatur).
 - Ser informados oportunamente de los acuerdos y actuaciones de la Comisión.
 - Solicitar reuniones extraordinarias para el tratamiento de temas de importancia previa aprobación de los entes coordinadores.

- Conocer las actas de la Comisión de trabajo.
- Participar en las reuniones ordinarias y extraordinarias de la Comisión.
- Respetar las opiniones y actitudes de sus pares.
- Cumplir con los acuerdos válidamente adoptados, aun cuando no haya asistido la reunión en la cual se formuló el acuerdo.

Por otro lado se proponen colaboradores estratégicos al plan a partir de los equipos técnicos como Universidades, Consultoras, ONG, Servicio país y otros principalmente regionales, que se encuentran relacionados con la gestión turística del destino, estos se coordinarán directamente con el Presidente, los Miembros del Directorio y la Coordinación Operativa, según sea el caso. Su función básica se orientará a la canalización y ejecución territorial de las ideas, proyectos y/o programas sobre la base de instrumentos y/o fondos concursables, sectoriales o de inversión privada, capaces de poner en marcha los ejes estratégicos priorizados por el Pladetur.

10. GESTIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

Una vez definida la plataforma estratégica se inicia la construcción del Plan de Acción que permitirá operatividad todos los lineamientos y elementos constitutivos de la plataforma estratégica del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO, es decir, se trata de que los objetivos estratégicos planteados, se deban concretar en acciones con metas claras y la formulación de los respectivos indicadores, identificando los responsables y fechas de inicio, fin y evaluación.

EJE ESTRATEGICO	PLAN/PROGRAMA/PROYECTO	ACCIONES/ACTIVIDADES	META	PLAZO	INDICADOR	RESPONSABLE	MONTO
N°1 Inversión en turismo	Sistema turístico integrado de Monte Patria	Creación e implementación de Museo del Patrimonio Rural y Centro de Interpretación de Monte Patria	Desarrollo de Estudio Técnico y legal	2015	Documento con resultados de estudio técnico y legal del centro y museo.	Agentes públicos que poseen las competencias y recursos para ejecutar grandes obras de infraestructuras y los que tienen herramientas para generar proyectos que apoyen el desarrollo turístico del destino. Se propone que una comisión (una vez desarrollado la organización) que se haga cargo de este eje estratégico cuente con la participación de la Dirección de Vialidad, Bienes nacionales, consejo de monumentos nacionales, la Dibam , etc. El objetivo es que esta comisión tenga acceso a cada proyecto del territorio y vinculado a Monte Patria, ya sea que se encuentre en fase de idea, diseño y/o ejecución con el fin de poder intervenir desde la perspectiva del guión territorial (propuesta para este Pladetur) para el fomento de la vivencia de las experiencias turísticas propuestas.	45 UF x mt2 aprox.
			Proyecto elaborado y postulado	2015	Documento entregado a los fondos pertinentes. Comprobante de postulación Proyecto elaborado y postulado.		
			Mejoramiento de infraestructura	2017	Acta de finalización de mejoramiento. Recepción final		
			Plan de Montaje	2017-2018	Documento elaborado. Colecciones/piezas, Paneles/Fotografías instaladas		

Calendarización de festividades y Encuentros	Calendario organizado y difundido por el territorio.	2014-2015	Calendario digital realizado y difundido.		120 UF (inversión Señalética)
	Al menos 5 puntos con Señalética y/o paneles instalados con calendario eventos y actividades.	2017	N° Paneles instalados en cada punto definido.		
Desarrollo de Ruta del Patrimonio Arquitectónico Rural/Ruta de los Crianceros	1 mapa turístico relacionado con tradiciones y costumbres y rutas temáticas.	2017	Mapa turístico instalado.		
Rescate Estación de trenes de Huatulame.	Desarrollo de Estudio Técnico y lega	2015	Documento con resultados de estudio técnico y legal del centro y museo.	Comisión Mesa de turismo más la Agrupación Feriantes Emprendedoras Mujeres de Huatulame	Se estima un monto de 25 UF por mt2
	Remodelación de Estación de Trenes de Huatulame.	2017	Recepción final de remodelación.	Se compone de 30 integrantes, 15 de ellas dedicadas a la de artesanía en telar y 15 interesadas en ofrecer los servicios de guías turísticas. Actualmente se encuentran ejecutando un proyecto Indap-Prodemu de turismo rural que les capacita como guías turísticas en inglés, gestión, desarrollo personal, arqueología, marketing y tela en lana de ovejas	
	Al menos 7 Puestos habilitados para venta	2017	N° de puestos en funcionamiento.		

Implementación de Paneles de Interpretación del Patrimonio arqueológico	Al menos 5 Paneles de interpretación instalados en el territorio	2017	/N° de paneles instalados	Comisión de turismo antes descrita	Se estima un monto de 100 UF por lugar
Desarrollo de Observatorio Astronómico Comunal natural.	Desarrollo de Estudio Técnico y legal	2016	Documento con resultados de estudio técnico y legal del Observatorio.	Comisión de turismo antes descrita.	45 UF x mt2 aprox..
	Proyecto elaborado y postulado.	2017	Documento entregado a los fondos pertinentes. Comprobante de postulación Proyecto elaborado y postulado.		
	Construcción Observatorio	2018	Acta de finalización de mejoramiento. Recepción final		
Habilitación/Construcción de Centro de Interpretación Ambiental.	Desarrollo de Estudio Técnico y legal	2016	Documento con resultados de estudio técnico y legal.	Comisión de turismo antes descrita	45 UF x mt2 aprox. (Construcción o remodelación más museografía)
	Proyecto elaborado y postulado	2016	Documento entregado a los fondos pertinentes. Comprobante de postulación Proyecto elaborado y postulado.		
	Mejoramiento de infraestructura	2017	Acta de finalización de mejoramiento/construcción. Recepción final Documento elaborado. Colecciones/piezas,		

		Plan de Montaje	2017-2018	Paneles/Fotografías instaladas			
N° 2 Desarrollo de la Oferta turística	Guión turístico territorial	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de un listado de empresas a participar en proyectos de fomento para la implementación del PLADETUR. 	Castro de empresas realizada con al menos 70% de empresarios turísticos de la comuna.	2014	N° de empresas participantes.	Comisión que deberá estar integrada por organismos que ayuden en la implementación de temáticas relacionadas con mejoramiento de la calidad –implementación de normas de calidad; SERNATUR-, programas para aumentar la competitividad de destino –PAE, PDT; CORFO-, fondos para conocer mercados –iniciativas de desarrollo de mercado; SERCOTEC- y/o implementación de modelos de gestión para áreas naturales –SEREMI Medio ambiente.	300 UF, relacionado con: <ul style="list-style-type: none"> Honorarios Profesionales Salidas a terreno Gastos operacionales. Gastos de administración
			Proyectos postulados a lo menos 50% de las empresas postulantes.	2015	N° de proyectos postulados.		
			Desarrollar una oferta de actividades que lleven al turista a vivir las distintas experiencias del territorio.	2016	N° de experiencias implementadas.		
		<ul style="list-style-type: none"> Poner en valor los productos elaborados especialmente para él, estos son el guión territorial y las experiencias turísticas que se derivan del mismo. 	Guión territorial elaborado y aplicado.	2017	N° de empresas que aplican el guión.		

Programa de fomento al emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un portafolio de proyectos. 	<p>Portafolio de proyectos que incluyan a lo menos el 60% de los empresarios turísticos de la comuna.</p>	2015	<p>N° de proyectos formulados.</p> <p>% de empresas participantes.</p>	<p>270 UF por año. Relativo a :</p> <ul style="list-style-type: none"> Horas Hombre. Traslados Gastos operacionales Fondo para concurso. Materiales Inversiones.
	<ul style="list-style-type: none"> Asesoría y charlas del municipio (patentes municipales, recepción municipal) y de instituciones públicas relacionadas con la formalización de emprendimientos 	<p>A lo menos 2 charlas por año.</p>	2017	<p>N° de charlas realizadas.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Asesorías y charlas de instituciones relacionadas con fomento productivo. 	<p>A lo menos una charla anual por institución.</p>	2014-2017	<p>N° de charlas realizadas.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Organizar un concurso anual de emprendimiento comunal. 	<p>Un concurso anual efectuado</p>	2014-2017	<p>N° de concursos efectuados.</p> <p>N° de emprendedores favorecidos.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Organizar en conjunto con empresarios, ferias y workshop comunales 	<p>Un evento realizado por año.</p>	2018	<p>N° de Eventos realizados.</p>	

<p>invitando a otras comunas de la región a conocer la oferta turística local y compartir experiencias, esta feria debe organizarse entre Septiembre y Noviembre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar iniciativas en materia de fomento al emprendimiento a jóvenes. 	<p>A lo menos un taller con estudiantes y jóvenes de la comuna.</p>	<p>2015-2018</p>	<p>Nº de talleres realizados. Nº de asistentes.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la creación de una comisión de trabajo 	<p>Comisión de trabajo constituida.</p>	<p>de 2015</p>	<p>Nº de integrantes. Acta de constitución de la comisión de trabajo.</p>	

Programa Innovación ,competitividad y calidad turística	<ul style="list-style-type: none"> Mejoramiento de calidad de la planta turística. 	<p>El 90% de los empresarios turísticos están formalizados y registrados en Sernatur.</p> <p>El 80% de los empresarios turísticos poseen un diagnóstico de brechas de calidad.</p>	2016	N° de empresarios registrados en SERNATUR	.700 UF en total.
			2016	N° de empresarios que poseen Diagnóstico de Brechas.	<ul style="list-style-type: none"> Honorarios Profesionales Salidas a terreno Gastos operacionales. Gastos de administración
	<ul style="list-style-type: none"> Implementar una campaña de rescate y fomento de las tradiciones. 	<p>Campaña con a lo menos 3 actividades definidas por los actores involucrados realizadas con un 80 % de alcance comunal.</p>	2017	<p>N° de actividades realizadas.</p> <p>% de alcance logrado.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Poner en valor el patrimonio arqueológico de la comuna como elemento primordial en el desarrollo turístico comunal. 	<p>Desarrollar a lo menos 3 publicaciones relacionadas con el Patrimonio.</p> <p>Desarrollar a lo menos un evento relacionado con el patrimonio.</p>	2018	<p>N° de Publicaciones realizadas.</p> <p>N° de eventos realizados</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Integración en circuitos y productos regionales 	<p>Desarrollo de a lo menos 2 productos turísticos.</p>	2017	N° de productos comercializados.		

relacionados con cielos limpios y observatorios.							
N° 3 formación continúa en turismo	Formación y profesionalización del turismo	Diseñar un programa de conciencia turística, educación del patrimonio natural y cultural.	Programa ejecutado con participación de a lo menos 70% de actores directos e indirectos	2016	Registros de Asistencia N° de actores participantes,	La comisión que se preocupe de este eje estratégico deberá tener entre sus filas a representantes de organismos públicos que cuentan con instrumentos relacionados con capacitaciones, además, de representantes de instituciones educacionales que puedan guiar la forma en que se trabaja para profesionalizar la actividad en la comuna.	200 UF por año.
		Implementar un programa de capacitación entre los integrantes de las organizaciones turísticas del territorio	Incorporar en los actores locales técnicas y habilidades en las temáticas de calidad en la atención de clientes, idioma, gastronomía y repostería local, servicio de mucama, alfabetización digital, gestión comercial, especialización en técnicas de artesanía.	2016	Registro de asistencia N° de actores locales participantes. N° de Talleres realizados.		

N° 4 Organización del destino	Articulación y puesta en marcha organizacional Comuna de Monte Patria	<ul style="list-style-type: none"> Los Actores locales , Turísticos y municipales conocen en terreno la oferta turística del destino de forma completa. 	Gira interna comunal	2015	N° de participantes. Registro de asistencia. N° de iniciativas visitadas.	Se propone que las comunidades de los 5 valles se coordinen y formen una red de trabajo que logre desarrollar e implementar un modelo organizacional que permita orientar y gestionar la actividad turística de la comuna	700 UF.
		<ul style="list-style-type: none"> Implementar un sistema de representación por valle . 	Desarrollo organizacional representativo de los valles de la comuna.	2015	Actas de reuniones. Registro de asistencias N° de representantes.		
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de talleres de liderazgo y conflictos para el desarrollo organizacional. 	2 talleres por valle.	2017	N° de talleres realizados Registro de asistencia.		
		<ul style="list-style-type: none"> Crear una organización con personalidad jurídica. 	Creación de una organización con personalidad jurídica (Asociación Gremial)	2017	N° de participantes. Rut de organización. N° de socios Acta de constitución,		
		<ul style="list-style-type: none"> Crear y administrar un sitio web con su respectiva estrategia de redes sociales 	Sitio web desarrollado	2017	Acta aprobación final del sitio.		
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de mesa público privada entre mesa de turismo, municipio e instituciones 	Mesa de turismo público- privada consolida.	2017	Actas de reuniones Registro de asistencias N° de Reuniones.		

			públicas.				
		<ul style="list-style-type: none"> Postulación a fondos concursables para organizaciones. 	A lo menos un proyecto ejecutado por valle.	2016	N° de proyectos ejecutados. N° de beneficiarios.		
N° 5 Difusión, promoción y marketing experiencial	Programa promoción turística comunal	<ul style="list-style-type: none"> Unificar la información respecto a los atractivos y actividades en toda la comuna. Generar una información turística unificada relacionada con las experiencias de la comuna. Posicionarse en internet y redes sociales. 	Generación de guía turística local en función de las experiencias turísticas por sobre la planta turística. Desarrollo de estrategia de medios. Generación de productos turísticos locales	2016 2015	N° de guías impresas N° de puntos de entrega. % de alcance obtenido. % de crecimiento visitas. N° de actividades desarrolladas.	La comisión que se encargue de este eje estratégico, además, de contar con la participación de los privados y un municipio, deberá estar integrado por SERNATUR, ya que estos últimos cuentan hoy en día con fondos para la promoción y el marketing de los destinos prioritarios de la región de Coquimbo	800.UF
		<ul style="list-style-type: none"> Generar vínculos con otras rutas turísticas de la región. 	Alcance de un 100% al mercado objetivo	2016	N° de vínculos realizados.		

	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una campaña de imagen turística de la comuna en la región de Coquimbo 			2017	% de alcance logrado. N° de actividades realizadas.
Desarrollo estrategias comunicacionales	<ul style="list-style-type: none"> Promoción invitación por medio de empresas cupones descuento. 	por de de de	Oferta organizada con promociones especiales a mercado objetivo.	2017	N° de empresarios participantes. N° de cuponeras desarrolladas.
	<ul style="list-style-type: none"> Estudio Mercado 	de	Resultados análisis mercado turístico.	2015	N° de resultados.
	<ul style="list-style-type: none"> Folletería Alojamiento, servicios turísticos y Oficinas de Información Turística 	en y de	Distribución de material impreso en puntos estratégicos a nivel local y regional.	2016	N° de puntos de distribución. N° de material impreso.

11. BIBLOGRAFÍA

- Anuarios de Turismo. 2005-2012. SERNATUR
- Antecedentes básicos para inversiones - 55 Destinos Turísticos de Chile 2010. SERNATUR.
- Antecedentes de la Región de Coquimbo. TECTUR Coquimbo.
- Áreas Turísticas Prioritárias 2009. SERNATUR.
- Asesoría especializada en el levantamiento de información del valor potencial de los negocios turísticos asociados a la astronomía y al turismo productivo alimentario en la Región de Coquimbo, y en la elaboración y formulación de perfiles de proyectos con alto potencial de desarrollo y su difusión, en el marco del programa prospectivo de turismo. CORFO 2010.
- Catastro de Atractivos Turísticos 2010 y 2012. SERNATUR.
- Clasificación de Atractivos Turísticos. CICATUR OEA. 1979.
- Comportamiento Turismo Receptivo 2009. SERNATUR.
- Cuentas Nacionales 2003-2010. Bancos Central de Chile
- Cuenta pública 2010. Gobierno Regional
- Estadísticas de Alojamiento Turístico.2005- 2012. SERNATUR.
- Estudio de Tipificación de La Demanda Turística Real de Chile. SERNATUR 2011.
- Estudio de Tipificación de La Demanda Turística Potencial de Chile. SERNATUR 2011.
- Estudio Identificación y Puesta en Valor Turística para la Región de Coquimbo- SERNATUR 2007.
- Estudio de Potencialidades Turísticas Ruta Del Vino Del Limarí.
- Glosario Final de Términos Turísticos. SERNATUR 2008.
- Ley 20423. 12 de febrero 2010.
- Perfil del Turismo Receptivo 2011. SERNATUR
- Topoguías Nº 22, 23, 39, 42, 46, 40. Bienes Nacionales
- Turismo Interno, Segunda Temporada 2012 (SERNATUR).