



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

COMUNA DE VALDIVIA

OCTUBRE 2011

ÍNDICE

Introducción	1
Objetivos	3
Metodología	3
Capítulo I: Marco Teórico y Conceptual	5
1.1 Planificación	6
1.2 Planificación participativa	6
1.3 Origen Planificación Participativa	7
1.4 Participación	8
1.5 Actores involucrados en la planificación	8
1.6 Rol de la Municipalidad en la actividad turística	10
1.7 Plan de Desarrollo Turístico	13
1.8 Producto Turístico	14
1.9 Destino Turístico	14
2.0 Oferta Turística	15
2.1 Imagen Turística	15
2.2 Componente Producto Turístico Integrado	15
Capítulo II: Antecedentes Generales Área de Estudio	16
2.1 Reseña Histórica	17
2.2 Aspectos Territoriales	19
2.3 Aspectos Físicos	28
2.3.1 Clima	28
2.3.2 Flora-Fauna y Ecosistemas Naturales	29
2.4 Antecedentes demográficos	31
2.5 Área Desarrollo Económico y Productivo	31
2.5.1 Descripción General de Área	31
2.5.1.1 Estructura Productiva Comunal	32
2.5.2 Sector Turismo	33
2.5.2.1 Importancia del Turismo en el Desarrollo Económico	33
2.6 Aspectos de Accesibilidad e Infraestructura	34
2.6.1 Accesibilidad	34
2.6.2 Infraestructura	35

Capítulo III: Diagnóstico Turístico Comuna de Valdivia	36
3.1 Atractivos Turísticos	37
3.2 Productos Turísticos	39
3.3 Análisis de la Oferta	40
3.3.1 Oferta Establecimientos de alojamiento	40
3.3.2 Oferta Establecimientos de alimentación	41
3.3.3 Centros de Eventos	42
3.3.4 Tour Operadores y Agencias de Viajes	42
3.3.5 Transporte Turístico	44
3.4 Análisis de la Demanda	45
3.4.1 Demanda Turística	45
3.4.2 Turistas Nacionales	45
3.4.3 Turistas Extranjeros	46
3.5 Imagen Turística	47
3.5.1 Marca Turística	47
3.5.2 Promoción Turística	48
3.6 Gestión Turística	49
3.6.1 Sector Público	49
3.6.2 Sector Privado	50
Capítulo IV: Ordenamiento Territorial	51
4.1 ZOIT Valdivia-Corral	52
Capítulo V: Análisis FODA / Imagen Objetivo	56
5.1 Análisis FODA	57
5.1.1 Factores Internos	58
5.1.1.1 Fortalezas	58
5.1.1.2 Debilidades	59
5.1.2 Factores Externos	60
5.1.2.1 Oportunidades	61
5.1.2.2 Amenazas	61
5.2 Imagen Objetivo	62
5.2.1 Propuesta de Imagen Objetivo	62

Capítulo VI: Propuestas y estrategias de desarrollo	63
6.1 Estrategias	64
6.1.1 Estrategias de desarrollo	64
6.1.2 Estrategias de desarrollo propuestas para la comuna de Valdivia	65
6.1.2.1 Estrategias de Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial	65
6.1.2.2 Estrategias de Formación de Recursos Humanos	66
6.1.2.3 Estrategias de Fomento Productivo y proyectos turísticos	66
6.1.2.4 Estrategias de promoción y Marketing	67
6.1.2.7 Estrategia: Asociatividad	68
Capítulo VII: Monitoreo del Plan	69
7.1 Monitoreo y Evaluación	70
7.2 Los Responsables del PLADETUR	70
Conclusiones	72
Bibliografía	73
Anexos	74

INTRODUCCION

En los últimos años, el turismo se ha convertido en una actividad económica que ha generado importantes flujos hacia destinos consagrados del territorio nacional, así mismo, se ha transformado en una fuente de ingresos económicos importantes para los empresarios del rubro y para la comunidad en general ya que se ve beneficiada directa o indirectamente con la actividad turística. Es por esto, que la Región de Los Ríos ha estado trabajando conjuntamente con el sector público y privado en diversos programas de fomento para mejorar la actividad turística en la Región.

Para lograr una dinámica turística en la comuna es necesario poner en valor los recursos existentes en el sector, para lo cual se requiere una planificación ambientalmente sustentable, a cargo de un sector público junto al rubro empresarial que hoy en día es más eficiente y competitivo.

Los impactos que genera la actividad turística pueden ser de diversa índole, por esto, es necesario realizar una planificación para así evitar posibles impactos de carácter irreversibles, es allí donde el municipio tiene el deber de velar tanto por el bienestar de la comunidad como por la conservación de los atractivos turísticos con los que cuenta la comuna y, a su vez, crear las condiciones para atraer turistas, empresarios turísticos locales y foráneos que deseen invertir en la comuna.

Los planes de desarrollo son el primer paso, una herramienta necesaria para evitar potenciales efectos negativos que el turismo pueda generar, aparte de entregar información adecuada para orientar la actividad turística.

En este Plan se realizará un análisis tanto de oferta como de demanda comunal, además se plantearán estrategias para el desarrollo y mejoramiento de la actividad turística en la comuna de Valdivia, sirviendo éste como un instrumento que ayude a la toma de decisiones del gobierno local y de la comunidad en general.

Valdivia capital regional de la Región de los Ríos, se encuentra inserta en el sector noroeste de la misma, rodeada por variados ríos, un gran patrimonio histórico-cultural y por una exuberante flora y fauna, conocida mundialmente como Rain Forest o Selva Valdiviana.

De acuerdo con la Estrategia Regional de Turismo 2011-2014 el Destino Valdivia-Corral, principalmente el sector que corresponde a la comuna de Valdivia, posee el primer lugar en atracción turística dentro de los tres destinos de la región. Es la que posee una mayor conectividad en casi todo el destino y además cuenta con una gran infraestructura vial (borde costero y aeropuerto), sin dejar de lado que es la comuna líder en cuanto a servicios turísticos regionales.

Según las estadísticas entregadas por el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) el año 2010, el Destino Valdivia-Corral recibió un total de 256.022 turistas por concepto de turismo receptivo.

Sabiendo estos primeros datos, se analizará la actual situación que vive la ciudad de Valdivia, determinando sus fortalezas y debilidades como un destino turístico integral.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un instrumento orientador del desarrollo turístico de la ciudad de Valdivia que incluya los lineamientos y estrategias para el fomento de la actividad turística en la comuna de manera sustentable en el tiempo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Confeccionar un catastro de atractivos turísticos.
- Confeccionar un catastro de servicios turísticos.
- Realizar análisis FODA para definir situación actual del Destino.
- Análisis de la oferta y demanda de la ciudad de Valdivia.
- Definir claramente la orientación que se pretende dar al desarrollo de la actividad turística y la propuesta de una imagen-objetivo de la ciudad.
- Entrega de propuestas de lineamientos y estrategias a desarrollar.

METODOLOGÍA

ETAPA I

- Revisión bibliográfica.
- Interiorización del área en estudio.
- Elaboración de instrumentos para recopilación de datos.
- Tabulación de datos.
- Análisis de la información y propuesta del plan.

ETAPA II INVESTIGACIÓN EN TERRENO

- Reconocimiento de los atractivos turísticos.
- Catastro de espacios de esparcimiento.
- Catastro de servicios de alojamiento.
- Catastro de servicios de alimentación.
- Toma de fotografías.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 PLANIFICACIÓN

La planificación puede ser entendida como la acción mediante la cual ordenamos mental y secuencialmente diversas tareas para el logro de unos objetivos previamente propuestos, tratando de minimizar el impacto de las fuentes de error.

De este modo, “la planificación adquiere el carácter de proceso” (Morales, 1994).

El proceso de planificación, entonces, puede ser concebido desde la perspectiva que articula acciones y estrategias entre los distintos niveles decisionales, donde descentralización, participación y planificación se encuentran estrechamente interrelacionados.

La planificación se desglosa en tres niveles:

Planificación a nivel Nacional: Se trata de decisiones que comprometen a la colectividad en su conjunto, y por lo tanto, tiene un alcance histórico.

Planificación a nivel Regional: Se trata de decisiones que no comprometen la esencia del régimen político, sino, que permanecen a nivel de política regional.

Planificación a nivel Local: Se trata de decisiones que dicen relación con materias cercanas al destino cotidiano de individuos y grupos pequeños.

1.2 PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA

“La planificación participativa involucra la participación de todos los sectores de la sociedad y de todos los individuos. Para que sea llevado a cabo, es imprescindible que exista voluntad política para descentralizar el poder y que se diseñen canales de retroalimentación para ir ajustando lo logrado con lo planeado” (Molina, 1987).

1.3 ORIGEN DE PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA

La planificación participativa en América latina surge aproximadamente en la década del 50', con el objeto de racionalizar las decisiones y el empleo de los recursos.

Los primeros esfuerzos de planificación dieron origen a planes nacionales de desarrollo de tipo sectorial que pretendía solucionar los problemas de aquellas áreas que presentaban gran potencialidad de crecimiento económico, basados en el crecimiento de una sólo actividad económica. Se esperaba que estos polos irradiaran sus beneficios a áreas aledañas de manera espontánea, esto en general no ocurría y terminaban siendo polos de subdesarrollo en los que unos pocos se enriquecían, mientras que el resto de la población permanecía al margen.

Por esta razón, surge la necesidad imperiosa de realizar un cambio. Existen 2 vías para lograr un cambio de las estructuras económicas y sociales obsoletas.

La primera de ellas es la ruptura; el orden anterior se elimina para incrementar una nueva estructura, pero trae aparejado grandes costos sociales, políticos y económicos.

La segunda vía es la negociación; se enfrentan intereses contrapuestos y mediante sucesivos acuerdos se logra una situación cualitativa y cuantitativamente mejor.

Por lo tanto, la planificación participativa se constituye en uno de los instrumentos más adecuados para lograr el cambio por la vía de la negociación.

En este sentido, se deben vencer posiciones de determinados grupos sociales interesados en continuar con una política paternalista contraria a la autogestión y a la participación.

Es por ello que surge la necesidad apremiante de diseñar mecanismo que apunten a mejorar el grado de participación de sus miembros e instituciones en lo relativo a la identificación de prioridades, estrategias de acción y en la evaluación de los resultados.

El turismo puede convertirse en una empresa comunitaria en la que existan posibilidades y beneficios mutuos. Pero para desarrollar este potencial se debe cooperar y coordinar con otros sectores e intereses dentro de la comunidad.

1.4 PARTICIPACIÓN

La participación consiste básicamente en intervenir, en el ámbito público, en alguna forma de acción cuyo grado de institucionalización y organización puede ser variable. De este modo, los intereses específicos de cada actor se verán reflejados en los mecanismos de decisión colectiva.

Para el caso de la planificación, la participación como intervención se refiere a la posibilidad de influir en la decisión y/o crítica de lo planificado.

1.5 ACTORES INVOLUCRADOS EN LA PLANIFICACIÓN

Si se opta por un modelo de planificación participativa, el primer problema a que se ven enfrentados quienes pretenden implementarlo desde el municipio, es el tema de cómo manejarse frente a los diversos intereses de quienes serán los beneficiarios directos e indirectos de las acciones.

Un problema tiene múltiples perspectivas, para unos puede tener el carácter de urgencia, mientras que para otros puede tener un carácter de absoluta relevancia. La interrogante básica aquí es:

¿Cómo articular los diversos intereses de los actores locales para la superación del problema que ha motivado un esfuerzo planificado?

Respecto a cómo debe proceder el coordinador de dicho esfuerzo, teniendo en cuenta las limitaciones de recursos y tiempo, es algo que no tiene recetas, sin embargo, es posible enumerar algunos antecedentes que deben ser considerados en esta difícil tarea:

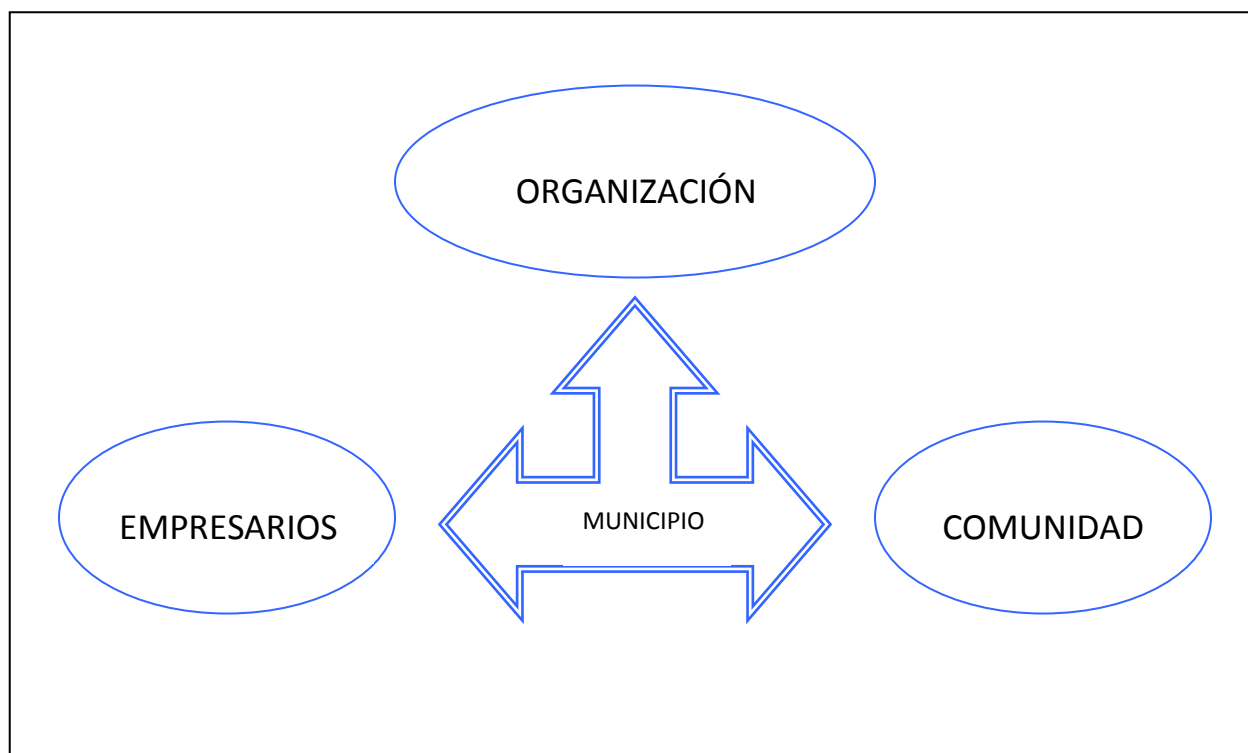
Primero: Tener un cierto conocimiento de la historia y particularidad cultural de los grupos y organizaciones involucradas.

Segundo: Conocer el nivel de las relaciones entre organizaciones y entre éstas y el municipio prevaleciente en la comuna antes del proceso de planificación.

Tercero: Estimar el tiempo, experiencia, calidad y resultados de la inserción de la municipalidad en trabajo realizado en conjunto con la comunidad.

Cuarto: Conocer el grado de legitimidad y aceptación del que goza el agente planificador técnico en la comunidad, como así mismo, de los dirigentes locales respecto a sus representados.

CUADRO N° 1



Fuente: Elaboración Propia.

1.6 ROL DEL MUNICIPIO EN LA ACTIVIDAD TURISTICA

Según el Ministerio del Interior (1993), el artículo 1° de la ley Orgánica de Municipalidades N° 18.695, definen a las Municipalidades como “Corporación autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comuna local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas”.

Para dar cumplimiento al mandato constitucional de satisfacer las necesidades de la comunidad y asegurar su participación en el progreso económico social y cultural de la comuna, los municipios cuentan con dos grandes grupos de funciones.

Funciones privativas: Son aquellas que solo pueden ser cumplidas y desarrolladas por la Municipalidad conforme a las leyes y a las normas técnicas de carácter general que dicten los ministerios cuando corresponda. A continuación, se destacan las que se encuentran estrechamente vinculadas con el turismo:

- La planificación y regulación urbana de la comuna y la confección del Plan Regulador Comunal.
- La promoción del desarrollo comunitario.
- Elaborar, aprobar y modificar el Plan de Desarrollo Comunal, cuya aplicación deberá armonizar con los planes regionales y nacionales.

La última de estas funciones es una de las más relevantes, debido a que pone en manos de la Municipalidad un poderoso instrumento para orientar el desarrollo de la comuna y del turismo en particular. En aquellas comunas en que el turismo es una de las actividades económicas importante a nivel comunal, debería formar parte del PLADECO como uno de sus planes sectoriales.

Las funciones compartidas: Son aquellas que ejercen los Municipios directamente o con otros órganos de la administración del estado. Entre ellas destacan:

- La protección del medio ambiente
- La educación y la cultura
- El deporte y la recreación
- El turismo

Entre las funciones que debería asumir la Municipalidad en este ámbito, la más importante es, probablemente, la de tener una visión de conjunto del desarrollo de la actividad y propender a crear las condiciones para atraer a los visitantes y a los inversionistas foráneos y locales.

Esta función se puede lograr mediante las siguientes labores:

- Hacer un seguimiento al desarrollo de la actividad turística por medio de mediaciones de los flujos turísticos recibidos y el control de la calidad de los bienes y servicios entregados.
- Velar por la utilización racional del medioambiente natural y cultural de la comuna, mediante el monitoreo permanente del estado de los atractivos turísticos.
- Promocionar la comuna en su conjunto en diferentes mercados preestablecidos estratégicamente (nacional, regional).
- Fomentar la asociatividad entre los empresarios turísticos y otros comerciantes locales. Convocarlos entorno a la búsqueda de excelencia, la que se expresa en ofrecer bienes y servicios cada vez mejores a precios acordes con la calidad de estos.
- Ofrecer y/o fomentar sobre posibilidades de capacitación en el rubro a los actores locales involucrados en el desarrollo.
- Obtener y entregar información permanente sobre la actividad turística regional, nacional e internacional.
- Gestionar y/o realizar mejoramientos de infraestructura que vayan en beneficio del turismo.

1.7 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO (PLADETUR)

El Plan de Desarrollo Turístico debe ser un documento técnico que sirva para conducir de manera realista y ordenada a la comuna hacia los objetivos turísticos que todos los actores sociales comunales han planteado en ella.

El PLADETUR debe ser formulado para que tenga una vigencia de mediano plazo e ir actualizándolo conforme se presenten cambios espaciales, económicos, sociales, medio ambientales y otros en la comuna.

En cuanto a los requisitos básicos que se le debe exigir a un Plan de Desarrollo Turístico es que sea un instrumento útil para el logro de los objetivos planteado para lo cual debe tener las siguientes características:

- Ser lo suficientemente explícito como para demostrar a las autoridades políticas y a la comunidad que los objetivos que se plantean son alcanzables dentro del marco temporal propuesto.
- Demostrar que los medios con que cuenta para llegar a los objetivos son, dentro de las restricciones, los mejores y que además son una eficacia probada.
- Debe demostrar que los medios por los que se plantea llegar a los fines deseados, son realmente compatibles entre sí. En otras palabras, saber si son aquellos que nos conducirán al logro de los objetivos deseados.

1.8 PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico está compuesto por las atracciones y equipamientos de un destino y por los medios de accesos a los mismos.

Para el turista un producto turístico es: **“AQUEL QUE CUBRE UNA EXPERIENCIA DE VIAJE EN SU CONJUNTO DESDE QUE SALE DE SU CASA HASTA QUE REGRESA”**

1.9 DESTINO TURÍSTICO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) un destino turístico es aquel “Espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche. Incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un radio de influencia de un día de ida y regreso.

Tiene un límite físico y administrativo que define su administración. Su imagen y percepción determina su competitividad en el mercado. Incluyen distintos grupos de interés, incluyendo la comunidad local. Puede conformar destinos más amplios” (OMT, 2002).

2.0 OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística está compuesta por un conjunto de productos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo.

2.1 IMAGEN TURÍSTICA

La imagen turística está compuesta dos aspectos, primero por un componente cognitivo/perceptivo, vinculado a los elementos tangibles del destino y a un componente afectivo relacionado con los sentimientos que evoca el destino.

2.2 COMPONENTE PRODUCTO TURÍSTICO INTEGRADO

Los 5 componentes del producto turístico integrado son:

- Recursos turísticos del destino: Éstos son los elementos que en su mayoría determinan la motivación de desplazarse al lugar. Estos recursos pueden ser naturales, culturales, sociales, artificiales, entre otros.
- Servicios y equipamientos del destino: Se refiere a la oferta de alojamientos, servicios de alimentación, transporte, lugares de entretención, oficinas de información turística, otros servicios e instalaciones.
- Accesos: Carreteras, aeropuertos, trenes, transporte disponible.
- Precio de venta
- Percepción de destino: Imagen positiva y/o negativa del lugar. Este punto es importante ya que hay que desarrollar una imagen que pueda influenciar positivamente las expectativas de los potenciales clientes y su comportamiento en la compra.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES GENERALES DEL ÁREA DE ESTUDIO

2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Valdivia es una ciudad que desde sus orígenes se ha caracterizado por su condición de frontera, esto es una zona que vincula diversos elementos culturales autóctonos y exógenos que han ido dando una configuración y una fuerte identidad local. Valdivia y otras ciudades de la zona se caracterizan por la presencia de descendientes de los inmigrantes alemanes que se establecieron en el área desde la segunda mitad del siglo XIX. Esto junto a las poblaciones de raíz hispánica y autóctona, le dan una identidad única en la macro región sur de Chile.

En la ciudad se ha ido constituyendo desde sus orígenes una identidad cultural muy sólida. En parte por las condiciones naturales donde se encuentra asentada, que también en cierta medida le han ido aislando de los circuitos más recurrentes. La ciudad se ha configurado sobre la base de una multiculturalización donde se mezclan las influencias mapuches, alemanas, españolas y de otras culturas, expresadas en sus costumbres, bailes, cocina y creación artística local. Existe una conciencia histórica en sus habitantes sobre una cierta reconstrucción permanente del asentamiento, desde que el terremoto y maremoto de 1575 derribo gran parte de la ciudad. A poco andar, nuevamente se produce la destrucción de la ciudad (1599), arrasada por un levantamiento indígena.

El intento de conquista holandesa de la ciudad, genera una nueva inestabilidad, hasta su refundación por el Marqués de Mancera (1645). Varios siglos después nuevamente la ciudad entra en crisis a partir del incendio de 1909 que destruyó casi la totalidad de la urbe. 51 años más tarde, se produciría el gran terremoto y maremoto que devastó el 90% de la ciudad. Esta sucesión de hechos desastrosos ha ido configurando una noción de reconstrucción en base al esfuerzo y la solidaridad colectiva, se asienta la idea de que Valdivia es una ciudad que debe ser refundada y reconstruida con cierta regularidad.

Los inmigrantes principalmente, alemanes de la segunda mitad del siglo XIX, han contribuido decididamente a dar una identidad a la ciudad, pero también lo han hecho los grupos que han inmigrado desde Chile y otras localidades del centro y sur del País.

Por otra parte, Valdivia ha ido adquiriendo relevancia y renombre por sus eventos artísticos y culturales, cuestión realizada dado el particular emplazamiento de la ciudad que dispone de ventajas paisajísticas con una serie de elementos de interés y atracción, entre los cuales destacan la cuenca hidrográfica del río Valdivia.

Las poblaciones inmigrantes le han dado una riqueza cultural importante a la ciudad las que además tienen una larga tradición, con centros que han sido una fuente para la difusión artística y cultural, entre estos destacan el Club de la Unión, los teatros Lord Cochrane y Cervantes que alcanzaron notoriedad local e incluso regional.

En la difusión y creación artística de la ciudad de Valdivia, la Universidad Austral de Chile, ha tenido un importante rol a través de la conservación de colecciones en museos, un conservatorio de música de amplia tradición y un grupo folclórico integrado por estudiantes y docentes de la misma casa de estudios reconocido a nivel internacional.

Destacan también el Festival Internacional de Cine de Valdivia y la Lluvia de Teatro al igual que en otras ciudades del sur de Chile.

La ciudad cuenta además con salas de exposiciones, como el Centro Cultural El Austral, entre otros, e innumerables salones dispuestos para eventos y convenciones, los cuales se realizan durante todo el año y que además contribuyen a minimizar el impacto de la fuerte estacionalidad que afecta a la comuna de Valdivia.

Igualmente destacan distintas celebraciones entre ellas el Carnaval de Primavera en el mes de Octubre, el Show de coronación de la Reina de Los Ríos y la noche Valdiviana en el mes de Febrero, ambas con amplia participación de la comunidad local y capaces de captar la visita de turistas de carácter nacional.

2.2 ASPECTOS TERRITORIALES

La comuna de Valdivia se ubica en la nueva Décimo Cuarta Región (XIV Región), denominada Región de Los Ríos, región cuyos límites políticos y geográficos son la Novena Región (IX Región) de La Araucanía por el norte, la República de Argentina por el este, la Décima Región (X Región) de Los Lagos por el sur y el Océano Pacífico por el oeste. A su vez, se enmarca entre los 39º 16´ y 40º 41´ de latitud sur y desde los 71º 35´ de longitud Oeste hasta el Océano Pacífico, con una superficie aproximada de 18.429,5 km² según mediciones planimétricas efectuadas por el INE, superficie que representa el 2,44% de la superficie del Chile Americano e Insular, y una población de 356.396 habitantes, según Censo 2002.

La Región de Los Ríos está conformada por dos Provincias, a saber; la Provincia de Valdivia y la Provincia del Ranco, con las siguientes características generales de superficie y población, a saber:

**IMAGEN Nº 1
REGION DE LOS RIOS**



Fuente: Gobierno Regional de Los Ríos

Cuadro Nº 2
REGIÓN DE LOS RÍOS. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS
PROVINCIAS. SUPERFICIE – POBLACIÓN

Region de Los Rios			Población Censo 2002	
Provincia	Superficie Km ²	%	Total hab.	%
Valdivia	10.197,2	55,3	259.243	72,74
Ranco	8.232,3	44,7	97.153	27,26
	18.429 Km ²	100%	356.396	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
 Elaboración Propia

De este modo se puede apreciar que al año 2002, del total de la población regional de 356.396 habitantes., la provincia de Valdivia tiene una población de 259.243 hab., equivalente al 72,74% de la población de la Región de Los Ríos, es decir, la Provincia de Valdivia concentra mayoritariamente la población regional.

Cuadro Nº 3
REGIÓN DE LOS RÍOS
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PROVINCIAS.
POBLACIÓN URBANA – RURAL.2002

Region de los Rios	Población Censo 2002					
	Provincia	Total(hab)	Urbana	%	Rural	%
Valdivia		259.243	192.07	74,08	67.177	25,92
Ranco		97.153	51.273	52,8	45.880	47,20
						100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
 Elaboración Propia

A nivel Provincial, la comuna de Valdivia se ubica en el extremo poniente de la provincia, limitando al norte con la comuna de San José de la Mariquina, al nor-este con la comuna de Mafil, al este con la comuna de Los Lagos, al sur-este con la comuna de Paillaco, al sur con la comuna de Corral y al oeste con el Océano Pacífico.

**IMAGEN N° 2
COMUNAS DE LA REGIÓN DE LOS RÍOS**



Fuente: Gobierno Regional de Los Ríos

La comuna de Valdivia, si bien representa tan solo el 9,96% de la superficie de la Provincia de Valdivia con 1.015,6 km², concentraba al año 2002, el 54,22% de toda la población de la Provincia de Valdivia (tal como se advierte en la Tabla siguiente), seguida muy de lejos por la comuna de Panguipulli con un 12,84% de la población, pero con el 32,28% del territorio (3.292,1 km²).

Cuadro Nº 4
REGIÓN DE LOS RÍOS.
PROVINCIA DE VALDIVIA. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS COMUNAS.
SUPERFICIE - POBLACIÓN.

Provincia de Valdivia			Población Censo 2002	
Comuna	Superficie Km ²	%	Total hab.	%
Valdivia	1.15,6	9,96	140,559	54,22
Corral	766,7	7,52	5463	2,10
Lanco	532,4	5,22	15107	5,83
Los Lagos	1.791,2	17,57	20168	7,78
Mafil	582,7	5,71	7213	2,78
Mariquina	1320,5	12,95	18223	7,03
Paillaco	896,0	8,79	19237	7,42
Panguipulli	3.292,1	32,28	33273	12,84
	10.197,2	100%	259243	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
 Elaboración Propia

Cuadro Nº 5
REGIÓN DE LOS RÍOS.
PROVINCIA DE VALDIVIA. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS COMUNAS,
SEGÚN POBLACIÓN URBANA - RURAL.

Provincia de Valdivia	Poblacion Censo 2002						
	Comuna	Total hab	Urbana hab	%	Rural hab	%	
	Valdivia	140559	129952	92,45	10607	7,55	100%
	Corral	5463	3670	67,17	1793	32,83	100%
	Lanco	15107	10383	68,72	4724	31,28	100%
	Los Lagos	20168	9479	47,00	10689	53,00	100%
	Mafil	7213	3796	52,6	3417	47,4	100%
	Mariquina	18223	8925	48,9	9298	51,1	100%
	Paillaco	19237	9973	51,8	9264	48,2	100%
	Panguipulli	33273	15888	47,8	17385	52,2	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002

Elaboración Propia

La comuna de Valdivia, presenta el principal centro poblado de toda la Región de Los Ríos; la ciudad de Valdivia, localizada a 39º 49´ de latitud Sur y a 73º 14´ de longitud Oeste, junto al río Calle-Calle, y que, políticamente es la capital regional de la Región de Los Ríos y además capital Provincial de la provincia de Valdivia.

A priori, se podría hablar de una comuna urbana, por cuanto del total de población de la comuna de Valdivia al año 2002 de 140.559 habitantes, el 92,45% de dicha población reside en áreas urbanas con 129.952 hab., y tan solo un 7,55% se caracteriza como población rural, equivalentes a 10.607 hab. (tal como se aprecia en la Tabla precedente), es decir, la comuna de Valdivia es una comuna con una población concentrada en áreas urbanas.

Por otra parte, la realidad de ocupación del territorio comunal presenta una grave distorsión, pues del total de la población comunal de 140.559 hab., un total de 130.086 hab., equivalentes al 92,54% de la población, se concentra en tan solo 146,5 km² de

superficie, correspondientes a tan solo el 14,4% del total del territorio comunal (1.015,6 km²), y que coinciden con los siguientes distritos censales, a saber: 01 Camilo Henríquez; 02 Isla Teja; 03 Mercedes; 04 Las Animas; 05 Estación; 06 Huelleshue; 07 Teniente Merino; 08 Las Mulatas; 09 Pantano y 10 Aguirre. Tal como se observa en la Tabla siguiente.

Cuadro Nº 6
COMUNA DE VALDIVIA. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS COMUNAS.
SUPERFICIE – POBLACIÓN,
SEGUN DISTRITOS CENSALES. 2002

Comuna de Valdivia			Población Censo 2002	
Distrito Censal	Superficie	%	Total	%
01 Camilo Henríquez.	0,9	0,08	3.554	2,53
02 Isla Teja.	9,2	0,90	5.267	3,75
03 Mercedes.	0,9	0,08	2.548	1,81
04 Las Animas.	16,1	1,60	9.664	6,88
05 Estación.	7,7	0,75	15.327	10,90
06 Huelleshue.	66,9	6,58	20.695	14,72
07 Teniente Merino.	24,5	2,41	20.461	14,56
08 Las Mulatas.	17,4	1,71	36.099	25,68
09 Pantano.	1,2	0,11	8.274	5,88
10 Aguirre.	1,6	0,15	8.197	5,83
11 Pichoy.	69,6	6,85	1.324	0,94
12 Molco.	131,0	12,90	580	0,41
13 Pishuinco.	139,1	13,70	555	0,39
14 Santo Domingo.	154,7	15,23	523	0,37
15 Guacamayo.	80,5	7,92	158	0,11
16 Estancilla.	80,2	7,89	669	0,48
17 Niebla.	46,5	4,57	3.578	2,55
18 Curiñanco.	70,7	6,96	802	0,57
19 Tambillo.	96,9	9,54	109	0,08
99 Rezagados.			2.174	1,55
Totales	1.015,6 Km²	100%	140.559 hab.	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
 Elaboración Propia

En la práctica, dicha población se concentra en la ciudad de Valdivia y en parte, en el continuo urbano que une esta ciudad con el sector de Niebla, y que de acuerdo a los actuales límites urbanos fijados por el Plan Regulador vigente, corresponde a una superficie de tan solo 56 Km² (5.600 hectáreas), es decir, a tan solo el 5,51% del territorio comunal.

Cuadro Nº 7
COMUNA DE VALDIVIA. % POBLACIÓN URBANA – RURAL. 2002

Comuna de Valdivia	Población Censo 2002						
	Distrito Censal	Total	Urbana	%	Rural	%	
01 Camilo Henríquez.		3.554	3.554	100	0	0	100%
02 Isla Teja.		5.267	5.267	100	0	0	100%
03 Mercedes.		2.548	2.548	100	0	0	100%
04 Las Animas.		9.664	9.569	99,02	95	0,98	100%
05 Estación.		15.327	15.327	100	0	0	100%
06 Huelleshue.		20.695	20.007	96,56	689	3,44	100%
07 Teniente Merino.		20.461	19.266	94,16	1.195	5,84	100%
08 Las Mulatas.		36.099	35.635	98,71	464	1,29	100%
09 Pantano.		8.274	8.274	100	0	0	100%
10 Aguirre.		8.197	8.197	100	0	0	100%
11 Pichoy.		1.324	0	0	1.324	100	100%
12 Molco.		580	0	0	580	100	100%
13 Pishuinco.		555	0	0	555	100	100%
14 Santo Domingo.		523	0	0	523	100	100%
15 Guacamayo.		158	0	0	158	100	100%
16 Estancilla.		669	0	0	669	100	100%
17 Niebla.		3.578	2.202	61,55	1.376	38,45	100%
18 Curiñanco.		802	0		802	100	100%
19 Tambillo.		109	0	0	109	100	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
Elaboración Propia

Cuadro Nº 8
COMUNA DE VALDIVIA. DENSIDAD DE POBLACIÓN (Hab/km²), (Hab/Há.)

Comuna de Valdivia	Poblacion y Superficie Censo 2002			
	Superficie	Poblacion	Densidad	Densidad
Distrito Censal	km ²	Total	(Hab/km ²)	(Hab/Há.)
01 Camilo Henríquez.	0,9	3.554	3.949	39,5
02 Isla Teja.	9,2	5.267	573	5,7
03 Mercedes.	0,9	2.548	2.831	28,3
04 Las Animas.	16,1	9.664	600	6,0
05 Estación.	7,7	15.327	1990	19,9
06 Huelleshue.	66,9	20.695	309	3,09
07 Teniente Merino.	24,5	20.461	835	8,35
08 Las Mulatas.	17,4	36.099	2074	20,74
09 Pantano.	1,2	8.274	6895	68,95
10 Aguirre.	1,6	8.197	5123	51,23
11 Pichoy.	69,6	1.324	19	0,19
12 Molco.	131,0	580	4,43	0,044
13 Pishuinco.	139,1	555	3,99	0,039
14 Santo Domingo.	154,7	523	3,38	0,033
15 Guacamayo.	80,5	158	1,96	0,019
16 Estancilla.	80,2	669	8,34	0,083
17 Niebla.	46,5	3.578	76,94	0,76
18 Curiñanco.	70,7	802	11,34	0,11
19 Tambillo.	96,9	109	1,13	0,011

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
 Elaboración Propia

Cuadro Nº 9
EVOLUCIÓN POBLACIÓN URBANA DE VALDIVIA, 1992-2030

Año	Población
1992	112.712
2002	129.952
2005	132.498
2010	142.243
2015	152.705
2020	163.576
2030	187.696

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE 2002
Elaboración Propia

2.3 ASPECTOS FISICOS

2.3.1 CLIMA

El clima en la zona de Valdivia es Templado Lluvioso con influencia Mediterránea. Los vientos predominantes son del norte en invierno y del oeste y sur en verano. La temperatura media anual es del orden de 10oC, con una amplitud de oscilación de unos 9oC, lo que pone de manifiesto la influencia moderadora del mar. El mes mas cálido es enero con 17oC, mientras que las temperaturas máximas absolutas se registran en el periodo que va de diciembre a febrero, con valores que oscilan alrededor de los 30oC, pero que no sobrepasan los 35oC.

Las temperaturas más bajas del aire se registran entre junio y agosto, llegando a un mínimo el mes Julio con 7,7oC promedio/día. La temperatura mínima absoluta para los últimos 30 años fue de -4oC. El número promedio de días en que la temperatura baja de 0oC, medido a nivel del suelo (5 cm.), es de 58 casos.

La precipitación media anual en la cuenca es de 2.588 mm. Las mayores precipitaciones se producen en la cordillera andina, llegando a más de 5.500 mm, parte de los cuales caen en forma de nieve. Las menores precipitaciones medias ocurren en

el sector noroccidental de la cuenca del río Valdivia, entre las localidades de San José de la Mariquina y Máfil, donde llueve de 1.200 a 1.600 mm al año. Existe un período seco especialmente en los meses de enero y febrero, las precipitaciones en promedio no sobrepasan los 60 mm al mes.

2.3.2 FLORA - FAUNA Y ECOSISTEMAS NATURALES

Tres estudios independientes efectuados por investigadores del núcleo F ORECOS de la Universidad Austral, llegaron a la conclusión que el cambio climático global ha hecho que en los últimos años disminuyan de manera importante las lluvias en el sur del país, especialmente en las regiones Araucanía y Los Ríos y Los Lagos. De la data de estaciones meteorológicas entre 1931 a 2001 se determinó una baja general, pero Valdivia fue la ciudad de la zona que presentó la baja más importante. En 70 años el volumen de agua caída ha disminuido en 540 mm anuales. Los efectos que puede generar el aumento de las temperaturas y la baja en las precipitaciones no se pueden conocer plenamente, pero sí se sabe que afectan las actividades agrícolas, silvícolas, acuícolas y el crecimiento de numerosas especies nativas. Se debe considerar que los cambios climáticos están muy relacionados con la deforestación.

Entre los ecosistemas naturales de la Provincia de Valdivia, destacan los ecosistemas terrestres como el Bosque Nativo o Selva Valdiviana con tipos de organismos vivos propios y característicos solo de esta parte del mundo y evolucionados en estos territorios. Esta condición, ha obligado a establecer zonas protegidas naturales como el Parque Oncol, recinto privado perteneciente a la Forestal Valdivia, el santuario de la Naturaleza Río Cruces (Carlos Andwandter) y el Parque Costero Curiñanco.

La Región también presenta ecosistemas acuáticos distinguiéndose los humedales con una gran diversidad biológica, en la cual se incluyen plantas y animales, especialmente aves, reptiles y anfibios.

La Flora y Fauna de la Selva Valdiviana, se caracteriza fundamentalmente por la existencia de un bosque alto y tupido, muy húmedo, con un sotobosque rico en enredaderas, helechos y babuceas.

Estos bosques, se componen de diversas especies arbóreas tales como Araucarias, Mañío macho y hembra, Arrayan, Avellano, Radal, Canelo, Avellanillo, Notro, Ciprés de las Guaitecas, Ciprés de la Cordillera, Alerce, Luma, Maitén, Ulmo o Muermo, Laurel, Lingue, Tepa y Pelu. Sin embargo, los arboles mas característicos son las fagaceas como el Roble, Coigue, Rauli, Lenga y Nirre.

En el sotobosque y en las praderas crecen numerosas especies de helechos como el quilquil, costilla de vaca, palmilla; enredaderas como el copihue, el coral o azahar del monte y gramíneas bambuceas como la quila y el coligue.

Los humedales por su parte, presentan una rica vegetación, denominada comúnmente Hualves en la cual habita la fauna de especies introducidas, y no nativas de la zona. Esta fauna presenta una gran diversidad de especies perteneciente a las categorías de aves, mamíferos, anfibios y fauna marina (invertebrada y vertebrada).

Entre los mamíferos, destacan el Ratoncito común, Visón, Chingue común, Coipo. Entre los Anfibios, existe la Rana grande, Sapito de cuatro ojos, Sapito Darwin, Entre los Vertebrados Marinos se encuentra el Puye, Cauque, la Pocha de los lagos, Carpa, Entre los Invertebrados Marinos, se encuentran Algas como la Chicorea de mar, Cochayuyo, Luga – Luga, Pelillo Moluscos con el Caracol, Trumulco, Chorito, Choro Entre los Crustaceos, destacan la Centolla, Jaiba Marmola, Jaiba Mora, Erizo, Piure Entre las Aves representativas, destacan el Pato jergon chico, Mirlo, Pato jergon grande, Dormilona tontita, Pequen, Pato negro, Aguilucho, Zarapito, Cisne coscoruba, Pato rana pico ancho, Codorniz, Aguila pescadora, Gallina ciega, Peuco, Jilguero, Pelicano, Bandurria, cernicalo, Cercan, Cisne de cuello negro, cormoran negro.

2.4 ANTECEDENTES DEMOGRÁFICOS

Para el Censo 2002, la comuna de Valdivia tenía una población de, 146.448 personas. De estas un 7,5% correspondía población ubicada en áreas rurales. Esto al año 2010 equivale a unas 12.000 personas.

Se estima una población a junio de 2011 de 161.725 habitantes para la comuna. De estos el 49% corresponde a hombres y el 51% a mujeres. La tasa de crecimiento intercensal corresponde a 16,1% (1992-2002), con un ritmo promedio anual de 1,6%, superior al crecimiento del País que alcanzó 1,2% en igual periodo. Es también la comuna más densamente poblada de la región concentrando 138,4 habitantes por kilómetro cuadrado.

Desde el punto de vista de la estructura de la población, en la comuna prevalece la población joven, especialmente los grupos de adolescentes y adultos. Se aprecia una disminución hacia los extremos de la pirámide, es decir la población adulta mayor tiende a consolidarse y la población infantil tiene menor importancia relativa. Esto muestra una estabilización de la población, similar al comportamiento que tienen las sociedades más desarrolladas.

2.5 AREA DESARROLLO ECONOMICO Y PRODUCTIVO

2.5.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL ÁREA

Los sectores económicos más importantes, en los cuales fueron agrupados para la realización del diagnóstico son los siguientes:

- Sector Turismo
- Sector Silvoagropecuario, ganadero y pesquero
- Sector Industria, comercio y servicios

En forma complementaria se analiza a continuación la estructura productiva comunal.

2.5.1.1 ESTRUCTURA PRODUCTIVA COMUNAL

Una manera de apreciar cual es la estructura productiva de una comuna es analizando la distribución sectorial y subsectorial del Producto Interno Bruto, lo cual se presenta en el siguiente cuadro.

Para el año 1994, el valor del PIB alcanzó un valor de \$ 208.000 millones. En él se aprecia la importancia del sector forestal en la comunal, el cual en toda su cadena de extracción y elaboración (sin contar el transporte) produce el 20% de PIB comunal.

Cuadro N° 10

Producto Interno Bruto Comuna de Valdivia, 1994

Sector-Subsector	PIB	Participación
FORESTAL	41.940	20%
Produccion Silvícola	146	0,1%
Produccion de Tollizos	7.105	3%
Fabricacion de Pulpa y Madera	4.752	2%
Micro y Pequeña Empresa	1.131	1%
Mediana y Gran Empresa	28.806	14%
SERVICIOS	36.312	17%
Financieros y Seguros	14.456	7%
Sector Publico, Desarrollo Social y Defensa	14.774	7%
Servicios Profecionales	7.083	3%
COMERCIO	29.399	14%
Comercio por Mayor	5.608	3%
Comercio por Menor	23.791	11%
COMUNICACIONES	27.383	13%
METAL MECANICO-ASTILLEROS	15.208	7%
CONSTRUCCION	14.882	7%
TRANSPORTE VIAL, AEREO Y FLUVIAL	12.305	6%
OTROS SECTORES MENORES	30.986	15%
TOTAL PRODUCTO INTERNO BRUTO	208.42	100%

Fuente: Matriz Insumo Producto de Valdivia, Universidad Austral de Chile
Elaboración Propia

El sector servicio tiene la segunda importancia en la composición del PIB, con un 17% de participación, seguido por el comercio con un 17%, las comunicaciones con un 13%, y los sectores metal mecánico (astilleros), construcción y transporte, con participaciones de 7% para los dos primeros y 6% para el último.

Esto demuestra la importancia del sector maderero y sus empresas asociadas en la comuna, pues un quinto del producto comunal se debe a este sector, seguido por los sectores servicios y comercio, sectores que sumados alcanzan a un tercio del PIB comunal.

2.5.2 SECTOR TURISMO

2.5.2.1 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONOMICO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo doméstico e internacional aporta al PIB mundial 3,4 billones de dólares, representando un motor importante del crecimiento mundial. En 1999, el turismo mundial aumentó un 3,2% respecto del año anterior, lo que implica medio punto porcentual más que en 1998. Las proyecciones para el período 2000- 2020 señalan que el movimiento de turistas internacionales se expandirá a una tasa promedio anual superior al 4%, cifra que se elevaría a un promedio por sobre el 6% en los ingresos turísticos.

De esta manera los países como Chile y las zonas como la Provincia de Valdivia, que poseen una incipiente y creciente actividad turística, deben estar preparados para un desarrollo turístico que permita diferenciarse y generar ventajas en un cada vez más competitivo mercado nacional e internacional, en una actividad económica dinámica, moderna, y que representa una industria limpia y generadora de divisas.

2.6 ASPECTOS DE ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

2.6.1 ACCESIBILIDAD

Par acceder al destino en estudio, el turista cuenta con 3 vías de acceso:

- Vía marítima: Puerto de corral, con trasbordo a Niebla
- Vía aérea: Aeropuerto Pichoy, aeródromo Las Marías.
- Vía terrestre: Carretera 5 Sur

Además, dentro del mismo destino, los turistas y visitantes pueden desplazarse hacia los atractivos a través de diversos medios, buses urbanos, taxis y incluso embarcaciones fluviales si lo prefiere.

El turista puede llegar fácilmente a los atractivos por vía terrestre, ya que en su mayoría, el destino cuenta con caminos en buen estado, siendo estos, pavimentados o asfaltados. Solo en algunas áreas no es posible encontrar caminos aptos para acceder al Arboretum y algunos atractivos en la zona costera del destino, lo que dificulta que el turista pueda visitar estos lugares debidamente.

En otra aspecto, por vía aérea el camino desde el aeropuerto Pichoy hasta la ciudad de Valdivia se encuentra en buenas condiciones, al igual que si lo hace desde el aeródromo Las Marías.

En cuanto al desplazamiento de los turistas por vía marítima dentro del mismo territorio las embarcaciones que trabajan con turistas cuentan con los permisos necesarios y las medidas de seguridad requeridas para tal caso, ya que como se sabe, el Destino Valdivia, posee los únicos ríos navegables del país, lo que los hace pioneros en este rubro.

2.6.2 INFRAESTRUCTURA

Además de lo anteriormente descrito, es importante destacar que el destino Valdivia cuenta con los servicios básicos (agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.) en todo su territorio, involucrando así la importancia por parte del Municipio, de mantener a su comuna en óptimas condiciones y de darle a la comunidad la oportunidad de impulsar sus propios negocios turísticos o de otro rubro, dentro de la comuna, ya que facilita la conectividad y contar con los servicios básicos para comenzar cualquier proyecto .

Además, es importante denotar también, que en la comuna se entregan diferentes tipos de servicios desde los netamente turísticos como empresas de alojamiento, restaurantes y agencias de viajes, hasta servicios complementarios al sector turismo como comercio, salud, comunicación y educación, este ultimo principalmente es parte importante de una u otra forma para el turismo de congresos y eventos, ya que en dentro de destino se encuentran varias universidades, que realizan una gran serie congresos y reuniones de carácter científico y que impulsan a denotar a Valdivia como una Ciudad Universitaria.

CAPITULO III

DIAGNOSTICO TURISTICO COMUNA DE VALDIVIA

3.1 ATRACTIVOS TURISTICOS

Valdivia como destino turístico, cuenta con atractivos que involucran absolutamente el desplazamiento de flujos de demanda.

Estos atractivos pueden ser caracterizados según Boullón, en 5 categorías: Sitios naturales, Museos y manifestaciones culturales históricas, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

Actualmente el destino turístico Valdivia cuenta con cerca de 64 atractivos diferenciados en 4 niveles o jerarquías según lo establece el Servicio Nacional de Turismo:

Cuadro N° 11: “Número de atractivos según categoría”

CATEGORIAS	NUMERO DE ATRACTIVOS
SITIOS NATURALES	16 ATRACTIVOS
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTORICAS	30 ATRACTIVOS
FOLCLORE	7 ATRACTIVOS
REALIZACIONES TECNICAS, CIENTIFICAS O ARTISTICAS CONTEMPORANEAS	4 ATRACTIVOS
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	7 ATRACTIVOS

FUENTE: Unidad de Turismo Municipalidad de Valdivia
Elaboración Propia

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, la mayor cantidad de atractivos que posee el Destino son de índole cultural, lo que involucra que se debe tener una serie de normas que se preocupen de rescatar y mantener estos atractivos, ya sea a través de ordenanzas municipales u otro medio.

De igual manera es importante destacar la presencia de diversos atractivos naturales, que, si bien existen en menor cantidad, definitivamente son los más atractivos para los turistas, pero que podrían potenciarse aún más si se mejorasen los accesos y señalizaciones a estos.

Se rescata de igual manera, el aporte que han realizado algunos organismos públicos y al mismo tiempo el sector privado, al rescatar el patrimonio cultural y natural de la comuna y Destino, como es el caso de la Universidad Austral de Chile, a través de sus diferentes museos y áreas verdes de gran extensión, dando origen a jardines y parques.

Cuadro N° 12: Número de atractivos según jerarquía

JERARQUIA	NUMERO DE ATRACTIVOS
JERARQUIA 0	33 ATRACTIVOS
JERARQUIA 1	27 ATRACTIVOS
JERARQUIA 2	4 ATRACTIVOS
JERARQUIA 3	NINGUNO

FUENTE: Unidad de Turismo Municipalidad de Valdivia
Elaboración Propia

Como se puede apreciar en el cuadro N°2, los atractivos con que cuenta el destino, se encuentran en etapa de iniciación (33 atractivos J0), es decir, aún no se han potenciado debidamente, no se ha entregado información de ellos o no tiene una señalización o descripción de ellos para que los turistas puedan apreciarlo. Los demás atractivos que en total suman 31, entre J1 Y J2 se encuentran consolidados de alguna forma ya que son reconocidos por el mercado y son a la vez son puestos en valor por los mismos. Los atractivos J2, los cuales son los de mayor rango o importancia, son el Museo de Sitio Fuerte de Niebla, el Festival de Cine de Valdivia, la Noche Valdiviana y la Cuenca hidrográfica de Valdivia.

3.2 PRODUCTO TURISTICO

El destino Valdivia cuenta con una gran variedad de productos turísticos enfocados principalmente al aspecto cultural de la ciudad de Valdivia y sus alrededores y al rescate de la belleza paisajística propia de la única ciudad de Chile, circundada por ríos navegables.

Los productos turísticos que ofrece el destino Valdivia, no son convencionales (sol y playa) ya que por las condiciones climáticas propias del territorio no se pueden realizar, exceptuando la temporada de Enero y Febrero.

Para el destino en estudio, es más apropiado ofrecer productos referentes al desarrollo de actividades de intereses especiales, ya que cuenta con una naturaleza única, posee un gran valor histórico-cultural y un variado soporte intelectual y científico.

Además se sabe, que la tendencia a nivel global es desarrollar este tipo de turismo, buscando destinos que enriquezcan al turista, entregándole nuevas experiencias, que sean únicas y entregadas por los propios residentes del lugar.

Dentro de los productos turísticos que los turistas pueden encontrar en el destino, se destacan principalmente referente a Turismo de Intereses especiales:

- **Turismo Cultural**
- **Turismo Fluvial**
- **Ecoturismo**

Cuadro N° 13: productos turísticos del Destino Valdivia

PRODUCTO TURISTICO	ESPECIFICACIONES
Turismo Cultural	Museos y Fuertes Españoles
Turismo Fluvial	Navegacion por los ríos de Valdivia
Ecoturismo	Selva Valdiviana, Reservas Naturales

FUENTE: Departamento de Turismo Municipalidad de Valdivia
Elaboración Propia

3.3 Análisis de la Oferta

3.3.1 Oferta Establecimientos de alojamiento

Según la Política Regional de Turismo 2011-2014 el Destino Valdivia-Corral especialmente Valdivia, es considerado un Destino Líder, en la Región de los Ríos por su gran cantidad de servicios turísticos.

Dentro de la estructura turística del Destino, el tema de alojamiento turístico, se podría decir es el que ha sido mayormente aprovechado, por los empresarios locales, pudiendo encontrar dentro del destino, empresas de todo tipo desde hoteles 5 estrellas ubicados en pleno centro de la ciudad hasta variados campings rurales cerca del mar.

Lo importante ante todo, es precisamente tener un oferta variada acorde a los gustos de todos los turistas, pero no olvidando el elemento esencial y diferenciador, la calidad. A raíz de ello, una tarea no menor, se está llevando a cabo por parte del Municipio, lo

cual sin duda está impulsando a que el estándar de calidad, se eleve cada vez más, en busca de satisfacer a los turistas y de mejorar la competitividad del destino.

Este proyecto que se impulsó a través de la entrega de un sello de calidad para los establecimientos de alojamiento turístico formales, es decir, que cuenten con su patente al día, busca diferenciar a los establecimientos formales de aquellos que no lo son ya que los primeros tienen como prioridad la atención netamente de turistas. Es así como se busca recompensar de alguna forma a estas empresas formales, promocionándolos y haciéndoles publicidad en los diferentes puntos de información turística que tiene el municipio dentro del destino.

De igual manera, es importante destacar que el destino cuenta diversos tipos de alojamiento turístico tanto en el sector urbano como en el sector costero, pudiendo encontrar: Hoteles, cabañas, apart-hoteles, hostales, residenciales, hospedajes y campings, asequibles a cualquier nivel socioeconómico.

3.3.2 Oferta Establecimientos de alimentación

Dentro del destino, también se pueden encontrar una variada oferta de servicios gastronómicos desde comida tradicional hasta gourmet. Además una particularidad que se puede encontrar en destino es su variedad gastronómica marcada por dos culturas la chilena y la alemana.

Si el turista busca comida tradicional chilena, este puede encontrar platos tradicionales en el Mercado Municipal o en restaurantes ubicados en el sector costero de Niebla, ya que son establecimientos especializados en pescados y mariscos.

Ahora si el turista desea degustar comida tradicional alemana de igual manera lo puede hacer ya que en la ciudad de Valdivia, se encuentran restaurantes con gran tradición alemana, como es el caso del Café Haussman o la Cervecería Kunstmann.

3.3.3 Centros de Eventos

Los centros de eventos ubicados en la ciudad de Valdivia y sus alrededores ascienden a 25 establecimientos, los cuales cuentan con los implementos necesarios para diversos tipos de eventos.

Es importante de igual manera señalar que los centros de eventos de la ciudad de Valdivia, cuentan con una capacidad de recepción para más de 10.000 personas, que pertenezcan al segmento de congresos y eventos.

En la ciudad de Valdivia, existen ciertas categorías que tiene mayor relevancia o que poseen una mayor demanda por parte de los consumidores de estos servicios, estos se refieren a las categorías de: Científicos, Sociales, Culturales y Macro-eventos comerciales.

3.3.4 TOUR OPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES

Dentro del destino Valdivia actualmente se encuentran 6 empresas, segmentadas entre tour operadores y agencias de viajes.

Estas empresas están encargadas del turismo emisor y receptor dentro del destino, otras especializadas en algún tipo de turismo o de un tipo de segmento en especial. Generalmente se encuentran cercanas al centro de la ciudad de Valdivia, lo que las hace accesible a un potencial turista que desee comprar algún paquete turístico de la zona.

La instalación de estas empresas en el destino, hace posible que lleguen una cantidad de turistas y que impacten de uno u otra forma en la economía local.

Cuadro N° 14: Tour operadores y Agencias de Viajes del Destino Valdivia

Nombre	Tipo	Dirección	Especialidad
Turismo Conosur	Agencia de viajes	Maipú 129	Turismo emisor
Operador de Turismo Los Notros y Agencia de viajes	Agencia de viajes	Caupolicán 270	Turismo receptor
Pueblito expediciones	Tour operador	San Carlos 188	Turismo aventura
Turismo 2000	Agencia de viajes	Pérez rosales 715	Turismo emisor
Turismo Hua Hum	Tour Operador	Camilo Henríquez	Turismo
Turismo Paraty	Agencia de viajes	San Carlos 188	Turismo emisor

FUENTE: Unidad de Turismo Municipalidad de Valdivia
Elaboración Propia

3.3.5 TRANSPORTE TURISTICO

Para una mayor tranquilidad del turista, el destino cuenta con transporte turístico terrestre, aéreo y fluvial.

En cuanto a transporte turístico terrestre, el destino cuenta con un Terminal de Buses, cercano al centro de la ciudad y de gran extensión, cuenta con varios servicios baños públicos, sitios de comida y complementarios.

Además la locomoción colectiva (taxis, buses urbanos) y buses interurbanos permite el acercamiento a los sectores costeros y rurales del destino. De igual forma es importante destacar, el esporádico funcionamiento del tren el Valdiviano, desde la ciudad de Valdivia hacia el sector de Antilhue.

Ahora, en cuanto al transporte turístico fluvial, cabe mencionar que es un transporte único en Chile, ya que ningún otro destino cuenta con ríos navegables. Este tipo de transporte permite el desplazamiento de turistas alrededor de la ciudad o hacia sectores de Punucapa, Niebla y otros. Es menester hacer mención también, que el destino busca potenciar esta actividad, mejorando el terminal fluvial ubicado en el muelle Schuster e invirtiendo en un nuevo proyecto de taxis fluviales.

De igual manera dentro del destino, es posible encontrar transporte turístico aéreo, el cual es un elemento diferenciador y de gran importancia para el destino ya que ninguno de otros destinos en la Región, cuenta con este tipo de transporte.

Se encuentra ubicado cerca de la comuna de Valdivia a 25 minutos aproximadamente y permite el desplazamiento de turistas de larga distancia, de manera fácil y rápida

3.4 Análisis de la Demanda

3.4.1 Demanda Turística

Los datos que a continuación se entregan son resultado de una encuesta aplicada durante el primer semestre del presente año, en la Oficina de Información turística del Terminal de Buses de la ciudad de Valdivia y la Oficina de Información turística de Sernatur.

3.4.2 TURISTAS NACIONALES

Según el estudio, el perfil del turista nacional proviene generalmente de la zona central del país, motivados principalmente en busca de descanso y conocer los principales atractivos del Destino. A continuación se entregan mas detalles:

Cuadro N° 15: Perfil Turista nacional- Destino Valdivia

ITEM	RESULTADO
Lugar de procedencia	Santiago, Viña de Mar, Valparaíso, Concepción
Porcentaje del total de llegadas	63%
Edad Promedio	31 a 45 años
Dias de Permanencia	3 días
Servicio de Alojamiento que Utiliza	Hostal y Cabañas
Medio de Información Turística que Utiliza	Internet, Televisión, Familiares/Amigos, Folleteria
Motivacion del Viaje	Descansar, visitar los fuertes españoles y la gastronomía
Conoce el sitio web www.munivaldivia.cl	En un 80% dijeron que no

FUENTE: Departamento de Turismo Municipalidad de Valdivia
Elaboración Propia

3.4.3 TURISTAS EXTRANJEROS

Según el estudio, los turistas extranjeros provienen principalmente de países limítrofes siendo significativamente importante la llegada de turistas argentinos y brasileños y la presencia de turistas de larga distancia provenientes de España, Alemania y Estados Unidos. A continuación se detallan las principales características de estos:

Cuadro N° 16: Perfil Turista extranjero - Destino Valdivia

ITEM	RESULTADO
Lugar de procedencia	Argentina, México, Brasil, España, Alemania, Estados Unidos y Colombia
Porcentaje del total de llegadas	37%
Edad Promedio	18 a 30 años
Días de Permanencia	2 a 3 días
Servicio de Alojamiento que Utiliza	Hostal y cabaña
Medio de Información Turística que Utiliza	Internet y folletería
Motivación del Viaje	Descansar, visitar los fuertes españoles, navegar por los ríos y la gastronomía
Conoce el sitio web www.munivaldivia.cl	En un 95% dijeron que no

FUENTE: Departamento de Turismo Municipalidad de Valdivia
Elaboración Propia

3.5 IMAGEN TURISTICA

Se sabe que los grandes Destinos Turísticos en el mundo, para ser identificados por los potenciales turistas, desarrollan lo que denominamos una imagen turística. Como se explicaba, anteriormente en el punto 1.6, la imagen turística esta compuesta por dos componentes uno cognitivo/perceptivo y uno afectivo.

Pero muchos gestores de destinos turísticos nacionales no tienen la visión de ver la importancia de que un destino tener una imagen.

Según estudios sobre la imagen turística, algunos autores han establecido las ventajas que conlleva para un destino turístico poseer una imagen.

- Influir en el comportamiento del turista durante el proceso de selección de un destino vacacional (Crompton, 1979; Larsen y George, 2006)
- Influencia en el nivel de satisfacción de la experiencia turística (Chon, 1992; Jenkins, 1999)

3.5.1 MARCA TURISTICA

En la actualidad el Destino Valdivia, no cuenta con una marca turística que lo identifique o diferencie de otros destinos, lo que involucra que no existe un compromiso por parte de los gestores turísticos de posicionar el destino a nivel nacional o internacional.

Un ejemplo claro y cercano es el caso del destino “Sietelagos, Vive sensaciones”, este destino ha sabido posicionarse a nivel nacional e internacional, conociendo sus fortalezas y oportunidades como territorio y potenciándolos a través de una serie de campañas promocionales.

Su marca “Vive sensaciones”, si bien es un poco ambigua, pretende que el turista visite y conozca el destino durante todo el año, ya que las sensaciones del verano frente al lago son diferentes a las que se viven en invierno disfrutando de la nieve o la lluvia.

3.5.2 PROMOCION TURISTICA

En cuanto al tema de promoción turística del destino Valdivia, cabe enfatizar que éste ha realizado varias acciones de índole promocional, que han causado un impacto positivo en la comunidad y en los turistas, pero otros no han causado el efecto esperado ya que han sido realizados desde un enfoque errado. Por ejemplo, la campaña promocional del verano en Valdivia 2010, no contiene los elementos esenciales que motivan el viaje hacia el Destino, ya que no se tomó en consideración los atractivos más interesantes para los turistas como son los Fuertes Españoles, los paseos fluviales, los museos y la naturaleza propia del lugar.

Si bien se sabe, que la estacionalidad, se da en casi todo el país en forma homogénea, es aún más difícil en el Destino Valdivia, ya que posee un clima poco compatible con las actividades turísticas que los turistas generalmente buscan realizar en un destino turístico es por ello, que la reciente Campaña de Invierno “Valdivia, lluvia es Vida”, es algo innovador y deja ver la motivación por parte del Municipio de quebrar la estacionalidad propia del sector a través de diversas actividades que complementan el turismo cultural en el destino.

3.6 GESTION TURISTICA

La gestión turística dentro del Destino Valdivia está conformada por tres actores el sector público, el sector privado y la mesa pública privada de Valdivia (Comité de Desarrollo Turístico de Valdivia), mesa de trabajo liderada y coordinada por la Unidad de Turismo de la Municipalidad de Valdivia

3.6.1 SECTOR PÚBLICO

Dentro del territorio se encuentra una serie de organismo públicos que afectan de una u otra forma al desarrollo turístico del mismo, ya que como se sabe la comuna de Valdivia, es la capital regional de la Región de Los Ríos, es así como se puede encontrar oficinas de: Sernatur, Sernac, Sence, entre otras dentro del mismo destino. De igual forma, no podemos olvidar al ente encargado de llevar a cabo la coordinación de todos los actores dentro del destino, la Municipalidad de Valdivia.

Los actores ya nombrados, son parte importante dentro del destino ya que parte de ellos regulan el funcionar del turismo dentro del destino, como es el caso del Servicio Nacional de Turismo o el Servicio Nacional de Atención al Consumidor.

Pero dentro de los actores más importantes del destino, la Municipalidad cumple los roles mas importantes como gestor, coordinador y planificador de la actividad turística dentro de la comuna. La Municipalidad debe ser el responsable de ser el intermediario entre los turistas y los empresarios turísticos, analizando las dos partes del sistema turístico demanda y oferta turística, para lograr cohesionar los intereses de ambos y plasmarlo en un turismo conveniente para ambas partes. Los entes públicos son la forma como el gobierno en sí, ve al sector turismo por lo que sus acciones serán el reflejo del turismo del mañana.

3.6.2 SECTOR PRIVADO

Otra parte importante del desarrollo turístico dentro del Destino, es el rol que cumple el sector privado, es decir, los empresarios turísticos, universidades y organizaciones no gubernamentales que afectan al turismo.

Dentro del destino Valdivia, las organizaciones como Hotelga o los Armadores turísticos, velan por los intereses de sus asociados pero a la vez regulan el accionar de los mismos, ellos mantienen una cadena de información que ayudaría a difundir los acuerdos tomados por el destino, en temas de calidad, imagen etc.

Ahora las universidades como es el caso de la Universidad Austral de Chile, cuenta con la carrera de Administración de empresas de Turismo, la cual entrega profesionales con amplios conocimientos sobre planificación en turismo, además de entregarles experiencias en diversos proyectos relacionados con el sector público o privado.

Al igual podemos encontrar la Universidad Tecnológica de Chile, que entrega técnicos y profesionales relacionados con la administración en hotelería y restauración, y la carrera de Chef Profesional.

Estas casas de estudios de nivel superior y técnica, ayudan al destino a que los residentes locales puedan mejorar su propio Destino Turístico, a través de sus diferentes especialidades, pudiendo ser partícipes de proyectos relacionados con el Destino o una vez egresados ser potenciales microempresarios turísticos .

Como se ve el sector privado muchas veces entrega lo que el sector público no puede, educación superior y también inversión en el Destino, como es el caso del Hotel y Casino Dreams, que gracias al asentamiento de este hotel perteneciente a la empresa Enjoy, se pudieron generar nuevos puestos de trabajo y elevar el nivel de calidad de los hoteles que se encontraban primeramente en el Destino, mejorando la competitividad de los establecimientos de alojamiento turístico.

CAPÍTULO IV

ORDENAMIENTO TERRITORIAL

4.1 ZOIT VALDIVIA - CORRAL

Para poder ordenar un espacio territorial de un destino turístico, es indispensable contar con Plan de Ordenamiento Turístico, una Declaración de Zona de Interés Turístico (ZOIT) o Centro de Interés Turístico (CEIT).

IMAGEN Nº 3 ZOIT VALDIVIA - CORRAL



Fuente: Google Earth

Elaboración: Google Earth

Como se sabe el Destino Valdivia, cuenta con uno de estos instrumentos de gestión territorial netamente turística, la ZOIT Valdivia- Corral.

La ZOIT Valdivia-Corral fue presentada oficialmente en Diciembre del 2009, y por medio de esta declaratoria se buscaba alentar el desarrollo turístico en los los sectores de: camino Guacamayo, las Mulatas, calle Arica, General Lagos, Vicente Pérez Rosales hacia el borde costero, el torreón, Iglesia San Francisco, La Plaza, Av Picarte hacia el Borde Costero, Av. Ecuador, Av. Balmaceda hacia el borde costero, y Niebla

su borde costero, por último toda Isla Teja, ya que contaban con condiciones especiales para la atracción del turismo en la comuna.

Si bien, estos lugares involucran casi todos los bordes y cursos de agua de la comuna de Valdivia y sitios con alto valor patrimonial como la Zona Típica, ubicada en calle General Lagos, es extraño que no se hable de ello en el Plan Regulador Comunal de Valdivia, lo cual deje entrever una disyuntiva en torno al tema turístico del Destino Valdivia.

Como se sabe, el Plan Regulador Comunal es un instrumento de planificación territorial que consiste en delimitar ciertas áreas dentro de un territorio urbano o rural, determinando las características, restricciones y uso potencial de cada una de estas áreas.

Las condiciones urbanísticas que actualmente tiene la comuna de Valdivia y que se encuentran determinadas por el Plan Regulador Comunal actualizado del año 2010 son: Zonas centrales, Zonas residenciales, Zonas productivas, Zona de equipamiento, Zona de áreas verdes, Zonas de interés patrimonial, Zona de infraestructura, Zona de protección ambiental y Zona de resguardo.

Una de las mayores ventajas que puede tener un destino turístico que busca potenciarse y desarrollarse turísticamente a nivel nacional, es precisamente el contar con un instrumento de planificación básico como es un plan regulador comunal, ya que no muchos destinos o ciudades de gran nivel turístico cuentan con una plan regulador o incluso si es que lo poseen, éste no se encuentra debidamente actualizado.

El contar con este instrumento de gestión territorial, significa dejar en claro algunas temáticas como:

- las áreas en las cuales se puede o no realizar actividades turísticas,
- donde instalan empresas de alojamiento turístico o empresas de restauración

- establecer ordenanzas en pro de cuidar el medio ambiente y el patrimonio cultural de una comunidad entre otras.

Lo que sí es preocupante y como se mencionaba anteriormente, que este instrumento al no ser concerniente al sector turismo, deja muchas de estas temáticas en el aire, como la regulación de actividades en ciertas áreas de uso turístico, el funcionamiento de algunas actividades incompatibles entre sí dentro de una misma zona etc.

Ahora veremos como cada una de éstas áreas o zonas, impacta al desarrollo turístico del Destino Valdivia.

Cuadro N° 17 Zonificación y Turismo

Zonas	Implicancia en el sector Turismo
Zonas centrales	Ninguna. Puede llegar a influir en el caso de contribuir a mejorar la imagen de la ciudad, ya que los sectores que antes eran eriazos ahora serán parte de condominios, lo cual hará ver a la ciudad más ordenada.
Zonas residenciales	Permite reconocer los lugares autorizados para instalar empresas de alojamiento como Hospedajes y otros.
Zona productiva	Es incompatible en algunos casos con la actividad turística y puede afectar de manera visual, por ruidos u otros. Caso Asenav – Hotel Villa del Río.
Zona equipamiento	Involucra el desarrollo de actividades de orden científico, esparcimiento, culto y cultura etc. que se pueden realizar en esta zona.
Zona áreas verdes	Respeta y protege la ubicación de parques y áreas verdes dentro de la ciudad como plazas etc.

Zona interés patrimonial	Rescate y protección de sitios de interés cultural como el casco histórico de la ciudad, los torreones españoles , el Fuerte de Niebla ubicado en el sector del mismo nombre, el Centro cívico y el Barrio Esmeralda.
Zona infraestructura	Ninguna. Puede ayudar de alguna forma a no instalar empresas turísticas cerca de hospitales y otros que pueden ocasionar alguna molestia para los turistas.
Zona protección ambiental	Busca la sustentabilidad ambiental, protegiendo parques, hualves, humedales y cursos de agua en general, que son recursos importantes para el turismo.
Zona de resguardo	Ninguna. Excepto para saber los lugares mas seguros en caso de emergencia o para instalar alguna empresa turística.

Fuente: Unidad de Turismo – Municipalidad de Valdivia

*En base a Plan Regulador Comunal actualizado de la comuna de Valdivia - 2010

CAPÍTULO V

ANÁLISIS FODA

5.1 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA, es una herramienta mediante la cual, la comunidad de manera participativa ha identificado los factores externos e internos que beneficien o dificulten el desarrollo de la actividad turística. El análisis FODA en resumen reúne las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

El análisis FODA del PLADETUR de la Comuna de Valdivia, fue socializado en reunión participativa del Comité de Desarrollo Turístico de Valdivia en la cual participan activamente la Unidad de Turismo de la Municipalidad de Valdivia y representantes de la Cámara de Turismo de Valdivia, Hotelga, Agrupación de Armadores Fluviales de Valdivia, Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile y la carrera de Gastronomía y Hotelería de Inacap Valdivia.

Imagen Nº 4 Fotografía Presentación en reunión de Comité de Desarrollo Turístico de Valdivia.



5.1.1 Factores Internos

Los factores internos del análisis FODA, son los que pueden afectar positivamente o negativamente el desarrollo de la actividad, pero sobre los cuales se tienen capacidad de control interno. Estos hechos son las **fortalezas y debilidades**.

5.1.1.1 Fortalezas

Las fortalezas son las capacidades y recursos con los que se cuenta para el desarrollo de la actividad.

- Existe una diversificada cartera de atractivos naturales, culturales y eventos programados los que se traducen en un importante patrimonio y posibilitan el desarrollo turístico.
- Posee equipamiento turístico tanto hotelero como de servicios complementarios.
- Existen actores comprometidos con el desarrollo del turismo.
- Desarrolla campañas de promoción todo el año.
- Se promueve la estandarización de los servicios y la calidad de los mismos.
- Cuenta con una infraestructura turística de calidad.
- Existe asociatividad, participación e interacción público/privada dentro del Destino.
- Existencia de una red fluvial como atractivo turístico único en el país.
- Posee una oferta hotelera de alta categoría y de calidad muy diversificada.
- Posee una infraestructura y equipamiento para la realización de congresos y eventos.

5.1.1.2 Debilidades

Las debilidades corresponden a las carencias de diferente índole que influyen negativamente en el desarrollo de la actividad turística.

A continuación se presentan las “debilidades” identificadas en el destino divididas en 3 grupos:

5.1.1.2.1 Destino y Gestión:

- Estructura de gestión turística municipal insuficiente para lograr resultados inmediatos a pesar del rol “impulsor” que este debiera tener en la actividad turística local (Unidad a Cargo)
- No cuenta con buena accesibilidad para todos los atractivos turísticos.
- No existe señalización para todos los atractivos.
- La información del destino no se encuentra actualizada
- No existen productos turísticos innovadores.
- Faltan ordenanzas municipales en pro del turismo.
- Faltan más profesionales del sector turismo vinculados en el área.
- Carencias de normativas medio ambientales aplicables al área turística
- Deficiencia en el ordenamiento y zonificación urbana.
- Carece de demanda turística durante todo el año.
- Poca conciencia turística local.

5.1.1.2.2 Oferta y calidad de los Servicios:

- Existencia de una excesiva oferta de alojamiento informal.
- Deficiente nivel educacional del personal en contacto (PEC)
- Escasa inversión pública y privada en capacitación del PEC.
- Brecha de calidad y equipamiento muy marcada entre unos y otros servicios turísticos locales.
- Escasa utilización de las TIC's por parte de los prestadores de servicios turísticos.

5.1.1.2.3 Difusión y Promoción:

- No posee una imagen turística definida para el Destino
- No existe una promoción adecuada para el destino.
- No posee una vitrina digital de promoción como lo es un sitio web turístico del destino y el sitio municipal en tanto no es reconocido por los visitantes como tal.
- No se ha determinado el mercado objetivo del destino
- No existen estrategias de comercialización para el destino
- No se realizan campañas turísticas durante todo el año en los mercados emisores comprobados.
- Escasa inversión pública y privada en captación de nuevos segmentos de mercados y/o fidelización de los actuales mercados.

5.1.2 Factores Externos

Los factores externos del análisis FODA son los hechos y/o elementos sobre los cuales no se tiene control directo, pues dependen de otros actores. Estos hechos se manifiestan en las **oportunidades** o **amenazas** para el desarrollo de la actividad.

5.1.2.1 Oportunidades

- Mayor relevancia al turismo como área económica dentro de la región (estrategia regional y Política Regional de Turismo)
- Mayor énfasis, promoción y aumento de fondos concursables de los distintos servicios públicos (Capital Semilla de Turismo, Sercotec)
- Responder al aumento de demanda de nivel nacional e internacional
- Tendencia en la creación de nuevos proyectos relacionados al turismo principalmente de Intereses especiales.
- Proyectos de infraestructura vial que ayudaran a una mejor imagen del Destino, donde destaca la construcción de la doble vía del acceso norte de la ciudad.

- Construcción de un 2do. Puente de acceso a la Isla Teja, lo que permitirá mejorar el flujo vehicular principalmente en temporada alta.
- Construcción de embarcaderos menores para taxis fluviales y otras embarcaciones menores en la ribera del río Calle – Calle y Valdivia.
- Alianzas de trabajo y cooperación entre los municipios aledaños a la ciudad de Valdivia (Corral, Los Lagos, San José de la Mariquina) con quienes se comparten atractivos, productos y/o recursos turísticos.

5.1.2.2 Amenazas

- Marcada estacionalidad
- Consolidación de la oferta turística de Destinos competencia de Valdivia.
- Baja legislación medio ambiental.
- Fuerte competencia en promoción de Destinos nacionales.
- Amenazas de carácter natural como terremotos y otros.

5.2 Imagen Objetivo

Los atributos identificados para proyectar una imagen objetivo en la Comuna de Valdivia van directamente relacionados con los tipos de turismo que se desarrollan en la capital regional como lo son: Turismo Fluvial, Turismo Cultural y Patrimonial y el Turismo de Naturaleza vinculado a la Selva Valdiviana.

5.2.1 Propuesta Imagen Objetivo

La comuna de Valdivia debe lograr consolidarse como uno de los Destino más importantes del sur de Chile debido al inmenso patrimonio Cultural, Histórico y Natural que forma parte de una de las ciudades más antiguas de nuestro país.

Así mismo debe fortalecer este concepto con el mejoramiento de la oferta turística local, incorporando nuevos tipos de turismo y fortaleciendo aún más la imagen del Destino a través de la Inversión público/privada en materia de promoción a nivel nacional e internacional.

“Valdivia, la ciudad de Los Ríos”

CAPITULO VI

PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

6.1 Estrategias

Las estrategias constituyen un instrumento orientador para estimular el desarrollo, en el cual el crecimiento económico constituye el elemento central, la justicia el principio orientador en la distribución de los beneficios y costos de tal crecimiento y de la actividad socioeconómica en general, la calidad de vida y su mejoramiento para cada uno y todos los miembros de la comunidad, tanto rural como urbana, el principal objetivo de la sociedad y donde el manejo del medio ambiente se convierte en un vehículo para alcanzar el uso racional de los recursos, permitiendo, al mismo tiempo, controlar el impacto del hombre sobre la naturaleza (Torres 1984).

6.1.1 Estrategias de desarrollo

En términos simples, una estrategia de desarrollo turístico es una secuencia de acciones que se deben implementar para lograr alcanzar los objetivos turísticos propuestos. En otras palabras, la estrategia comunal de desarrollo turístico constituye un conjunto de intencionalidades destinadas a resolver los problemas detectados en el diagnóstico, a poner en valor los recursos, a transformar estos recursos y servicios en productos, a introducirlos en el mercado y a hacer del turismo un factor importante coadyuvante e integrador del desarrollo económico y sociocultural de la comuna (Leiva, 1997).

6.1.2 Estrategias de desarrollo propuestas para la Comuna de Valdivia.

6.1.2.1 ESTRATEGIAS DE MEDIO AMBIENTE Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Las estrategias medio ambientales obedecen a una serie de proyectos para resguardar el patrimonio natural de la comuna que tienen como objetivo regular, monitorear y mitigar posibles impactos negativos.

Por otra parte las estrategias de ordenamiento territorial están definidas para que exista un desarrollo equilibrado de los espacios para la actividad turística.

En el caso de Valdivia, existe ya una zonificación turística (ZOIT Valdivia – Corral) la cual requiere que se le dé la importancia que un estudio así lo amerita, pero se fundamenta principalmente en la voluntad del municipio de incorporar esta área dentro del Plano Regulador comunal.

Acciones a desarrollar:

- Capacitaciones a los agentes involucrados en el sector turístico en temáticas de Medio Ambiente, uso de energías alternativas, manejo de residuos y reciclaje, entre otros.
- Retomar ZOIT Valdivia – Corral, realizar nueva propuesta en conjunto con los actores relevantes para plantear la incorporación en futuro Plano regulador.

6.1.2.2 ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Esta estrategia apunta principalmente al mejoramiento de la atención el cliente en términos generales, conciencia turística, información turística, protocolo, entre otros aspectos.

Acciones a desarrollar:

- Gestión de Capacitaciones al personal en contacto en materias de Idiomas, manipulación de alimentos, atención al cliente e información turística, entre otros.

6.1.2.3 ESTRATEGIAS DE FOMENTO PRODUCTIVO Y PROYECTOS TURÍSTICOS

Tiene como objetivo principal incentivar el crecimiento económico del Destino y por otra parte de personas o grupos de emprendedores mediante el apoyo y la colaboración en el desarrollo de proyectos de fomento que generen negocios.

Acciones a desarrollar:

- Incentivar la participación en fondos concursables y crear las instancias para el acercamiento entre los privados y los organismos que cuentan con estos recursos.
- Gestión de Capacitaciones entre el Municipio y otros organismos públicos para informar sobre los fondos concursables a postular.
- Incorporación a la Unidad de Turismo, profesional especialista en proyectos turísticos que logre presentar iniciativas y concursar a los diferentes fondos públicos y privados existentes para estos fines, de esta manera se logrará apalancar recursos externos para el desarrollo del turismo en el Destino.

6.1.2.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y MARKETING

El principal objetivo de las estrategias de marketing es acercar y vender el producto a los consumidores, es por eso que las estrategias deben ser coherentes con los productos definidos para conseguir los objetivos fijados (plan de marketing).

Acciones a desarrollar:

- Enfocar los esfuerzos de promoción y marketing durante todo el año en los mercados que realmente nos interesan y concentrar los recursos en lograr el interés de los visitantes de visitar Valdivia temporada baja.
- Crear imagen de marca en conjunto con la Región de Los Ríos participando de las diferentes ferias nacionales e internacionales que promueve el Servicio Nacional de Turismo de la Región de Los Ríos y el Gobierno Regional de Los Ríos y que pretenden posicionar a la Selva Valdiviana entre los mercados más importantes de Chile.
- Desarrollar un Plan de Marketing específico para el Destino Valdivia, el cual entregue las directrices a trabajar para lograr un posicionamiento al corto, mediano y largo plazo y que además, busque alternativas de financiamiento para estos fines. Este Plan deberá adjuntarse a este PLADETUR con el fin de complementarse y ser una herramienta única de desarrollo turístico local.

6.1.2.7 ESTRATEGIA: ASOCIATIVIDAD

La línea de asociatividad en este PLADETUR, apunta a estrategias que incorporen a la comuna de Valdivia en alianzas y/o convenios de cooperación con otros Municipios de la región (aliados estratégicos), Instituciones Públicas y/o Privadas (Comité de Desarrollo Turístico de Valdivia), universidades (Proyecto Ciudad Universitaria).

Acciones a desarrollar:

- Convenios de colaboración y apoyo con los municipios de Corral, Los Lagos y San José de la Mariquina.
- Participación en las distintas mesas regionales de turismo.
- Convenios de colaboración con empresas multinacionales, nacionales, regionales y/o locales.

CAPÍTULO VII

MONITOREO DEL PLAN

7.1 Monitoreo y Evaluación

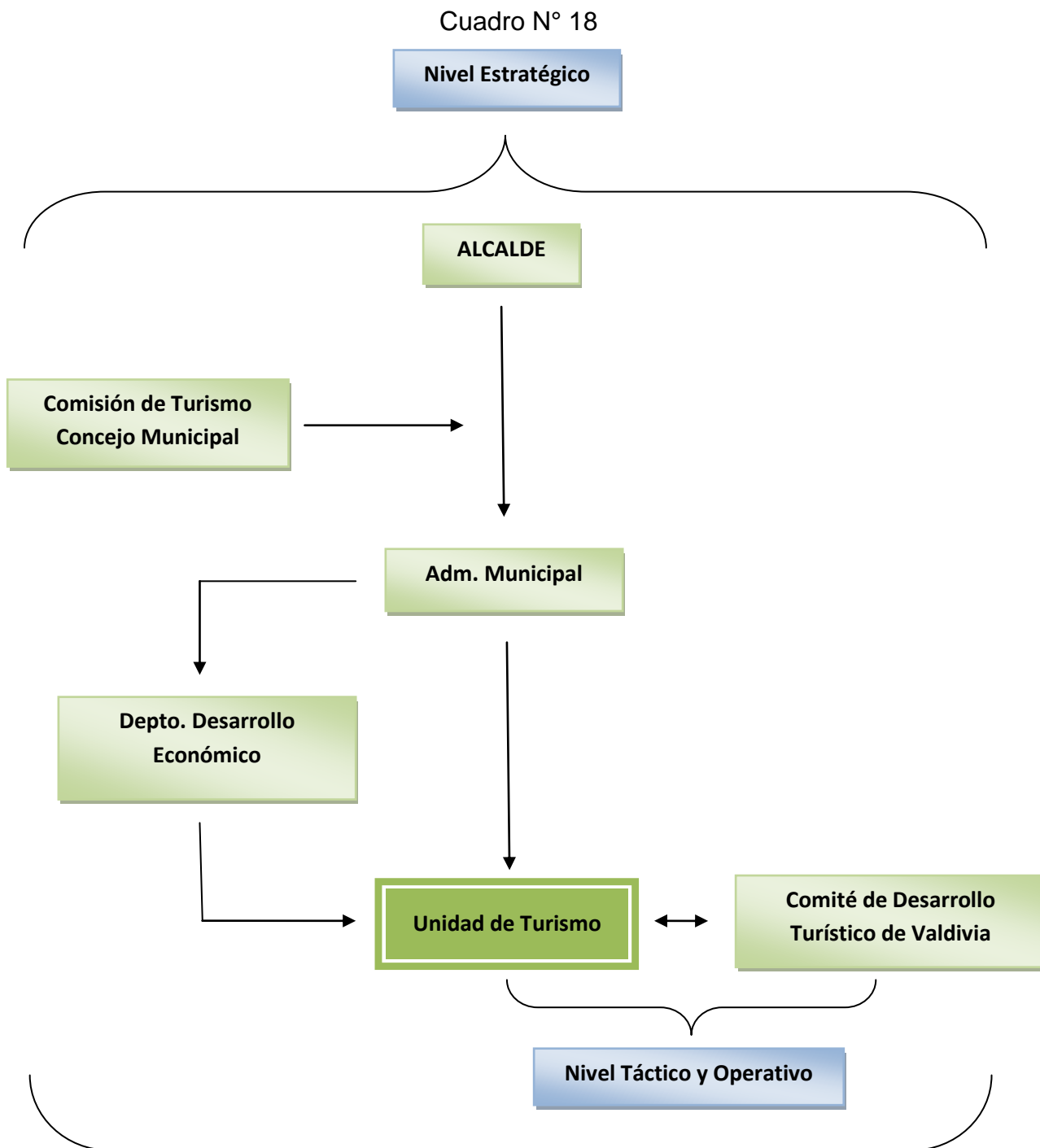
Para que las estrategias propuestas en el PLADETUR sean ejecutadas, es necesario que los encargados hagan un trabajo de monitoreo (seguimiento), acción que proporcionará la información que permitirá seguir el avance de los programas, acciones, estudios y otras actividades, esto con el fin de adoptar 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.

7.2 Los Responsables del PLADETUR

Se debe determinar un mecanismo para llevar a cabo lo planificado, es por esto que se requiere una **Unidad responsable del PLADETUR**, para gestionar y ejecutar acciones orientadas al desarrollo turístico de la comuna. Además esta unidad será responsable de coordinar y facilitar las acciones con los actores públicos y privados relacionados con el sector.

Esta **Unidad**, debiera estar conformada por:



Fuente: Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

El destino Valdivia, se impone como un destino importante a nivel nacional, teniendo una variada oferta turística, gran cantidad de atractivos turísticos, los cuales son identificados y reconocidos en un 80% por los turistas nacionales y extranjeros.

Además, se rescata la preocupación por parte de entes públicos encargados de gestionar la actividad turística del destino, los cuales han unido fuerzas con todos los actores del territorio para juntos mejorar la competitividad y calidad de los productos y servicios turísticos, promoviendo proyectos en pro de mejorar los mismos.

Dentro del destino se están realizando una serie de proyectos que podrían generar un cambio importante en la actividad turística del territorio, desde la elaboración del Plan de Desarrollo turístico de la Comuna de Valdivia, el proyecto referente a los denominados taxis fluviales desarrollado por la agrupación Visión Valdivia A.G., hasta el mejoramiento de los servicios de alojamientos a través de un sello de identificación para aquellos establecimientos formales.

Es importante, destacar que aún falta mucho para posicionar el destino Valdivia dentro de los destinos "Top Ten" del país, ya que falta constatar variables claves como determinación del mercado, estrategias de comercialización para el destino, políticas municipales en pro del turismo etc. pero por otra parte, el destino Valdivia tiene los elementos necesarios para posicionarse y salir del estado de destino turístico en desarrollo y crecer para convertirse en un destino maduro de importancia en el Turismo de Intereses especiales, referente a Cultura y Naturaleza, considerando además, la importancia de contar como ninguna otra región del país con una Política Regional de Turismo basada principalmente en la Selva Valdiviana, la cual requiere definitivamente de una estructura municipal acorde a las necesidades del sector y que cuente con las capacidades técnicas y operativas para el desarrollo del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Manual de introducción al turismo, material académico. Instituto de turismo, Universidad Austral de Chile. 2007.
- Informe de Perfil del turista – Valdivia. Documento institucional, Municipalidad de Valdivia. 2011.
- Política Regional de Turismo, Región de Los Ríos 2011-2014. Gobierno regional de Los Ríos. 2011.
- Gestión Integral de Destinos turísticos. Sernatur. 2008.
- Formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural. 2009.
- “Turismo y Gestión Municipal”, Instituto de Turismo, Uach - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- “Turismo y Gestión Municipal”, SERNATUR
- www.munivlaidiva.cl
- www.uach.cl
- www.goredelosrios.cl
- www.sernatur.cl
- www.ine.cl
- www.subdere.cl

ANEXOS