



**UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
CARRERA DE GESTION EN TURISMO Y CULTURA**

**“CENTRO DE PRESERVACIÓN Y CONSERVACION
CULTURAL Y AMBIENTAL”**

ALUMNO: ANGELICA BERNAL BERNAL.

PROFESOR GUÍA: ERNESTO GOMEZ FLORES.

**PROYECTO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR TURISTICO
CULTURAL Y AL GRADO DE LICENCIADO EN TURISMO Y CULTURA.**

2009

Dedicatoria

*Dedicado a mis padres, que me han dado
todo su apoyo y la fuerza en esta segunda
oportunidad, además de haberme acompañado
por todo este largo camino. También dedicárselo
a todas las personas que me han ayudado y
siempre se han preocupado por mí.*

*Quisiera agradecerle eternamente
a mis padres que han sido mi soporte en toda
mi vida, brindándome
cariño, valores, y amor, además me han entregado
el apoyo necesario para realizar
esta tesis y lo más importante es que creyeron en mí por
darme esta segunda oportunidad.*

*A mis hermanos que siempre estuvieron preocupándose por mí en
cada cosas que hice me apoyaron y me ayudaron.*

*En especial quisiera a agradecerle a mi tatita charro, que él lo único que quería
era ver a su nieta titulada, no me alcanzaste
a ver porque te falle la primera vez, pero yo sé que estuviste
aquí conmigo durante todo este periodo dándome concentración
y acompañándome desde arriba en tantas noches que no pude dormir
al trabajar en la tesis y siempre.*

*A toda mi familia en general, abuelos,
tíos, tías, primas, primos que siempre me dieron fuerzas y
esperanzas.*

*En general a todos los profesionales
que me tuvieron mucha paciencia cada vez que
tenía alguna duda y me ayudaron a realizar
este trabajo.*

Abstract 1

Resumen..... 3

Introducción 4

CAPITULO I: ANTECEDENTES GENERALES 5

1.1 Objetivos de la Investigación 5

1.2 Planteamiento del Problema..... 5

1.3 Justificación de la Investigación 6

1.4 Viabilidad de la Investigación..... 6

1.5 Reseña Historia de la Comuna de Puchuncaví..... 7

1.6 Geografía..... 9

1.7 Ubicación 10

1.7.1 Mapa de la comuna de Puchuncaví..... 10

1.8 Orografía 10

1.8 Orografía 11

1.9 Clima 11

1.10 Vegetación..... 12

1.11 Industrialización..... 14

CAPITULO II: MARCO TEORICO 16

2.1 Definiciones 16

2.1.1 Definición de turismo..... 16

2.1.2 Definición de turista..... 16

2.1.3 Turismo Orientado hacia la Naturaleza..... 17

2.1.4 Turismo de Aventura 17

2.1.5 Comunidad 17

2.1.6 Áreas naturales protegidas 17

2.1.7 Patrimonio cultural..... 18

2.2 Tendencias Turísticas..... 18

2.2.1 Principales tendencias turísticas..... 18

2.2.2 Otras tendencias turísticas..... 20

2.3 Importancia del Turismo 20

2.4 Ecoturismo 21

2.5 Agroturismo 21

2.5.1 Condiciones para el Agroturismo..... 22

2.5.2 Agroturismo en Chile..... 22

2.6 Definición de sustentabilidad..... 24

2.6. 1 Desarrollo..... 24

2.6.2 Desarrollo turístico sostenible..... 25

CAPITULO III: DESARROLLO DE LA INVESTIGACION..... 28

3.1 Turismo en la comuna de Puchuncaví 28

3.2 Situación Actual 30

3.3 Desarrollo del Turismo Costero 30

3.3.1 Sector Norte 30

3.1.2 Hacia el interior..... 37

3.4 Arqueología Precolombina en la Comuna de Puchuncaví..... 40

3.5 Patrimonio Cultural..... 41

3.5.1 Hallazgos Paleontológicos 41

3.5.2 Lugares Históricos 42

3.6 Flora y Fauna 43

3.6.1 Flora 43

3.6.2 Fauna 45

3.7 Servicios en la Comuna de Puchuncaví 46

3.7.1 Seguridad: 46

3.7.3 Otros servicios..... 46

3.8 Impactos de la Contaminación.....	47
3.8.1 Efectos Demográficos: Despoblamiento rural y empleo agrícola.....	47
3.8.2 Efectos Sobre el Suelo, la Flora y la Fauna Terrestre	48
3.8.3 Efecto Sobre el Aire	49
3.8.4 Efecto Sobre Aguas Continentales.....	49
3.8.5 Efecto Sobre las Aguas Marinas y Biodiversidad.....	50
3.8.6 Efecto Salud Humana.....	50
3.9 Conclusión	51
3.9 Mapa: Resumen de actividades en la comuna de Puchuncaví	53
 CAPITULO IV: PROPUESTA DE PROYECTO	54
4.1 Resumen Ejecutivo.....	54
4.1.1 Descripción	54
4.1.2 Mercado Objetivo.....	54
4.1.3 Descripción de los servicios.....	54
4.1.4 Estrategia.....	55
4.1.5 Datos Financieros.....	55
4.2 Descripción del proyecto	56
4.2 Descripción del proyecto	56
4.3 Nombre de la Empresa.....	56
4.4 Misión	56
4.5 Visión	56
4.6 Objetivo General	56
4.7 Objetivos Específicos.....	57
4.8 Información del Proyecto.....	57
4.9 Fundamentos del proyecto	57
4.10 Descripción del Producto y servicio	58
4.10.1 Marca.....	58
4.10.2 Producto	59
4.11 Estudio de Mercado.....	64
4.9.1 Análisis Porter.....	64
4.11.2 Análisis de los Competidores.....	66
4.11.3 Análisis de la Demanda Turística en Puchuncaví.....	68
4.11.4 Mercado Potencial.....	71
4.11.5 Mercado Objetivo o Target	71
4.11.6 Perfil del turista Extranjero que visita Chile	71
4.11.7 Perfil del Turista Chileno	72
4.11.8 Perfil del Turista de Puchuncaví	73
4.11.8 Perfil del Cliente de Spin & Breathe y Público Objetivo.....	73
4.12 Plan de Marketing	74
4.12.1 Producto	74
4.12.2 Precio	75
4.12.3 Plaza o distribución.....	77
4.12.4 Promoción y Comunicación.....	78
4.12.5 Estrategias del Servicio	80
4.12.6 Proyecciones de Ventas	81
4.12.7 Análisis FODA.....	83
 CAPITULO V: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	85
5.1 Estudio Técnico.....	85
5.1.1 Locación Spin & Breathe.....	85
5.1.2 Infraestructura de Spin & Breathe	87
5.1.3 Plano de Emplazamiento de Spin & Breathe	90
5.1.4 Presupuesto de la Infraestructura, implementación y personal de Spin & Breathe	91
5.1.5 Servicios de Circuitos Turísticos	92

5.1.6 Servicios de Restaurante y Bar	93
5.2 Estudio Organizacional	100
5.2.1 Estructura Organizacional.....	100
5.2.2 Remuneraciones del Personal de Planta.....	103
5.2.3 Puntos del Reglamento Interno	103
5.3 Análisis Financiero.....	105
5.3.1 Detalle de la Inversión Inicial	105
5.3.2 Detalle de Ingresos por Año.....	105
5.3.2 Detalle de Ingresos por Año.....	106
5.3.3 Detalle de Costos fijos	107
5.3.4 Detalle de Costos Variables	107
5.3.5 Detalle Amortizaciones y Depreciaciones	107
5.3.6 Flujo Libre.....	108
5.3.7 Flujo Financiero	108
5.3.8 CAMP	108
5.3.9 VAN	109
5.3.10 TIR	109
5.3.11 Payback	109
Propuestas de Nuevos Proyectos.....	110
Referencias Bibliográficas	111
 VI ANEXOS	 112
6.1 Alojamientos Turísticos	112
6.3 Costos Abastecimiento Restaurante.....	140
6.3.1 Buffet para 56 a 75 personas.....	140
6.3.2 Buffet para 45 a 55 personas.....	140
6.3.3 Detalle del Gasto diario en alimentos	141
6.4 Precios del Bar	142
6.5 Ventas Año 1.....	143
6.6 Ventas Año 2.....	144
6.7 Ventas Año 3.....	145
6.8 Ventas Año 4.....	146
6.9 Ventas Año 5.....	147
6.10 Implementación Spin & Breathe.....	148
6.11 Certificado de Avalúo Fiscal.....	149
6.12 Ubicación en el Plano regulador	150
6.13 Certificado de Informaciones Previas	151
6.14 Cotización Construcción Complejo	152
6.15 Carta Gantt de Construcción	153

Abstract

In a global market as we live, act forces that make it essential knowledge and intuition to sustain the long-term struggle. These forces involve the development of scientific and technological knowledge, the wide range of social and cultural changes, the social force that establishes new forms of control over their own place of residence, the growth of poverty and violence, terrorism, organized, increased risks of environmental deterioration, fear of social diseases, international financial integration, the new vision of reform in each country, and new forms of cooperation through alliances.

This new forces also modify the vision on tourism destinations with tourists, as we face a new tourist profile, more informed, concerned about the environment, cultural interests and desire for contact with nature.

Thus, the investor of a destination or a tourist should consider new paradigms through the analysis of the motivations of the new demand.

The objective of this thesis is to study the Comuna de Puchuncaví for business opportunity. The business aims to make in the Comuna de Puchuncaví is a business focused on cultural and environmental tourism.

To carry out an analysis of the stage where the future will be located tourism project is necessary to carry out an investigation on the current situation of the Comuna de Puchuncaví from a tourist perspective, on the variables of supply and demand and the attractiveness of the area in addition to all the important services that make the development of tourism in a particular place, which will result in obtaining the conditions for the development of this new tourism business.

The tourism company that plans to build a center of conservation and cultural preservation, which aims to draw all the features of the area making it a suitable place for rest, tranquility, comfort surrounded by the natural landscape.

Keywords: Tourism, development, opportunity, business.

Resumen

En un mercado globalizado como el que vivimos, actúan fuerzas que hacen imprescindible el conocimiento y la intuición para poder sostener la lucha a largo plazo. Estas fuerzas involucran el desarrollo del conocimiento científico y tecnológico, ampliando los cambios sociales y culturales, la fuerza social que establece nuevas formas de control sobre su propio espacio de residencia, el crecimiento de la pobreza y la violencia, el terrorismo organizado, el incremento de los riesgos de deterioro ambiental, el temor a contraer enfermedades sociales, la integración financiera internacional, la nueva visión de reformas en cada país, y las nuevas formas de cooperación a través de alianzas.

Estas nuevas fuerzas modifican también la visión que sobre los destinos turísticos tienen los turistas, ya que nos enfrentamos a un nuevo perfil de turista, más informado, preocupado por el medio ambiente, con intereses culturales y deseo de contacto con la naturaleza.

De esta forma el inversionista de un destino o de una empresa turística deberá plantearse nuevos paradigmas, a través del análisis de las motivaciones de la nueva demanda.

El objetivo de esta tesis es estudiar la comuna de Puchuncaví para una posibilidad de negocio. El negocio que se pretende instaurar en la comuna de Puchuncaví es un negocio enfocado al turismo cultural y ambiental.

Para llevar a cabo un análisis del escenario donde se localizará el futuro proyecto turístico es necesario la realización de una investigación sobre la situación actual de la comuna de Puchuncaví desde una perspectiva turística, tomando como variables la oferta y la demanda y los atractivos de la zona, además de todos los servicios importantes que hacen que se desarrolle la actividad turística en un lugar determinado, lo que dará como resultado obtener la condiciones para el desarrollo de esta nueva empresa turística.

La empresa turística que se propone construir es un centro de conservación y preservación cultural, que tiene como finalidad sacar todas las características de la zona transformándolo en un lugar propicio para el descanso, la tranquilidad, la comodidad rodeado del paisaje natural.

Palabras claves: Oportunidad, negocio, turismo, desarrollo.

Introducción

El siguiente trabajo tiene como finalidad presentar un plan de negocios en el margen del turismo cultural. Es un plan de negocio de inversión en donde presenta un complejo turístico que se inserta en la comuna de Puchuncaví, específicamente en la localidad de Horcón. Este complejo turístico pretende mezclar factores ecológicos como culturales, haciendo un mix de los diversos tipos de turismo.

Es un complejo que cuenta con eco-alojamientos, spa, paseos, staff comerciales, restaurante, y todo lo necesario para que el turista se sienta cómodo. Al implementar este proyecto fomentará la actividad turística en la comuna de Puchuncaví, con el fin de enseñar al visitante los atractivos naturales y el patrimonio cultural existente en la comuna, y así también colaborar en el desarrollo económico local.

Se compone de dos partes la primera parte es una investigación de la oferta, demanda y de los atractivos turísticos, esta investigación es para evaluar la posible construcción de este centro turístico, y la segunda parte es el desarrollo del plan de negocio. Al implementar este proyecto se pretende generar empleos, además de contribuir con la economía local.

El trabajo se ha separado en cinco capítulos, más el capítulo de anexo.

Capítulo I Antecedentes generales de la comuna de Puchuncaví y el planteamiento de la investigación, que describe a grandes rasgos la comuna de Puchuncaví, demográficamente, geográficamente, etc. Además de plantea la investigación y los objetivos que tiene llevar a este a cabo.

Capitulo II Marco teórico, se hace referencia al turismo y sus definiciones al turismo global, las tendencias turísticas, y a los tipos de turismo.

Capitulo III Desarrollo de la investigación, describe la situación actual de la comuna de Puchuncaví en el plano turístico tomando como variables la demanda, la oferta y los atractivos que posee la zona.

Capitulo IV Propuesta del proyecto, describe el tipo de proyecto que se realizará, determinando los mercados a los que esta destinado, la competencia y la industria en un análisis de mercado para luego describir el plan estratégico de marketing que se empleará para cubrir esta demanda.

Capitulo V Factibilidad del proyecto, describe el estudio técnico, organizacional y financiero de proyecto que se propone.

CAPITULO I: ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Objetivos de la Investigación

Para poder dar origen a esta investigación es necesario entablar los siguientes objetivos, los cuales pueden ir variando a lo largo del estudio, debido a que surjan nuevas variables necesarias para el desarrollo de esta. Los objetivos corresponden a:

- Analizar y evaluar la actividad turística junto con sus atractivos en la comuna de Puchuncaví
- Evaluación para la instalación de un proyecto de inversión turístico cultural.

1.2 Planteamiento del Problema

La comuna de Puchuncaví desde a finales de la década de los cincuenta sufrió un cambio rotundo, afectando primordialmente la vida cotidiana de la población y del medio ambiente, debido al complejo de industrias que se instalo en el borde costero del sector sur de comuna.

En el transcurso de los años la población dejo atrás su antiguo modo de vivir y en muchas localidades de la comuna de Puchuncaví opto por adoptar el estilo de vida urbano, dejando atrás el rural. La instalación de las industrias trajo con ellas nuevas fuentes de empleos y nuevas costumbres y cambios en el modo de vida de la población, además de traer enfermedades y grandes problemas de contaminación en el entorno.

En la actualidad a nivel internacional y nacional existen muchas organizaciones encargadas de disminuir el impacto que ha causado la contaminación provocada por el hombre y se han instaurado nuevas técnicas para la estabilización de la economía, generando nuevas formas de producción a través de la exploración de nuevos rubros. Una de estás nuevas modalidades es el turismo¹.

El turismo en Chile cada año a ido incrementando según lo señalado por Servicio Nacional de Turismo en Chile (SERNATUR), según lo reflejado en los datos, en el 2007 incrementó al 10%, mientras que los años 2008, y 2009 incremento en un 6% cada año, destacando en los últimos año la alta llegada de turistas sudamericanos al país; esto se debe principalmente a la crisis

¹ Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

económica internacional que claramente afectó la llegada de turistas provenientes de Norteamérica y Europa.

A lo largo de esta investigación se pretende estudiar la comuna de Comuna de Puchuncaví con el fin de poder refortalecer la actividad turística identificando los factores, atractivos, posibilidades, ventajas y desventajas que posee. Para poder iniciar esta investigación es necesario plantear las siguientes preguntas: ¿Es posible instaurar una empresa turística cultural en la comuna de Puchuncaví a pesar de la contaminación industrial? ¿Es el turismo una actividad relevante en la comuna de Puchuncaví? ¿Existe Patrimonio Cultural dentro de la comuna? ¿Cómo enlazar la actividad turística cultural con los problemas ambientales existentes en la Comuna de Puchuncaví?

Luego de finalizar esta investigación se podrá dar lugar al desarrollo de una propuesta que cumpla con todo lo arrojado en la investigación.

1.3 Justificación de la Investigación

Esta investigación se lleva a cabo con el interés de estudiar la comuna de Puchuncaví en el plano turístico para la inserción de un negocio turístico.

Al realizar la investigación se obtendrá una trascendencia para la sociedad y para cualquier individuo que desee realizar un estudio, elaborar una propuesta, proyecto referente a la instalación de un negocio turístico en la comuna, debido a que este entregará herramientas e información sobre la situación actual de la comuna en esta materia.

Al finalizar la etapa de investigación se procederá a plantear la propuesta, que en este caso corresponde a un plan de negocio que tiene como finalidad contribuir al desarrollo económico de la comuna, generando nuevas formas negocios y empleos para la población, utilizando el entorno.

1.4 Viabilidad de la Investigación

El estudio resulta viable, ya que se cuenta con herramientas para la elaboración, es el caso del Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO), Plan regulador comunal, información de I. Municipalidad de Puchuncaví y registros de la comuna. Desde luego, es necesario obtener información secundaria de los mismos habitantes de la comuna, del personal municipal, dirigentes vecinales, agrupaciones ecológicas y a empleados perteneciente al complejo industrial Las Ventanas.

1.5 Reseña Historia de la Comuna de Puchuncaví

El nombre contemporáneo de Puchuncaví deriva del araucano “Puchuncahuin” que significa donde abundan las fiestas. Del mismo modo se han dado otros significados a este vocablo como “Restos de Fiestas” o “Fin de Fiestas”.

No hay fechas precisas con relación al origen de Puchuncaví y se presume que al arribo de los españoles ya existía el villorrio de este nombre.

Según el Antropólogo e investigador Ricardo Latchman y el historiador Benjamín Vicuña Mackenna el pueblo de Puchuncaví, era uno de los terminales del famoso “Camino del Inca”, sendero de piedra de una vara y medio de ancho que unía la zona central de Chile con el Cuzco, capital del Imperio Incaico.

En esta localidad residía un “Curaca” o representante directo del inca, encargado de recolectar los tributos, cosechas, etc. e imponer la autoridad imperial sobre los aborígenes de la Región.

A la llegada de los españoles, el conquistador Pedro de Valdivia entregó el valle de Puchuncaví a uno de sus soldados, el italiano natural de Milán Vincenzo del Monte (de donde deriva el apellido Vicencio muy difundido en la Región), que tenía la particularidad de ser sobrino del Papa Julio II.

Sus descendientes subdividieron las tierras entre sus herederos y, a fines del Siglo XVII eran varios los principales propietarios. En esa época en 1691, un 8 de Diciembre fue establecida como “Misión” la Parroquia de Puchuncaví, por el Capellán de Guerra en la independencia de Chile, Presbítero Juan Manuel Benavides y Mujica, según consta en los archivos parroquiales. En el más antiguo de esos libros es posible leer, sobre la firma del sacerdote español Juan de Arce, que se ha creado la “Doctrina de Puchuncaví” a fin de adoctrinar en la fe cristiana a los indios. Los primeros bautizados fueron los indios Manuel y Rosa, naturales de Lampa, por lo que se supone que la jurisdicción era muy extensa.

A la localidad de Puchuncaví, se le otorgo oficialmente la categoría de Villa el 6 de abril de 1875 y luego a partir de 1883 fue en varias oportunidades cabecera de provincia. (Aunque es obvio que la población existía desde tiempos inmemoriales). Decreto firmado por el presidente Federico Errazuriz Zañartu. Puchuncaví como Comuna existía desde 1891, junto con la promulgación de la Ley de Comuna Autónoma de Chile. Pero en el año 1930 fue anexada temporalmente a Quintero durante 14 años, correspondiéndole al Presidente Juan Antonio Ríos, en 1994 (13 de Septiembre), dictar el decreto correspondiente que la restableció como comuna autónoma.

En el año 1894 se formó la primera comuna llamada “Quintero-Puchuncaví”, integrada por vecinos de ambas localidades. Presidieron la primera sesión preparatoria don Nicolás Antonio Hermosilla y los miembros señores: Belisario Rojas Quezada, Hilario Silva Iñiguez, José Liborio Larrain, José Brito, Lorenzo Tapia, Modesto Valencia, José Troncoso y Juanario del Carmen Torres. Puchuncaví fue cabecera de Comuna llevando sus timbres y título de Quintero.

En el año 1925 se creó la Comuna de Puchuncaví, de común acuerdo con Quintero. Este vínculo nació porque siempre el Alcalde de la Comuna de Quintero había sido de Puchuncaví, por existir mayor cantidad de electores. Este acontecimiento fue muy bien recibido, sin embargo el interés, patriotismo, con que se desempeñó la Comuna fue más tarde frustrado.

En el año 1930 el Presidente de la República Don Carlos Ibáñez del Campo, dictó un decreto anexando las Comunas de bajo presupuesto y fue eliminada. Este mandato complica la situación, Puchuncaví subdelegación 17 deberá en adelante hacer sus trámites en Quintero, porque pasa a depender de esa Comuna. Esta situación hacía que, no solo estuviera en juego el amor propio de una comunidad que se caracterizaba por su extensión y difícil geografía, sino también por su rica trayectoria que sentía usurpado sus derechos, sino que también obedecía a una inquietud manifestada por sus habitantes, ya que las necesidades y aspiraciones de Quintero y Puchuncaví, eran diferentes, lo que a la fecha se ha mantenido.

Esta inquietud se mantuvo por bastante tiempo y fue discutida a todo nivel incluyendo la Presidencia de la República, aduciendo principalmente que el progreso estaba postergado, razón por la cual era muy notoria la falta de caminos adecuados para el transporte de los productos agrícolas, difícil acceso a las oficinas fiscales y municipales, escaso interés por construir, carencia de servicios de gran utilidad como agua potable, luz eléctrica, movilización colectiva, necesidad de contar con campos deportivos y otros de gran envergadura como la educación, la salud y el bienestar de la población.

A través del tiempo, se desempeñaron como Alcaldes los señores: Enrique Rojas Campesiño; Víctor Brito; Atilio Pérez; José Brito, Roberto Mayol; Juan Roberto Vásquez, etc., siendo un gran colaborador desde el año 1912, el dinámico y entusiasta regidor don Ruperto Bernal Olivares.

Después de un largo período en dependencia de Quintero, siendo siempre el Alcalde de Puchuncaví, la lucha que se dio para separar nuevamente la Comuna fue motivada por las características que distinguían a una zona de otra, pues mientras tanto Quintero tenía cimentada su población en un solo lugar, no ocurría lo mismo con Puchuncaví, que junto con tener en esos años una población superior, esta repartida en diversas localidades, villorrios y caseríos, distantes en su mayoría.

Además, se pretendía dar más facilidades a los contribuyentes y a la vez darles una mayor atención conforme a los servicios que se establecieran apenas fuera creada la Municipalidad.

Se logro crear nuevamente la Comuna de Puchuncaví, después de grandes esfuerzos realizados por las entonces autoridades de la Comuna de Quintero y, destacados vecinos de Puchuncaví.

Fue así, como en el año 1943 la corporación de la Comuna de Quintero, integrada por el Señor Alcalde don Juan José Mena Salina y los regidores Ruperto Bernal Olivares, Juan Francisco Pérez Vicencio de Puchuncaví al igual que el Alcalde, además de los señores Regidores de Quintero Juan Estay Estay y Emilio Pezoa Berrios, decidieron hacer realidad la separación de ambas Comunas no omitiendo sacrificios y en una sesión solemne en la Municipalidad de Quintero acordó la mayoría edilicia solicitar audiencia al Excelentísimo Señor Presidente de la República don Juan Antonio Ríos Morales, para presentar personalmente una solicitud que permitiera el estudio de la creación de la Comuna de Puchuncaví.

Entre los vecinos se recuerda que apoyaron en comisiones y ayudaron a lograr el objetivo propuesto por la Corporación Edilicia de ese tiempo, los Señores Alejandro Valencia Alvarado, Abel Torres, Juan Páez Silva, Melitón Herrera Estay y Juan Navarrete Zamora por Puchuncaví y Ricardo Escobar, Carlos Godoy Lazo, Eduardo Lacquanitti, Santiago Escutti Orrego y el Sr. Fleming por Quintero

La tarea fue ardua y difícil ya, que la Municipalidad no contaba con los recursos y las distancias eran muchas, dado el poco acceso a la locomoción colectiva y caminos casi intransitables, por eso después de una serie de reuniones con vecinos y autoridades, tramites y entrevistas se logro el 13 de Septiembre de 1944 se dictará El Decreto Ley N° 7.866 creando la Comuna de Puchuncaví con sus ocho distritos: Placilla de Puchuncaví, La Laguna, La Canela, San Antonio, Pucalán, Melosillas, Los Maitenes, Campiche, La Greda, Las Ventanas, La Chocota y Horcón, siendo Presidente de la República don Juan Antonio Ríos Morales.

1.6 Geografía

La Comuna de Puchuncaví corresponde políticamente a la región de Valparaíso y se ubica al norte de la provincia de Valparaíso. Sus puntos limítrofes son: al norte con la Comuna de Zapallar; al sur con las Comunas de Quillota y Quintero; al este con las Comunas de La Cruz y Nogales; y al oeste con el Océano Pacífico.

La Superficie de la Comuna de Puchuncaví es de 299,9 Kilómetros cuadrados, y se localiza a 58 kilómetros de Valparaíso, a 45 kilómetros de Viña del Mar, a 19 kilómetros de Quintero, 26 kilómetros de Zapallar y 24 Kilómetros de Nogales.

La Comuna se conforma de 22 localidades: Maitencillo, Las Ventanas, Horcón, Campiche, Chilicaúquen, Chocota, El Paso, El Rincón, La Canela, La Estancilla, La Laguna, La Quebrada,

Los Maitenes, Los Maquis, Melosillas, Potrerillos, Pucalan, San Antonio, El Cardal, La Canela, La Quebrada, Puchuncaví.

1.7 Ubicación

Puchuncaví se localiza a 58 Km. de Valparaíso Capital Regional, a 45 Km. de Viña del Mar, de Santiago a 160 Km. De las comunas cercanas, 19 Km. de Quintero, 26 Km. de Zapallar y 24 Km. de Nogales.

Rutas de acceso:

Ruta F-30 E, carretera 5 Norte (vía Catapilco), camino Nogales- Puchuncaví.

1.7.1 Mapa de la comuna de Puchuncaví

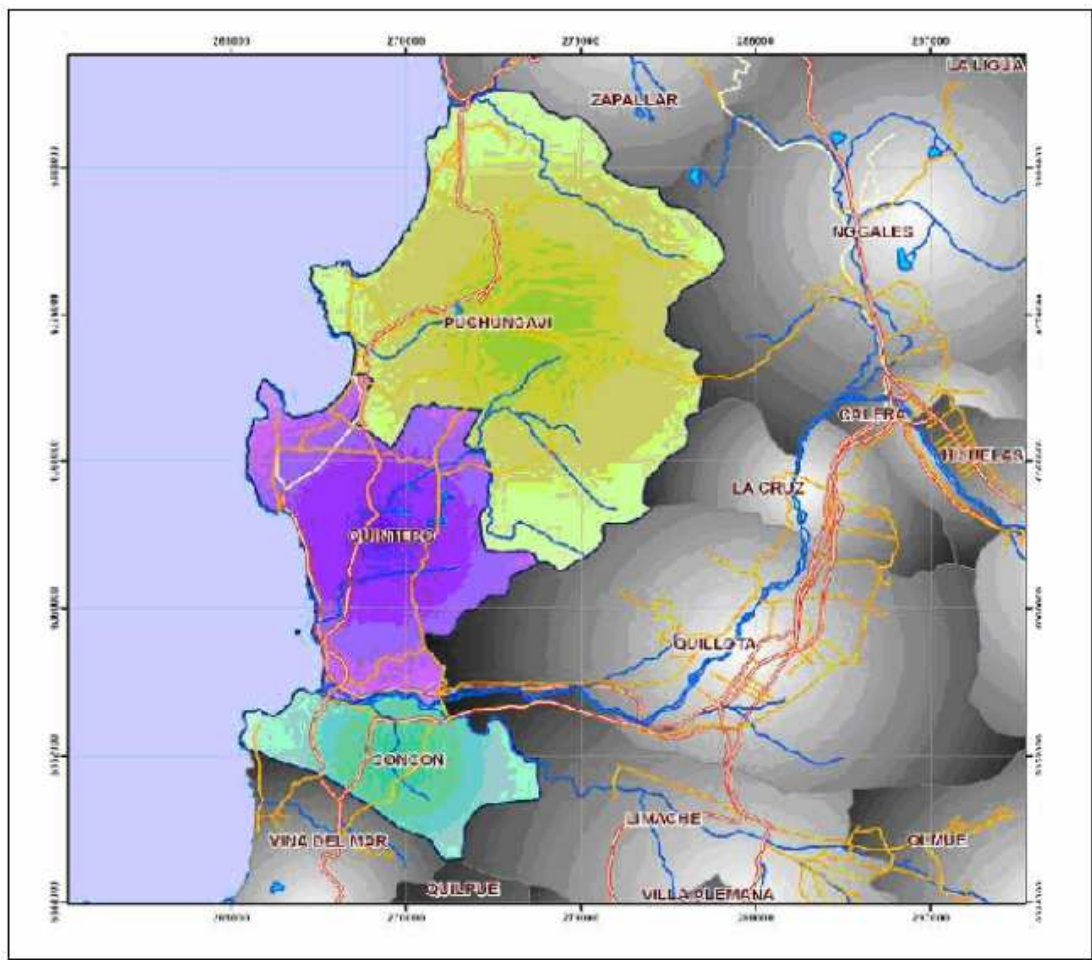


Imagen N° 1
Comuna de Puchuncaví.
Fuente: PLADECO, 2009.

1.8 Orografía

La comuna de Puchuncaví está caracterizada por asentamientos de distinta naturaleza que responden, por un lado a una forma básica de desplazamiento de la población hacia el área litoral, y por otro, a una actividad agraria peculiar al interior, que han debido compatibilizar el desarrollo industrial y al auge de los servicios.

De esta manera, destacan 3 grandes relieves:

1. Sector Litoral: Comprende playas y arenales entre el límite comunal con Quintero y la desembocadura del estrecho de Puchuncaví y el estero Catapilco, donde se dan formaciones de dunas pertenecientes al cuaternario que reflejan la acción constante del viento sur oeste que afecta a la zona.
2. Planicie: Se extiende desde el litoral hasta aproximadamente el colinaje, y que constituyen lo que se conoce como “formación Horcón” que, representa a una de las ultimas deposiciones ocurridas en el terciario hacia el interior del continente.
3. Cordón de Cerros: Son los que limitan la comuna por el oriente y sur, siendo el de mayor altitud el cerro puntas con 1135 mts. En el sector norte del cordón de cerros existe una planicie que corresponde al valle La Canela que da origen al estero del mismo nombre, el estero Catapilco.

1.9 Clima

La comuna de Puchuncaví posee un clima templado mediterráneo, dicho clima esta determinado por corrientes marinas frías que barren las costas y los vientos del mar que moderan las temperaturas. Como consecuencia, poseen poca diferencia de temperaturas durante el año y en general son zonas moderadas lluvias de invierno y sequía en verano. Junto al litoral Central de Chile va la corriente marina fría de Humboldt, que es un enorme río oceánico formado por varias corrientes superpuestas, con un ancho de superficie de 600 Km. y una profundidad de más de 400 metros. y que corre entre 40 y 60 metros por hora. La temperatura en la superficie varía entre 10° y 18° grados Celsius, según la época del año. Avanza desde las costas de la Antártica, corriendo a lo largo de Chile y hasta el sur de Perú, donde se interna en el Océano Pacífico. La temperatura de la corriente de Humboldt determina el clima que, en Valparaíso, alcanza a una media en verano de 20° C a las 13 horas y en invierno 15° Celsius. La diferencia media entre las temperaturas del día y la noche en invierno y verano es de 5° Celsius. La humedad media relativa del aire a mediodía en verano es de 65%. La precipitación anual tiene una media de 465 milímetros de lluvia, concentrada en los meses de mayo a octubre; los meses de noviembre a

abril son secos. Los registros meteorológicos revelan que la región está bajo dominio de un clima templado cálido con lluvias invernales y estación seca prolongada. Tales conceptos encierran las siguientes definiciones:

Templado: su mes más frío registra temperaturas entre 18 y -3° Celsius.

Cálido: sus temperaturas medias están entre 10 y 22° Celsius cada mes.

Temperatura media: 14,4° Celsius.

Precipitaciones: 498,4 milímetros anual.

1.10 Vegetación

La vida y desarrollo vegetal en Chile se encuentran fuertemente condicionados por las características climáticas en mayor medida, así como por otros factores como la edafología, o la exposición a la influencia del sol, entre otros.

De esta manera se puede apreciar una amplia variedad de ecosistemas presentes en el territorio nacional que permiten explicar la distribución de la flora.

El tipo de vegetación correspondiente a la provincia de Valparaíso se denomina ecosistema de carácter templado mesomórfico, el cual se desarrollan entre los 31° y los 37° de latitud sur (cuenca del Bío-Bío). Entendida como una zona de transición o ecotono entre los caracteres xeromórficos del norte e hidromórficos del sur, esta región presenta una amplia presencia de arbustos espinosos, y hojas especialmente acondicionadas para evitar la pérdida de humedad a través de transpiración. Dentro de esta macrorregión biogeográfica, la distribución de las precipitaciones va en aumento de norte a sur, por lo que se presentan fenómenos y formaciones vegetales distintas. Dentro del paisaje típico de este ecosistema, se desarrolla el denominado bosque esclerófilo, vegetación de tipo mediterráneo que ha sido intensamente deteriorada principalmente por la intervención humana.

Especies representativas de esta clasificación son: Acacia Caven (espino) en sectores de estepa; Quillaja Saponaria (quillay), Litrahea Cáustica (litre), Peumus Boldus (boldo) y Cryptocaria Alba (peumo) entre los representantes del bosque esclerófilo.²

En la comuna de Puchuncaví es posible encontrar dentro de su vegetación lugares como:

1. Humedal Campiche

Ubicado en la localidad de Ventanas. Está formado por tres espejos de agua, los espejos norte y centro están rodeados y separados entre sí, por acumulaciones de escorias provenientes de

² Biblioteca Nacional del Congreso de Chile, <http://www.bcn.cl/siit/regiones/clima.htm>.

procesos productivos de la División Ventanas de CODELCO. Estos cuerpos de agua mantienen un intercambio acuático nivel subsuperficial y el nivel de sus aguas varía según los eventos de precipitaciones en la cuenca. Este humedal es del tipo continental, ya que la alimentación de sus aguas se realizan a través del Estero Puchuncaví, el cual está ubicado dentro de los límites de la Cuenca Costera entre el Estero Catapilco y el Río Aconcagua.

La vegetación actual del humedal de Campiche se caracteriza por una alta proporción de especies exóticas, donde predominan especies herbáceas y arbustivas. La vegetación nativa ha sido gravemente alterada por acción antrópica, perdiéndose gran parte de ella.

Es importante destacar el rol que cumple este humedal como sitio de descanso y alimentación para varias especies de aves migratorias. En los espejos de agua centro y norte, durante el período estival es frecuente observar descansando sobre los mismos escoriales a varios cientos de aves migratorias procedentes del hemisferio norte, donde destacan zarapitos (*Numenius phaeopus*) y gaviotas de Franklin (*Larus pipixcan*). En un año normal es posible reconocer hasta 55 especies de aves.

2. Los Acantilados de Quirilluca

Posee el identificador N° 54 de la Estrategia Regional de la Biodiversidad (ERB) y corresponde a un sitio prioritario N° 1 de la Eco región Marina y Costera. Se localiza en la costa entre los límites de las localidades de Campiche y Puchuncaví.

Dentro del sitio prioritario es posible distinguir 5 sectores (Terraza costera, Talud (zona transición), Acantilados, Quebradas y Borde Costero) que corresponden a las diferentes unidades de paisaje presentes en el área, la distinción principalmente se lleva a cabo bajo parámetros morfológicos que establecen para cada sector una flora y fauna característica.

Las terrazas costeras, son zonas de lomajes suaves, interrumpida por pequeñas quebradas, con senderos que recorren el borde del talud y caminos interiores de acceso al predio. Esta compuesta por comunidades de Matorral Esclerófilo Costero (Gajardo, 1994); en las cuales es posible identificar agrupaciones de arbustos en bordes de camino formadas por romerillo (*Baccharis linearis*), vauto (*Baccharis concava*), pichi romero (*Fabiana imbricata*) y tralhuén (*Trevoa quinquenervia*); respecto a las especies arbóreas se encuentran grupos de boldos – litre (*Peumus boldus* - *Lithraea caustica*), peumo – litre (*Cryptocarya alba* - *Lithraea caustica*); también se encuentran individuos de maitén (*Maytenus boaria*) y molle (*Schinus latifolius*) acompañadas de herbáceas y gramíneas. Se destaca la presencia de parches de bosques de belloto del norte (*Beilschmiedia miersii*), especie declarada Monumento Natural según decreto N° 13 del Ministerio de Agricultura, y en categoría de vulnerable según el Libro Rojo del Flora Terrestre Chilena (CONAF, 1985). En este sector es posible encontrar gran cantidad de madrigueras de cururos (*Spalacopus cyanus*), en actividad y abandonadas. Esta especie se

encuentra en Peligro de extinción según la Cartilla de Caza del SAG (2001). En mamíferos medianos es posible constatar la presencia de zorros chilla (*Pseudalopex griseus*) y quiques (*Galictis cuja*), especie vulnerable según SAG (2001); los cuales han formado trillos (senderos utilizados regularmente) a través de los cuales frecuenta refugios y busca alimentos como reptiles, aves y pequeños mamíferos.

La zona de Acantilados esta compuesta por una pared de sustrato rocoso, principal sector de anidación del piquero (*Sula variegata*) y la gaviota dominicana (*Larus Dominicanus*), se encuentra interrumpido formando un grupo de ensenadas que se extienden desde la playa de Aguas Blancas al sur del balneario de Maitencillo, hasta la playa larga de Horcón. Las ensenadas se denominan, de norte a sur: Las Cañitas, Los Perros, El Barco, Las Ágatas, y la playa La Quirilluca. En cada una de las secciones actúan procesos erosivos, donde el mar, en su base, realiza la doble función de erosión y transporte; y más arriba, en la pared del acantilado, una serie de procesos producen la caída de materiales moldeando el paisaje y dando origen a zonas naturales aptas para la construcción de nidos.

1.11 Industrialización

La Historia industrial de Puchuncaví se remota alrededor de la década del sesenta, cuando se construyó en la localidad de Las Ventanas, la segunda fundición minera de cobre de Chile, ENAMI³ (Empresa Nacional de Minería). Se crea ENAMI bajo el gobierno del presidente Jorge Alessandri Rodríguez, la cual tres años más tarde se inaugura en el mismo emplazamiento la primera y única refinería electrolítica construida por el país.

En el año 2005 se autoriza con la ley N° 19.993⁴ el traspaso de ENAMI a CODELCO (Corporación Nacional del Cobre), debido a que la empresa anterior desde 1990 no estaba en condiciones de cumplir con sus tareas en forma plena, y esta arrastraba una deuda cerca de 450 millones de dólares.

Entre los años 1964 y 1977 se crea la segunda industria en la Comuna de Puchuncaví, en ese entonces llamada CHILECTRA (Compañía Chilena de Electricidad), la cual se nacionaliza en el año 1970, pasando a ser CORFO. CHILECTRA es una planta termoeléctrica que trajo con ella la construcción de un muelle en la localidad de Las Ventanas. Este modesto muelle era de tan solo 700 metros de longitud, fue utilizado por las empresas ENAMI y CHILECTRA tenía nada mas que una grúa, con una cuchara para descarga de carbón, de aproximadamente 2 toneladas.

³ ENAMI fue creada el 5 de abril de 1960 mediante un decreto con fuerza de Ley (N° 153) que fusionó la Caja de Crédito Minero (CACREMI), creada en 1927, y la Empresa Nacional de Fundiciones (ENAF) existente a partir de 1955.

⁴ La ley N° 19.993 instruye a CODELCO para que garantice que Ventanas siga realizando labores de fundición y refinación para la pequeña y mediana minería, tal como lo venía haciendo bajo la administración de ENAMI, obedeciendo a su estatuto orgánico.

Tenía dos patios de desembarque para naves de hasta 70.000 toneladas. Poseía también una correa transportadora de material, principalmente carbón para CHILECTRA. Más tarde este pequeño muelle se transformaría en el Puerto Ventanas.

En el año 1988 CHILECTRA se privatiza al 100%, es decir, su propiedad queda dispersa entre múltiples accionistas, luego en el año 1989 pasa a ser llamada CHILGENER S.A. para mas tarde cambiar nuevamente en el año 1998 el nombre de su razón social a GENER S.A., quien posteriormente efectúa una oferta pública de adquisición de acciones en donde The AES Corporation toma el poder de GENER, quien en el 2001 hace cambio de la razón social por AES GENER S.A., nombre que actualmente se conoce esta sociedad, en este mismo año un grupo de empresarios de Sigdo Koopers⁵ adquieren el Puerto de Ventanas al 66% que hasta ese entonces pertenecía a AES GENER S.A.

Otras industrias que se crearon en la década de los noventa fueron GASMAR y el Terminal de Acopio Cemento Melón; la primera se construye debido a que la compañía de consumidores de gas de Santiago, Gasco, decidió contar con un abastecimiento de gas licuado complementario a ENAP y las compras spot a Argentina, en atención al fuerte aumento de la demanda interna del combustible. Para ello GASCO y empresas marítimas Cosmos formaron la empresa GASMAR; la filial encaró el proyecto para lo cual se negoció con la empresa OXIQUM el arriendo parcial de su concesión marítima en Ventanas, y los terrenos para emplazar la planta de almacenamiento. El terminal GASMAR está formado por equipos de descarga ubicados en el extremo sur de CODELCO. Desde el Puerto el gas es conducido hasta dos grandes estanques de almacenamiento, *uno de 20.000 m2 para el propano y otro de 10.000 m2 para el butano.*⁶

La segunda industria se construye dentro de los recintos del Puerto Ventanas y es una bodega tipo domo para el almacenamiento de clinker – bauxita, compuestos empleados para la elaboración de cemento.

⁵ Sigdo Koppers S.A. es uno de los principales grupos empresariales de Chile, con presencia en los sectores de Servicios, Industrial, Comercial y Automotriz, a través de sus más de 40 filiales y coligadas, compañías que son líderes en sus respectivas industrias.

⁶ *Ibíd.*

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 Definiciones

2.1.1 Definición de turismo

La Organización Mundial del Turismo ha elaborado una serie de “Recomendaciones sobre estadísticas” adoptadas oficialmente por la Comisión de Estadística de la Naciones Unidas en 1993. Los aspectos más significativos de estas definiciones pueden resumirse así:

- a) Turismo: actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
- b) Turismo interno: el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro este mismo país.
- c) Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país dado.
- d) Turismo emisor: el de los residentes del país dado que viajan a otro país.
- e) Turismo internacional: se comprende de turismo emisor y receptor.
- f) Gasto turístico: gasto total por razón de todo el consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante durante su viaje y estancia en el punto de destino.

(Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999).

2.1.2 Definición de turista

- a) Visitante internacional: Toda persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- b) Visitante interno: Persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

- c) Visitante que pernocta: visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.
- d) Visitante del día: Visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque de crucero para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o los pasajeros de embarcaciones de placer y de los pasajeros que participan en un viaje de grupo y están alojados en un tren.

(Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999).

2.1.3 Turismo Orientado hacia la Naturaleza

Es una forma de turismo basado primordialmente en la historia natural de áreas específicas, áreas naturales protegidas y no protegidas, incluyendo culturas indígenas pasadas y presentes.

2.1.4 Turismo de Aventura

Los viajes que tiene como fin realizar actividades recreativas deportivas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico.

2.1.5 Comunidad

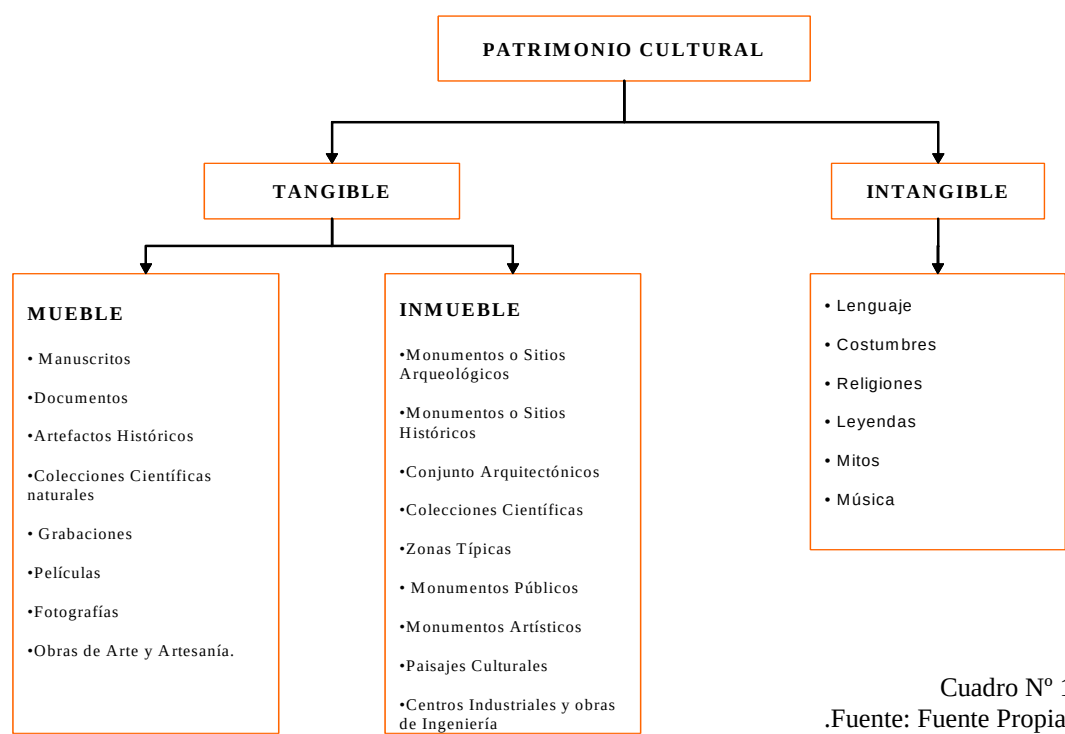
Asociación de personas que tiene intereses comunes y viven unidas bajo ciertas reglas o normas.

2.1.6 Áreas naturales protegidas

Las zonas del territorio nacional y aquellas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano, y que han quedado sujetas al régimen de la protección.

2.1.7 Patrimonio cultural

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras. El patrimonio cultural se divide en tangible e intangible.



Cuadro N° 1
.Fuente: Fuente Propia.

(Consejo de Monumentos Nacionales, Monumentos Nacionales de Chile, 1999.)

2.2 Tendencias Turísticas

2.2.1 Principales tendencias turísticas

Entre las tendencias de crecimiento cualitativo importantes se pueden señalar las siguientes:
Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura, y conocer la historia, cultura, naturaleza y vida silvestre de las zonas que visitan. Hoy día los turistas son más activos física e intelectualmente que antes.

Son cada día más los turistas que desean cultivar sus intereses y hobbies personales. Hay muchos tipos de turismo especializado basado en la naturaleza y la vida silvestre, sitios históricos, pautas culturales, actividad económica e intereses profesionales.

El turismo de “raíces étnicas” por parte de quienes visitan sus países de origen está adquiriendo importancia en muchos lugares. El turismo de naturaleza, cultura y aventura está registrando un fuerte crecimiento. El turismo religioso de visitantes de enclaves sagrados relacionados con sus creencias religiosas seguirá siendo una modalidad turística considerable.

Aumenta el número de turistas en busca de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. De ello se derivan muchas oportunidades de desarrollo de nuevas zonas turísticas y de mejora y ampliación de los destinos actuales.

Más turistas se interesan por el mantenimiento y mejora de su salud y por ello se registra un importante desarrollo de las estaciones y centros de salud. Los hoteles y complejos convencionales ya incluyen instalaciones de ejercicio físico. Se observa que un renovado interés por los tratamientos médicos tradicionales y éstos pueden construir la base de un turismo especializado y de estaciones de salud.

Muchos turistas toman hoy vacaciones más cortas y más frecuentes durante el año. Esto ofrece la oportunidad de desarrollo de nuevos destinos turísticos y de que los destinos actuales ofrezcan a los turistas instalaciones y servicio para uso en las diferentes estaciones del año.

Hoy día son más numerosas las personas retiradas activas que viajan, muchas de ellas en posición económica desahogada. Sin embargo, los jóvenes y las personas de edad media lo hacen todavía en gran número. Muchos discapacitados viajan hoy como turistas y se están diseñando instalaciones y servicios utilizables por turistas con discapacidades de un tipo u otro.

Los turistas son cada vez más experimentados y exigentes en sus pautas de viaje y esperan atracciones, servicios e instalaciones de buena calidad y una relación calidad / precio satisfactoria en su gasto turístico.

El turismo de negocios y de asistencia a congresos y reuniones seguirá creciendo y puede reportar beneficios a muchos sitios. Muchas personas que viajan por negocios o para participar en congresos y reuniones también se comportan como turistas de vacaciones durante parte de su estancia en la zona.

Son más numerosos los turistas con sensibilidad ambiental y social que buscan destinos bien planificados y menos contaminados, y que dejan a un lado los mal diseñados con problemas ambientales o sociales. Aumentan los destinos turísticos que adoptan un enfoque de

planificación y gestión del desarrollo turístico y que buscan un turismo de buena calidad que evite problemas ambientales y sociales y que optimice los beneficios económicos.

Se están mejorando y revitalizando los complejos turísticos antiguos con objeto de satisfacer las expectativas actuales de los turistas, y esta renovación se está llevando a cabo con una cuidadosa planificación.

El sector turístico está aplicando cada día más la tecnología moderna en los servicios de reserva y mercadotecnia. Internet, por ejemplo, se está convirtiendo en un instrumento importante de información y comercialización. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999).

2.2.2 Otras tendencias turísticas

Una tendencia considerable es el desarrollo turístico en una zona concreta como parte del esfuerzo de conservación del entorno natural, sitios históricos y tradiciones culturales. El ecoturismo (turismo de naturaleza controlado) y el turismo cultural están en pleno desarrollo en muchas partes como medio de justificación de objetivos conservacionistas. Este enfoque adquiere especial importancia en zonas con recursos limitados como forma de cumplimiento de programas de conservación.

Otra tendencia internacional fundamental consiste en que el sector privado provea los servicios e instalaciones comerciales, si bien las administraciones de todo nivel son todavía responsables de la gestión global del turismo a fin de que cumpla con los objetivos ambientales y socioeconómicos nacionales, regionales y comunitarios. De hecho, en algunas zonas los hoteles de propiedad pública están siendo privatizados en virtud de una política nacional. No obstante, en algunas zonas turísticas de reciente desarrollo, donde resulta difícil atraer la inversión privada, las administraciones siguen teniendo que llevar iniciativa. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999).

2.3 Importancia del Turismo

El turismo se ha convertido en uno de los sectores importantes del mundo, y ha venido creciendo en forma interrumpida a una tasa anual de 4% a 5% durante la segunda mitad del siglo XX, en 1995 el turismo generó a escala mundial un total estimado bruto de 3.4 billones de dólares americanos y aportó el 10.9% del producto interno bruto (PIB) mundial, creando así unos 212 millones de puestos de trabajo y produciendo 637,000 millones de dólares en ingresos tributarios.

El turismo es ya una actividad importante en muchos países grandes y contribuye entre un 5 y 10% al PIB nacional, en algunos países pequeños, especialmente países insulares del caribe,

mediterráneo, pacífico y océano Índico el turismo representa del 20 al 25% del PIB, en muchos lugares en donde el turismo constituye un sector menor se está expandiendo rápidamente y adquirirá mayor importancia en el futuro. La mayoría de las regiones del mundo, así como muchos países y muchas áreas dentro de esos países, todavía están lejos de haber realizado todo su potencial de desarrollo turístico. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999).

2.4 Ecoturismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (1992), ecoturismo es llamado también turismo de la naturaleza, es un fenómeno reciente que representa solamente un segmento de toda la actividad turística. Por ecoturismo se entiende un turismo en el que se viaja a zonas donde la naturaleza se conserva relativamente intacta con el objetivo específico de estudiar, admirar y disfrutar su paisaje y su fauna y su flora, así como cualquier posible aspecto cultural (tanto pasado como actual) de la zona (Cevallos- Lascuráin, 1988).

El turismo de la naturaleza se distingue del turismo de masas y del turismo a los grandes centros por tener menos incidencia en el entorno y requerir menos desarrollo infraestructural. El ecoturismo es un fenómeno que engloba toda una serie de opciones, que varían desde un enfoque purista científico hasta la visita de recreo a una zona natural como actividad de fin de semana o como parte de un viaje más importante.

"El turismo orientado a la naturaleza se fundamenta principalmente en el comportamiento y la motivación del posible cliente: un viaje de placer inspirado primordialmente por las características naturales de un área determinada. El viaje tiene como objetivo específico experimentar este ambiente natural, estudiándolo, admirándolo o disfrutándolo. El ecoturismo, por su parte, se apoya en actividades orientadas a la naturaleza, busca que el viaje mismo tenga un bajo impacto sobre el medio ambiente y pretende reducir el consumo de los recursos naturales. Esta actividad es incompatible con el turismo de masas e implica que el control del desarrollo del turismo debe estar en manos del destino y no en manos de los operadores de turismo". Lillywhite (1991).

2.5 Agroturismo

Se conoce como agroturismo a la forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se parece al ecoturismo, pero no trata de atraer turistas con la naturaleza, sino sobre todo con paisajes cultivados. Si las ofertas para turistas hacen que aumenten los ingresos de la población rural, el agroturismo puede promover el desarrollo regional. Para que la propia población rural ayude a conservar la variedad natural, debe reconocerla como valiosa y digna de protección.

Existen numerosas otras formas de turismo en el medio rural, pero que no son agroturismo en sentido estricto: por ejemplo: el etnoturismo, el turismo de proyectos, el turismo de la salud, el turismo histórico, el turismo cultural y el turismo de aventura. El concepto de “agroecoturismo” es utilizado por lo general como sinónimo de “agroturismo”.

2.5.1 Condiciones para el Agroturismo

Para que el (agro) turismo pueda desarrollarse, deben cumplirse varias condiciones. Entre ellas se cuentan:

- Un paisaje mayormente natural o un paisaje cultural de pequeños espacios, ricamente estructurado. Grandes superficies de monocultivos ofrecen pocos atractivos.
- Además de la belleza del paisaje deben existir otras atracciones: culturales, históricas o de historia natural.
- Buenas conexiones de acceso, ya que incluso regiones atractivas casi no pueden aprovecharse turísticamente si no están conectadas con centros fáciles de alcanzar.
- Debe existir una cierta infraestructura, por ejemplo: posibilidades de Transporte, alojamiento, restaurantes, etc.
- Estabilidad política, ya que de lo contrario no es posible comercializar incluso importantes atracciones turísticas.
- Aceptación entre la población, la población debe estar de acuerdo con los fines turísticos.

(Kepe, T., Ntsebeza, L., Pithers, L. 2001)

2.5.2 Agroturismo en Chile

En Chile la oferta de turismo compite en mercados cada vez más globalizados y exigentes. De acuerdo al Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR, 1998) esta tendencia permite observar que actualmente las personas están mejor informadas, son más independientes, están más interesados por el medio ambiente, valorizan las culturas locales, y exigen una creciente calidad y buenos precios en los servicios de destino. Según el mencionado organismo, en 1997 el aporte de la actividad turística nacional fue entre 3 y 4% del Producto Interno Bruto (PIB). Durante el período 1990-96 la inversión en los sectores vinculados al turismo fue de alrededor de 1.000 millones de dólares. Según Boo (1991) el turismo contribuye a aumentar la entrada de divisas, extender el sector servicios, y facilita el ingreso de capitales para el desarrollo de infraestructura. De acuerdo a Pearce (1981), esta actividad presenta oportunidades para expandir la economía a un costo relativamente bajo, debido a que el turismo es una industria en crecimiento, el mercado turístico viene hacia el productor, y es relativamente carente de normas proteccionistas.

Por otra parte, las principales variables determinantes de la demanda turística son los precios de los servicios, la cantidad y calidad de servicios sustitutos y complementarios, el poder adquisitivo que enfrentan los consumidores en el país de destino, la distancia entre el centro emisor y el receptor, el grado de urbanización del centro receptor y los aspectos intangibles, tales como la época del año, la cordialidad de los lugareños y la seguridad pública (SERNATUR, 1998).

Weinstein (1970) señala que el éxito que puede tener el desarrollo de un centro turístico depende directamente del conocimiento de las características del turista, de la demanda turística y de la posibilidad de adecuar la oferta existente a la demanda.

Según Rivas (1993), la evidencia empírica muestra la preferencia de los visitantes por destinos turísticamente poco convencionales asociados a los paisajes naturales. El autor señala que en Chile las preferencias de los visitantes se distribuye en balnearios (41 %), lagos (36%), parques nacionales (37%), carretera Austral (30%), canales y ventisqueros (28%), termas (26%), campo (20%) y nieve (16%).

El turismo puede ser clasificado en distintas categorías dependiendo de la necesidad que busca satisfacer. El denominado turismo rural incluye el ecoturismo, agroturismo, turismo arqueológico (histórico-cultural) y turismo aventura. Según Del Reguero (1994), las modalidades de turismo rural y turismo histórico-cultural también han tenido un desarrollo interesante en los últimos años.

Las características de los usuarios del ecoturismo es su origen urbano, más bien jóvenes con estudio, viajan en familia, son respetuosos de las costumbres de los lugares que visitan, se documentan antes de su estadía, pagan con gusto cuando encuentran un producto que los satisface y regresan si quedan satisfechos (Törey, 1994). El agroturismo se realiza en zonas específicas que ofrecen la posibilidad de llevar al visitante a compenetrarse con las costumbres y tradiciones, apreciación de la arquitectura tradicional, además de visitas y exploraciones de la naturaleza

En Chile las experiencias de proyectos agroturísticos se desarrollan a lo largo de todo el país. Como ejemplos pueden mencionarse los siguientes: Proyecto de desarrollo turístico en el Norte Grande, en Caspana, I Región; Complejo Agroturístico "Haciendo Juntas" y la "La Gallardina", IV Región; futuros almacenes campesinos, Red de Agroturismo "El Encanto", VI Región; Comarca de Turismo en la precordillera de Linares, VII Región; El Parador de Agronegocios, camino a las Termas de Chillán, VIII Región; Red Rural en Chiloé, X Región; entre otros (Revista del Campo, 1998).

Según Constantinidis (1997), el agroturismo es una nueva alternativa para rescatar la identidad campesina, mejorar el entorno y fortalecer los ingresos de las familias, para lo que se requiere contar con el factor crítico que es el entorno natural. Sin embargo, esta actividad debe tener un desarrollo sostenible.

Desde el punto de vista del desarrollo sostenible, una estrategia apropiada de utilización y administración de los recursos naturales debe considerar un esquema de explotación y preservación que permita maximizar los beneficios netos generados, privados y sociales (Reveret et al., 1990).

Según Pearce (1981), el concepto de "desarrollo ambientalmente sustentable" involucra la optimización en el uso de los recursos y el manejo ambiental en el tiempo, maximizando los beneficios netos del desarrollo económico.

Según Conesa (1995), la tipología de los impactos del agroturismo puede clasificarse según la variación de la calidad ambiental, extensión, persistencia, relación causa-efecto, periodicidad y la necesidad de aplicación de medidas correctoras.

2.6 Definición de sustentabilidad

El término sustentabilidad es definido por la Comisión Mundial Del Desarrollo y Medio Ambiente como: el desarrollo que cubre las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Wilkinson, 2001 / WCED, 1987). Para que el término de sustentabilidad tenga significado debe de referirse a mantener, restaurar y renovar algo en específico, pero también debe existir equidad entre las presiones económicas actuales y las necesidades futuras del medio ambiente. (Sutton, 1999).

2.6. 1 Desarrollo

Osvaldo Sunkel (1999), destacado asesor de la CEPAL, afirma "Se entiende por desarrollo el proceso de transformación de la sociedad que se caracteriza por la expansión de la capacidad productiva, el aumento de los promedios de productividad por trabajador y de ingresos por persona, los cambios en la estructura de clases y grupos y en la organización social, las transformaciones culturales y de valores, y la evaluación de las estructuras políticas y de poder, todo lo cual permite elevar los niveles de vida.

La biosfera condiciona las posibilidades de desarrollo, pues estas dependen en mayor o menor grado de la disponibilidad, tipo, forma, identificación y utilización de sus recursos naturales, del acervo de conocimientos científicos y técnicos y de la acumulación de capital fijo o medio

construido, del tamaño y localización del país y de las características de su población, clima, relieve, ubicación geográfica, entre otras.

Podríamos decir, con palabras de Sunkel (1999), "es preciso partir por reconocer que el desarrollo económico y social y el medio ambiente se condicionan mutuamente; es decir, la sociedad humana y su entorno biofísico natural y construido forman un solo sistema global de interdependencia".

Enrique Provencio (2001), economista mexicano, escribió en un ensayo titulado "Problemática y oportunidades de la gestión ambiental en municipios metropolitanos", en el que aporta los siguientes conceptos: "El enfoque de desarrollo sustentable condensa una trayectoria de planteamientos y consensos internacionales en torno a la necesidad de lograr desarrollos nacionales que combinen positivamente los objetivos económicos, sociales y ambientales. Lo cual exige cambios graduales pero muy profundos en los patrones culturales, en el marco institucional y en la misma conducción del desarrollo.

Para el desarrollo sustentable no existe una definición conceptual única, sin embargo, dos muy esclarecedoras y de alto consenso son:

"El desarrollo sustentable es un proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y la evolución institucional se halla en plena armonía y promueven el potencial actual y futuro para atender las aspiraciones y necesidades humanas."

"El desarrollo sustentable es un cambio económico subordinado al carácter constante de las existencias naturales de capital: las existencias de bienes ambientales se mantienen a un valor constante, mientras que se permite que la economía se desarrolle con miras a alcanzar los objetivos sociales que se estimen apropiados". (Comisión Brundtland, 1987)

2.6.2 Desarrollo turístico sostenible

La Organización Mundial de Turismo ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera: "El desarrollo turístico sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida."

En el marco de esta declaración fundamental, se puede ampliar los principios de desarrollo turístico sostenible de la forma siguiente:

Los recursos naturales, históricos, culturales y de otro tipo de empleados por el turismo se conservan para su uso continuado en el futuro, reportando así al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.

Este enfoque de desarrollo sostenible reviste especial importancia en el turismo dado que este sector depende principalmente de las actividades y atracciones turísticas que guardan relación con el entorno natural y con el patrimonio cultural e histórico. Si estos recursos se degradan o destruyen, el turismo languidece. De hecho, la conservación de algunos de estos recursos puede con frecuencia verse favorecida gracias al desarrollo turístico. El mantenimiento de los aspectos deseables de las tradiciones culturales e identidades étnicas constituye un elemento importante de conservación del patrimonio cultural de una zona. La conservación de los recursos puede contribuir a que los residentes de una zona adquiera mayor conciencia de su patrimonio y apoyen esta protección.

El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales en la zona de turismo.

El criterio ambiental en la planificación y los análisis de capacidad turística son técnicas importantes para evitar problemas socioculturales y ambientales derivados del turismo. La aplicación de tecnología ambientalmente amigable puede contribuir mucho a la reducción de los efectos adversos del desarrollo turístico.

La calidad ambiental global de la zona turística se mantiene y mejora donde sea necesario.

La mayoría de los turistas desean visitar zonas atractivas, funcionales, limpias y no contaminadas. El turismo puede representar el incentivo y el medio para mantener y, donde sea necesario, mejorar la calidad ambiental de las zonas. Un alto nivel de calidad ambiental es también muy importante para el disfrute de los residentes locales. El turismo puede contribuir a que los residentes sean más conscientes de la calidad de su entorno y apoyen su mantenimiento y, si es necesario, su mejora.

Se mantiene un alto nivel de satisfacción turística de forma que los destinos retienen su comerciabilidad y prestigio.

Si los turistas no están satisfechos, la zona no podrá retener su cuota de mercado y seguir siendo un destino viable. Los enclaves más antiguos, por ejemplo, requieren normalmente una revitalización periódica para mantener su actual sostenibilidad y sus objetivos de mercado.

Los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad.

El desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino. De esta forma, los beneficios se optimizarán y los residentes prestarán su apoyo al turismo local. Los proyectos turísticos de base comunitaria son una técnica importante para hacer llegar los beneficios a los residentes del área. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 1999).

CAPITULO III: DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

En este capítulo se presentará la situación actual de la comuna, tomando en cuenta, la flora y fauna, contaminación producida por el complejo industrial Las Ventanas y los efectos que está causa en el suelo, salud, aguas, entre otras, además de describirá la situación turística en la comuna, con el fin de establecer las condiciones necesarias para implantar la propuesta de proyecto de plan de negocio.

La investigación corresponde a ser de tipo descriptiva y el modelo aplicado corresponde a no experimental.

3.1 Turismo en la comuna de Puchuncaví

La situación del turismo en la Comuna de Puchuncaví, se encuentra desarrollada hacia el sector Norte de la misma. Si bien y como lo dice su eslogan “ Donde el Campo sé Junta con el Mar”, la Comuna de Puchuncaví, posee atractivos naturales muy cercanos entre sí, que hacen posible que en pocos minutos el turista pueda recorrer dos áreas de atractivos turísticos tan distintos; pero debemos hacer notar que Puchuncaví tiene un mercado turístico orientado hacia el turismo costero, que se desarrolla hace muchos años por el solo hecho de poseer tres balnearios como oferta para el visitante, sin embargo esta Comuna tiene un potencial para desarrollar, que es su zona interior, con atractivos naturales, deporte aventura, tradiciones campestres, esto a través del turismo rural. También se debe destacar las inversiones ha realizado el Municipio para entregar una mejor calidad de vida a los habitantes de las localidades rurales. (Agua, Luz, Programa de mejoramiento agrícola, vías de acceso, entre otras), instancias que también llevan a facilitar el desarrollo de una futura actividad turística, en la Zona Rural de la Comuna.

Sin duda que por su naturaleza, Puchuncaví, con su turismo costero, a permitida desarrollar la mayor cantidad de infraestructura turística en sus tres balnearios, tanto de carácter gastronómico como de alojamiento. En este aspecto cabe destacar el desarrollo inmobiliario que se ha generado en estos últimos años, como segunda vivienda, en torno a importantes atractivos naturales que posee la Comuna y los que le dan un plus y un valor agregado a estos nuevos sistemas inmobiliarios.

Con relación a la oferta turística de la Comuna de Puchuncaví, corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos:

- Atractivos turísticos
- Planta turística
- Infraestructura

Los atractivos turísticos tienen relación tanto con los atractivos naturales, culturales, históricos, etc. Los cuales posee la Comuna y que a través de los años han permitido mostrar una imagen de destino turístico a través de la promoción y el marketing. (La Parroquia de Puchuncaví, La Ventana, etc.)

Cuando nos referimos a la planta turística, debemos señalar que también es un aspecto de vital importancia para el afianzamiento de un lugar o zona como destino turístico, en el caso de la Comuna la oferta Gastronómica y de alojamiento con el correr de los años se ha aumentado en cantidad y calidad, lo que ha permitido competir en el amplio y difícil campo de la oferta de servicios turísticos, que en el caso puntual de nuestra Comuna va desde residenciales hasta un hotel 5 estrellas. Esto ha permitido que el flujo de turistas que visita la Comuna de Puchuncaví, aumente paulatinamente año tras año, sumándose así a todos aquellos que poseen una segunda vivienda dentro del territorio comunal, lo que genera en la época estival una sobrepoblación de la Comuna.

Con respecto a la infraestructura, son todos aquellos elementos que permiten a quienes visitan la comuna, tengan una estadía grata y así puedan volver en una segunda oportunidad (buenas vías de acceso, servicios básicos, señalética, etc.). En este aspecto la Municipalidad nuevamente tiene una injerencia muy importante, ya que es la que tiene que coordinar todas las medidas necesarias para dar solución a los problemas que se puedan presentar. Podríamos enmarcar en este punto también, que dentro de sus labores el Municipio debe ser un generador de instancias de esparcimiento y acercamiento con la Comunidad ya sea estable o la que nos visita, por eso la importancia de entregar eventos y/o actividades que acerquen a la gente con el Municipio.

Todos estos los flujos de visitantes que se producen día a día, año tras año, se deben a la imagen que está proyectando nuestra comuna hacia el exterior al trabajo serio y responsable tanto del municipio y la comunidad en general y aquella que está involucrada en la actividad turística, lo que ha posibilitado atraer a turistas nacionales y extranjeros, ya sea, seducido por los atractivos naturales, la historia, por alguna tipo de deporte, etc.

Toda esta afluencia de turistas, tanto Nacionales y extranjero, se ha tratado de mantener a través de acciones de promoción y contactos tanto en el país como en el extranjero (Argentina). A cargo de la Oficina de Turismo comunal y en un trabajo conjunto con el Servicio Nacional de Turismo V Región.

El turismo en todo ámbito se ha transformado en una importante actividad económica, también ha sido así en la Comuna de Puchuncaví, ya que esta actividad, genera directa o indirectamente la necesidad de ocupar mano de obra, ya sea en la construcción, jardinería, empleadas, mucamas, hasta personal técnico para el trabajo en hoteles y restaurantes (es el caso de la educación dual). También debemos hacer notar que el Municipio directamente se ve involucrado con la

actividad turística, ya sea en el otorgamiento de permiso de construcción, designación de estacionamientos, y también muy importante el esfuerzo que realiza el Municipio por reforzar el área de turismo para la Alta temporada, con la contratación de personal para los módulos de turismo de Maitencillo y Las Ventanas.

3.2 Situación Actual

En el transcurso de los últimos años el sector turismo se a convertido en una de las mayores fuentes generadoras de empleo, de divisas y de estímulo a la inversión y al crecimiento económico a todo nivel.

La necesidad de abrir nuevos espacios de desarrollo ha llevado a que nuestra Comuna, en virtud de poseer los elementos necesarios para proyectarse y convertirse en un destino turístico, a partir de mediados de la décadas de los 90, comenzara a través de la Oficina de Turismo a desarrollar un incipiente trabajo que englobara la actividad turística Comunal.

Podemos decir que la comuna de Puchuncaví, coincidentemente como lo plantea su eslogan “Donde El Campo se Junta con el Mar”, sitúa en su territorio dos tendencias de desarrollo que con el tiempo han avanzado una más que otra a su posicionamiento en la actividad turística incentivando a empresarios a invertir en infraestructura turística en la zona.

3.3 Desarrollo del Turismo Costero

El turismo costero es la que por años y de una forma casi mecánica a hecho de las costas de la comuna parte de la elección obligada de quienes la visitan, teniendo en los tres Balnearios de la Comuna: Maitencillo, Horcòn ubicados hacia el sector norte y Las Ventanas hacia el sector sur , las alternativas para elegir como destino turístico. Para conocer cada una de estas opciones, se tomaran como polo de desarrollo turístico individual.

3.3.1 Sector Norte

a) Maitencillo:

Es el balneario más angosto y largo donde se conjuga el ambiente campestre que otorgan sus bosques, junto a playas intercaladas y pozones de tranquilas y cristalinas aguas.

Junto al mar y rodeado de casas de verano corre una costanera que se une en un solo conjunto con los roqueros del litoral. Este balneario posee una gran cantidad de infraestructura turística referida tanto al alojamiento como al área gastronómica.

a.1) Demanda:

Existe un gran porcentaje de las personas que llegan a Maitencillo pertenecen a un estrato social alto; es decir, segmentación ABC1, visitantes que en lo principal provienen de la Región metropolitana, llegan en grupos familiares en muchos casos numerosas familias, que traen su empleada que trabaja durante el año con ellos, vienen generalmente por un tiempo prolongado y su gasto mensual es alto. También en los últimos dos años ha aumentado la visita de jóvenes a este balneario sobre todo ocupando esta segunda vivienda y arrendando por grupos el sistema de alojamiento.

Pero también existe un segmento importante de turistas que ocupan infraestructura de alojamiento turístico que se podría decir que son de clase media – alta, y que vienen desde un fin de semana, una semana, 10 días y el gasto se diferencia por los días que se queden, provenientes de Santiago, otras regiones y extranjeras.

a.2) Oferta Turística:

La oferta turística en Maitencillo se clasifica:

1. Atractivos naturales
2. Infraestructura Turística (Alojamiento y gastronomía)
3. Práctica de deportes (parapente, Surf, buceo, golf, etc.)
4. Resort
5. Caleta de Pescadores

a.3) Atractivos naturales

Playas: Maitencillo cuenta con las siguientes playas: Aguas Blancas, Los Pinos, Las Conchitas, Los Pocitos, La Caleta, Playa Chica, EL Abanico, Playa Grande.

- Sector Quirilluca:

Ubicada al sur de Maitencillo donde la erosión producto de los vientos y las olas que se dejan ver en el lugar, crean unos acantilados que desaparecen en las profundidades de esta parte del

océano pacifico, aquí , existen unas arenas finas y blancas que se entremezclan con las erosionadas paredes que terminan limitando con el mar y que a su vez esconden los años de prehistoria de esta zona local, conchas petrificadas, esqueletos de mamíferos incrustados en las paredes, además de cerámicas prehispánica, combinadas con la vista cotidiana de los lugareños que visitan esta playa. Lugar sin acceso autorizado, sin camino público, limitado por todos sus alrededores por límites legales de propiedades particulares, han mantenido este sector, con una protección natural donde las aves salvajes mantienen sus nidos y lugar de apareamiento y alimentación, escasa vida de pesca, solo para los pescadores artesanales de la zona que naturalmente cuidan sus espacios y con poca posibilidad de protección de los ecosistemas de la zona. Es Quirilluca (Quilliruca), sin duda un lugar apreciado por los antiguos Puchuncavinos, quienes han sabido aprovechar por años, una pequeña vertiente que llega en forma natural a la misma playa y que da vida a todos los que de una u otra manera llegan a pie, caballo, o en algún medio de locomoción, claro esta; el que puede conseguir la llave de una de las entradas del fundo y que separan esta playa de la ruta F-30 E.

a.4) Practica de Deportes:

Maitencillo dentro de su oferta, también se destaca por las actividades deportivas que allí se pueden practicar.

- o Parapente
- o Surf
- o Golf

a.5) Resort

Marbella Resort es el único complejo turístico de estas características y a tan solo 90 minutos de Santiago. Se encuentra enmarcado en un terreno de mas de 270 hectáreas de naturaleza, bosques y vegetación, con acceso a una excelente cancha de golf. Combina las dos características más deseadas: un lugar espectacular para descansar y relajarse, y va la vez con múltiples actividades y panoramas de entretenimiento. Cuenta con un Hotel 5 estrellas que esta aislado de grandes afluencias de público. Esta característica le entrega a marbella una seguridad y tranquilidad que es vital para tener un descanso completo y sin preocupaciones.

a.6) La Caleta Pescadores

También conforma un núcleo de atracción para el turista, ubicado al centro de este extenso balneario, con la atractiva actividad pesquera artesanal, con productos frescos del mar los cuales son ofrecidos directamente al consumidor en los puestos y donde podemos encontrar el sindicato de pescadores de Maitencillo, con su proyecto de cultivo de moluscos, el trabajo en conjunto con

la Isla de Juan Fernández para la producción de Langostas y también podemos encontrar como atracción un interesante Sendero Submarino a cargo de los propios pescadores.

a.3) Servicios Básicos

Maitencillo se ha constituido en un importante atractivo de la Comuna de Puchuncaví, se debe mencionar que hasta la fecha no cuenta con los servicios de Agua potable y alcantarillado.

a.4) Crecimiento Urbano

Muy relacionado con lo anterior, está el desarrollo urbano e inmobiliario de este balneario, produciéndose aquí grandes temas de debate con la comunidad, por la sobrecarga que está soportando el territorio, con la construcción de edificios en altura, que aparte de los puntos mencionados anteriormente, constituirán además una contaminación visual que haría perder toda la belleza paisajística que ha caracterizado a Maitencillo hasta el día de hoy.

a.5) Sistema Vial

Por las características geográficas de Maitencillo, este importante componente en el desenvolvimiento del territorio, sufre grandes alteraciones en la época estival, ya que este balneario cuenta solo con un vía de tránsito que constituye el eje principal, sumado a esto la falta de lugares para estacionamiento provocan un colapso, por la gran cantidad de vehículos que llegan cada temporada.

Estos tres puntos se ven seriamente afectados sobre todo en la época estival en que la población flotante aumenta en un porcentaje considerable, sumando a quienes poseen segunda vivienda, los que utilizan la infraestructura de alojamiento y a quienes vienen por el día, se puede llegar a un aumento de más del 100% de población, de vehículos, los que satura todo el territorio.

3.1.1.2 Horcón

Es el lugar más relajado del verano con su caleta de pescadores y pueblo ubicado en una pequeña y protegida bahía que mira hacia el norte. Esta rodeada de altas, cerradas y boscosas laderas; posee una pequeña playa en la caleta y varias otras en sus extremos. Es sin duda la caleta balneario más pintoresco de todo el litoral central. Aquí junto a la población de pescadores viven artistas y artesanos que han hecho de éste su lugar de retiro. Durante el año es apacible y tranquilo sólo interrumpido los fines de semana por el flujo de visitantes que acuden a sus económicos restaurantes y a comprar objetos de artesanía.

Horcón cuenta con las siguientes playas: El Clarón, Caleta Horcón, Cau-Cau, El Tebo y Playa Luna.

a) Demanda:

Este balneario es visitado por personas de clase media a alta que posee segunda vivienda, que también vienen por periodos de 15 días, un mes. Este balneario posee infraestructura turística de alojamiento que es ocupada por turistas en los fines de semana, por una semana también debemos mencionar que a Horcón también llegan visitantes de Santiago, de otras regiones y el extranjero, el otro dato importante es que también están las personas que vienen a los sistemas de condominios que posee este balneario y que pertenece al un segmento de clase media – alta.

b) Oferta Turística:

La oferta Turística en Horcón se clasifica en:

Clasificación:

1. Atractivos naturales
2. Resort
3. Caleta de Pescadores
4. Feria Artesanal
5. Playa Luna
6. Fiesta religiosa

b.1)Atractivos naturales

Playas: Cau Cau, El Tebo, Los Tebos, Las Agatas, Caleta Horcón, Playa el Clarón, Playa Luna.

Cau – Cau: Es una de las playas más pintorescas y hermosas del lugar, con un paisaje de frondosos árboles y rodeado de acantilados que la hacen realmente espectacular. Playa apta para el baño y practica de deportes que se encuentran debidamente señalizados. Es una de las playas más concurridas durante el año se accede caminando o en auto por calle Cau-Cau y cuenta con estacionamiento.

b.2)Resort Club El Tebo

Ubicado junto a la playa del mismo nombre. En un entorno rústico muy tranquilo, que respeta la naturaleza, ofrece servicios de primera calidad”; agrega que el nombre del lugar tiene que ver con el árbol Tebo, del que se saca el gusano para pescar. Cuenta con un sector de camping, piscina, multicancha, gimnasio, sauna y más. También hay cabañas de estilo polinésico,

enclavadas en los lomajes de la playa El Tebo. Antes de pensar en almorzar, el mar hipnotiza para refrescarnos. Sus aguas son calmas e ideales para bucear o navegar a vela en embarcaciones menores, como windsurf, funboard, láser y óptimist.

Además, Club el Tebo posee una escuela de buceo con un completo equipamiento técnico, ideal para realizar expediciones y cursos con instructores especializados. El staff a cargo nos explica que los cursos se inician en la piscina temperada y -para los más expertos- existe un zodiac guiado por profesionales, que nos puede llevar a uno de los cementerios de barcos hundidos más importantes del país.

En el restaurante al aire libre nos tienta con su cocina mediterránea, con opciones como ceviche, papas bravas, ostión parmesano, pulpo, chupe de centolla, locos y una gran variedad de pescados con distintas salsas.

Tras descansar se puede descubrir otro de los servicios que posee el Resort, vamos en bien de la salud. “La talasoterapia son baños de mar caliente, agua que tiene las mismas propiedades del plasma sanguíneo y sobre 45° abre los poros, vota las toxinas y deja entrar los oligoelementos marinos. También hay baños de vapor con aromaterapia, que son depuradores de la sangre, y varios masajes como stone con piedras calientes, kata kala con los pies, shiatsu, tibetano, ayurvédico y otros. Todos se hacen al aire libre y frente al mar, pues este aire tiene iones negativos y positivos que ayudan a un mejor restablecimiento de la salud”.

b.3)Caleta de Pescadores:

Explica que el término "Horcón" deriva de la horqueta de palo que se forma desde la capilla hacia la isla ubicada frente a la playa, semejando un par de brazos abiertos. En los diccionarios el término "horcón" se relaciona con la horca para usos agrícolas, y/o también, corresponde a un madero vertical para sostener vijas o aleros de tejado.

Se dice que en la época precolombina, Horcón y sus alrededores fue habitada por los Changos, esto no es de extrañarse pues según los historiadores todo el litoral partiendo de el río Loa hasta el río Aconcagua era habitado por ellos, no hace mucho era facil encontrar extensas zonas de conchales las que fueron desaparecidas gracias a los condominios. A parte de los conchales se encontraron restos de anzuelos artesanales e incluso pequeñas momias.

La caleta propiamente tal fue fundada (o refundada) por unos noruegos que encallaron en sus costas a fines del siglo XIX que se quedaron un tiempo mezclándose con los lugareños que habitaban Punta Horcón.

b.4)Feria Artesanal:

Los Turistas que visitan la zona, no abandonan la caleta sin visitar su pintoresca y atractiva feria artesanal. Donde se puede encontrar artesanía en cerámica, cuero, greda, alambre, conchas, plata, lápiz lazuli, etc. Toda la artesanía es confeccionada en Horcón, lugar de residencia habitual de más o menos 35 artesanos, provenientes de distintas zonas de nuestro país e incluso del extranjero.

b.5)Playa Luna:

En esta última playa es donde se fundó un 30 de Enero de 2000 el Club (de nudismo) Playa Luna, y cada verano (fines de Enero) organiza un encuentro internacional. Aunque aparentemente parece un club cerrado, es todo lo contrario, es decir, acepta tanto parejas como familias a integrarse al este estilo de vida y practicar nudismo .Es un paraíso sin tiempo, ni permisos.... es el nudismo en Horcón.

b.6)Fiesta Religiosa:

San Pedro, Patrono de los Pescadores

Cada 29 de Junio de cada año o el primer domingo siguiente (día de San Pedro, patrono de los pescadores), el lugar se viste de fiesta. Los botes se engalanan con guiraldas y pasean la figura del santo de la caleta. También hay bailes de adoración (bailes chinos) que juntan cofradías de varias caletas cercanas y de los pueblos del interior. Todo esto con el objetivo de rendirle tributo al patrono de los pescadores (recordemos que San Pedro, antes que fuera discípulo - Apóstol de Cristo, tenía como oficio pescador). La celebración se inicia desde muy temprano y prácticamente dura todo el día, finalizando con un recorrido en bote por el litoral próximo a la zona

c) Servicios Básicos

Podemos mencionar que si bien Horcón cuenta con un sistema de agua potable, este no abarca a la totalidad de la población, quedando un gran porcentaje que abastecer de este vital elemento, debiendo en algunos casos el Municipio entregar en camiones aljibes a las comunidades más alejadas del radio urbano. Lo mismo ocurre con el alcantarillado existente en una parte del territorio y que por su antigüedad sufre constantes episodios de crisis.

d) Crecimiento Urbano

Caleta Horcón ha actuado como un imán a las empresas inmobiliarias. El territorio en donde se encuentra localizado, ha sido elegido para la construcción de distintos complejos inmobiliarios, para alegría de algunos y tristeza de otros, se han ubicado sobre los acantilados costeros o entre los bosques de la zona, instalando la discusión sobre el desarrollo inmobiliario y su impacto. Es así como tenemos a Condominios Cau Cau, Bahía Pelícanos, Costa Quilen y Altomar. También debemos destacar la expansión en la construcción de segunda vivienda en terreno al ingreso de Horcón, muchos de los cuales no cuentan con los servicios básicos, produciéndose el autoabastecimiento de agua a través de posos profundos y un sistema de alcantarillado básico produciendo una expansión desordenada en el territorio local, viéndose acrecentado este tema con el aumento de la población flotante que llegan a estas segunda vivienda y sumándole, quienes utilizan la infraestructura de alojamiento, sobre todo en época estival.

e) Sistema Vial

En esta variable volvemos a encontrarnos con las grandes complicaciones que se presentan en el desarrollo vial de Horcón, ya que por su configuración territorial, cuenta con una sola vía principal de acceso y evacuación para acceder a la playa y al sector urbano de la caleta sumando a eso la falta de terrenos para estacionamientos, hace que en la época estival por momentos sea necesario impedir el acceso a los vehículos.

Estos tres puntos se ven seriamente afectados sobre todo en la época estival en que la población flotante aumenta en un porcentaje considerable, sumando a quienes poseen segunda vivienda, los que utilizan la infraestructura de alojamiento y a quienes vienen por el día, se puede llegar a un aumento de más del 100% de población, de vehículos, los que satura todo el territorio.

3.1.2 Hacia el interior

a) Turismo Rural y Patrimonial

a.1) Puchuncaví

Esta localidad es el centro administrativo de la Comuna, creada en 1875, con la categoría de Villa, contando con una población de casi 1.200. Sin embargo la historia de Puchuncaví se remonta a más de 500 años, siendo una de las más antiguas localidades de Chile.

a.2) Pucalán y Los Maquis

Ambas son localidades de corte rural, cuya principal fuente de ingreso proviene de la actividad agrícola. Allí fue posible conocer cada etapa del proceso del tabaco, el campesino cosechaba de la tierra las hojas para secar en los tendedores próximos a cada hogar.

El rincón, El Rungue, La Canela, La Quebrada

Pequeños poblados que conservan características típicas campesinas, como El Rodeo, la trilla, carreras a la chilena, poetas populares y una gastronomía tan típica como variada que deleita a los visitantes. En este lugar es posible participar del turismo de aventura, ciclismo de montaña, cabalgata y excursiones.

a) Oferta turística:

La oferta Turística en Horcón se clasifica en:

Clasificación:

1. Atractivos históricos
2. Infraestructura Turística
3. Agroturismo

a.1) Atractivos Históricos:

a. Parroquia Nuestra Señora del Rosario:

Puchuncaví posee una Parroquia que cuenta con más de 300 años de antigüedad. El Templo parroquial fue construido con posterioridad al terremoto de 1906 e inaugurado el 12 de Marzo 1912, siendo cura Párroco el Pbro. Alejandro Rollán García. Esta edificación reemplaza la existente en 1906. El nuevo templo prestó servicio a la feligresía de Puchuncaví hasta Marzo de 1965, los elementos materiales que la construyeron fueron el pino oregón, heredado del templo destruido con el terremoto del 16 de Agosto de 1906, además de la tabiquería de adobe.

Uno de los principales patrimonios de Puchuncaví está constituido por el valioso archivo parroquial, que se inició el 8 de Diciembre de 1691, que en forma continuada se mantiene hasta nuestros días, pudiendo encontrarse en los archivos parroquiales, actas de bautismo de indígenas inscritos en aquella época.

b. Monumento a General José Velásquez Bórquez:

Ubicado en la Plaza de esta localidad, fue construido por el Círculo Excursionista “Los Peucos” de Valparaíso, que presidía Don Humberto Rusque Aguirre, en memoria de otro Hijo Ilustre de Puchuncaví, El General José Velásquez Bórquez, quien tuvo destacada actuación durante la Guerra del Pacífico. Fue inaugurado el 31 de Marzo de 1934 y demolido el 30 de Julio de 1988 con ocasión de la remodelación del sector, pero reconstruido ese mismo año.

a.2) Agroturismo:

a.1) Granja Agroturística Sacuanjoche

Recibe a los amantes de la vida campesina y el descanso, aquí se disfruta de comidas típicas, granja educativa, cabañas equipadas para cuatro personas, piscina en verano y un confortable lugar para asado con vista al valle de Los Maquis.

a.2) Cooperativa Apícola “Flor del valle “Los Maquis

Ofrece a los visitantes una charla en la sala de cosecha acerca de la producción de miel, además de disfrutar de productos caseros como la miel, polen, licor de miel, también los huevos de campo, pan amasado, hierbas medicinales y otros. Además es posible ser un apicultor más colocándose sus trajes e ingresando a los panales y desarrollar las actividades diarias que realizan estos microempresarios.

a.3) Conservería Rucampo El Rungue

Ofrece la visita a su sala de producción y elaboración de mermeladas y conservas, con explicación de los procesos productivos, degustación y venta de estos.

b) Servicios Básicos

Hacia este sector interior de la Comuna, la localidad de Puchuncavi es la única que posee agua potable y alcantarillado, contando con una planta de tratamiento de aguas servidas, las otras localidades son de carácter rural, algunas de ellas poseen sistema de agua potable rural, pozos profundos y en el caso del alcantarillado, no existe.

c) Crecimiento Urbano

El crecimiento urbano del territorio interior ha tenido un avance más lento que el del territorio costero, predominando el desarrollo de sistemas inmobiliarios de condominios y viviendas

sociales, en el caso de la localidad de Puchuncaví y de parcelas de agrado y terrenos cultivables para el sector rural.

d) Sistema Vial

Podemos mencionar que a diferencia de lo ocurrido en los balnearios, sobre todo en época estival, localidades como Puchuncaví y algunas más rurales constituyen solo una estación de paso dentro de los ejes viales de la comuna, como lo son la Ruta F-30 E y la Ruta F-20 Nogales – Puchuncaví, por lo que su grado de saturación es mínima.

3.4 Arqueología Precolombina en la Comuna de Puchuncaví

En la comuna de Puchuncaví se han encontrado diversos materiales arqueológicos pertenecientes al periodo precolombino, los que nos hablan de un pasado remoto revelando en estos vestigios los pueblos que ya no están y la relación que tenían con la mar, con la flora y la fauna existentes en ese tiempo. La historia de estas culturas que poblaron tempranamente esta comuna correspondió a los “picunches”, los que pertenecían al pueblo araucano, el que mas tarde fue invadido y dominado por los incas, etapa durante la cual se acostumbraron a tributar y ser dominados por un poder extranjero. Por ello, los españoles encontraron muy poca resistencia y los picunches fueron serviciales y cooperadores durante el periodo de la conquista española.

La Comuna de Puchuncaví y sus localidades era uno de los pasos obligados del Camino del Inca, sendero de piedra de una vara y medio de ancho que unía la Zona Central de Chile con el Cuzco, capital de Imperio Incaico.

Un rasgo característico del régimen incaico fue la construcción de caminos para vincular las diferentes regiones del Imperio. Diversos estudios se refieren al camino del Inca como la columna vertebral del Estado Inca. De esta manera resaltan su importancia y señalan cómo la organización de este imperio se apoyó en un esqueleto que dio sentido y unidad al conjunto. “El Camino Inca fue la vía que permitió la circulación de las energías humanas y materiales necesarias para el funcionamiento del Estado. Por allí se trasladaban funcionarios, soldados y bienes de intercambio, bajo el control de su burocracia. También fue la vía por la cual se expandieron sus ideas, simbolismos y religión. El esqueleto correspondería a la enmarañada y rica geografía andina -con sus montañas y valles- donde la columna vertebral estaría representada por la Cordillera de Los Andes.” Su ancho no excedía de una vara y media.

“Se dirigía éste desde el Cuzco por el Altiplano hasta cerca de Ollahue, hasta penetrar en seguida a territorio chileno, pasando por Tatío y San Pedro de Atacama, continuar por el Río Frío a Juncal y Chañaral Alto y dirigirse por Copiapó Paitanas (Vallenar), Incahuasi, el

portezuelo de Hualcuna, y La Marqueza a Combarbalá, y proseguir por Illapel y Puchuncaví al portezuelo de la Cuesta Vieja de Chilicauquén y bajar a Quillota.”

A lo largo de estos caminos se encontraban tambos (posadas destinados al descanso, alojamiento, provisión de los viajeros y al acuartelamiento de los ejércitos) ocupados por chasquis, “situados a una distancia de un cuarto de legua los unos de los otros vivían dos o tres correos o chasquis en cada tambo, observando uno el camino en una dirección y el otro en la contraria. Tan pronto se acercara un chasqui desde el tambo vecino, corrían hacia él y lo acompañaban en su carrera, recibiendo de él la información que debían retransmitir al chasqui siguiente y que contaba de una sola frase, fácil de memorizar”.

En la comuna de Puchuncaví también existía un Tambo, este se ubicaba en lo que hoy corresponde al Fundo de Chilecauquenes, era uno de los tambos más importantes ya que tenía comunicación directa con Quillota por su ubicación geográfica.

Aquí los Incas repitieron el modelo de dominación que los caracterizaba, organizando a la población local en un sistema político dual, que se mantuvo después del derrumbe del imperio hasta la llegada de los españoles.

En esta Comuna residía un Curaca o representante directo del Inca, encargado de recolectar los tributos, cosechas, etc. e imponer la autoridad imperial sobre los aborígenes de la región.

3.5 Patrimonio Cultural

Dentro de la comuna, es posible observar diversos hechos, actividades y descubrimientos asociados a la historia y geografía de Chile, como lo es el sendero patrimonial y los hallazgos del cementerio de ballenas, como asimismo también lo son sus creencias, tradiciones y costumbres.

3.5.1 Hallazgos Paleontológicos

La comuna de Puchuncaví presenta 4 yacimientos paleontológicos con vertebrados e invertebrados marinos que se ubican en las localidades de Horcón, Quirilluca, Maitencillo y Los Maitenes. De éstos 4 yacimientos tan sólo existen dos hallazgos confirmados correspondientes a Horcón y Los Maitenes, mientras tanto en Quirilluca y Maitencillo los conocimientos que existen son informales sobre los hallazgos de fósiles de vertebrados e invertebrados

a) Cementerio de Ballenas

El 26 de junio del año 2007 se descubrió el mayor cementerio de ballenas en Chile, ubicado a 6 kilómetros del mar, en la localidad de los Maitenes. Los hallazgos correspondían al Plioceno, es decir, la quinta época del período Terciario, que abarca desde 5 a 2 millones de años en el pasado. El hallazgo fue descubierto por un grupo de estudiantes del “Taller Científico de Experiencias Múltiples perteneciente al Colegio Villa Aconcagua de Con Cón”, quienes anteriormente, ya habían hallado un sitio paleontológico de 8 a 10 millones de años perteneciente al Mioceno (24 a 5 millones de años atrás) en la zona de Horcón, con restos fragmentados de ballenas más pequeñas.

Se estudia la posibilidad que la comuna sea declarada Geoparque por la Unesco porque poseería al menos cuatro sitios que cumplirían con las condiciones para ser nombrados Geositios, de acuerdo a los contextos geológicos internacionales, pasando a ser parte del inventario Geológico de la Tierra.

3.5.2 Lugares Históricos

a) Sendero Patrimonial

Sin duda que Puchuncaví, es parte de la tradición andina y que sus orígenes se remontan a los antiguos pueblos del Tiahuanacu, destino y paso obligado del “Camino del Inka”, que llevó más de una fiesta del Tahuantinsuyo a este otro lado del mundo, como en el Tambo, en las afueras de Illapel. Además, vía de comunicación de los hijos del Inti; Por aquí, paso obligado a la celebración del Punchau, ofrendada al Sol, y que dio a estos parajes, sonidos originales que conectaron al hombre, de esta faja de tierra con los ancestros y sus buenos espíritus, dando a la toponimia local palabras del Quechua y Aymará nombres como Pachacamita, a lugares tan distantes de lo que fuera su capital, y que para algunos parte por allá en Quito y llega hasta las tierras de los antiguos Mapuches, bordeando las riberas del río Maule.

Es así que como, Tacna, antiguo caserío a las afueras de Maitencillo, y Pucalán uno de los pocos lugares donde aun se mantiene la tradición de la Pirca por estos parajes, resabios prehispánicos, que en la actualidad aun se mantienen intactos, aquí, este camino conduce de manera directa a La Canela caserío único a más de 550 metros de altura, a 37 kilómetros al norte del Mauko, y que se encuentran en un extenso cordón Montañoso bordeando la ladera norte del extenso Rio Aconcagua; Quizás donde vivió Tanjalonko, cacique que recibió a los españoles cuando recién se avizoraba los nuevos cambios mundiales de la época.

b) El Sendero Minero

En la actualidad la tradición minera de la Comuna, la mantiene, la mina “La Raíz del Cobre” que aún conserva faenas en Puchuncaví, ubicada exactamente en las coordenadas 32° 43” - 71° 21”, las laderas del cerro “Tres Astas”, 935 metros sobre el nivel del mar, costado poniente de La Loma del Márquez, su única ruta de acceso esta por el pueblo de Pucalán, donde aún hoy día habita más de alguna familia de antiguos mineros de la zona y que dedican su trabajo a extraer los minerales de la naturaleza así mismo como lo hicieron en El establecimiento de Sal, que existe en La Greda o mas de alguna procesadora de Cal de las Melosillas, sin dejar de lado los famosos lavaderos de Malacara, al Final de Chilicauquen.

El Diccionario describe al cobre como “Metal de color rojo” cuando esta puro, además de ser, uno de los primeros metales usados por el hombre, en la antigüedad fueron celebres las minas de cobre de España (Tarsis), Chipre, de Alemania, hoy entre los productores de cobre del mundo, sin duda, está Chile.

Este mineral existe en la naturaleza en estado nativo o combinado con diferentes cuerpos, especialmente con el Azufre. La densidad del Cobre es 8,85; es blando, dúctil y maleable. Mezclado con el Estaño, constituye el Bronce, y con el Zinc, el Latón.

3.6 Flora y Fauna

3.6.1 Flora

En la Comuna de Puchuncaví es posible encontrar diversos tipos de vegetación, de los cuales corresponden a la vegetación autóctona de la zona que primordialmente corresponden a arbustos, y otros han sido emplazados al lugar debido a las condiciones del clima y la tierra. A continuación en la tabla se detalla la flora existente en la comuna.

Nombre específico	Nombre Común	Hábito	Origen
Acacia melanoxydon	Aromo australiano	Árbol	I - Forestal
Paraserianthes lophantha	Peorrilla	Árbol	I
Baccharis rhomboidalis	Vautro	Arbusto	N
Fumaria agraria	Hierba de la culebra	Hierba	I - M
Lotus subpinnatus	Lotería	Hierba	N
Sanchus olearaceus	Ñilhue	Hierba	I - M
Bromus Berteroanus	Pasto del perro	Hierba	I - M
Stellaria chilensis	Quilloy Quilloy	Hierba	E
Oxalis tortuosa	Vinagrillo	Hierba	E
Agave americana	Ágave	Suculenta	I
Carpobrotus edulis	Doca amarilla	Suculenta	I
Carpobrotus inaequilaterus	Doca rosada	Suculenta	N
Cupressus sempervirens	Ciprés italiano	Árbol	I - Ornamental
Eucalyptus camaldulensis	Eucalyptus	Árbol	I - Forestal
Cupressus macrocarpa	Macrocarpa	Árbol	I - Forestal
Myoporum acuminatum	Transparente	Árbol	I
Lycium Chilense	Coralillo	Arbusto	N
Schinus Molle	Molle	Arbusto	E
Lobelia excelsa	Tabaco del diablo	Arbusto	E
Echinopsis litoralis	Quisco	Cactácea	N
Opuntia Ficus - indica	Tuna	Cactácea	I
Physalis sp Mirabilis elegans	Capulí, Don diego de la Noche	Hierba	N - E
Shaalcea obtusiloba	Malvilla de Monte	Hierba	N
Bromus verteroanus	Pasto del perro	Hierba	I - M
Acacia dealbata	Aromo país	Árbol	I
Ficus carica	Higuera	Árbol	I
Malus pumila	Manzano	Árbol	I
Myoporum acuminatum	Transparente	Árbol	I
Baccharis salicifolia	Chilca de agua	Arbusto	N
Coprosma repens	Coprosma	Arbusto	I
Lycium Chilense	Coralillo	Arbusto	N
Lavatera arborea	Malva real	Arbusto	I
Schinus latifolius	Molle	Arbusto	E
Schauinus velutinus	Molle	Arbusto	E
Cestrum parqui	Palqui	Arbusto	N
Cichorium intybus	Achicoria silvestre	Hierba	I - M
Geranium submolle	Core Core	Hierba	N
Oxalis cernua	Cuye amarillo	Hierba	I - M
Oxalis rosea	Cuye colorado	Hierba	E
Medicago minima	Hualputra	Hierba	I - M
Urtica urens	Ortiga	Hierba	I - M
Bromus berteroanus	Pasto del perro	Hierba	I - M
Raphanus sativus	Rábano silvestre	Hierba	I - M
Rumex obtusifolius	Romaza	Hierba	N
Brassica nigra	Yuyo	Hierba	I - M

Cuadro N° 2
Fuente: Propia.

Nota: I = Introducida, N = Nativa, E = Endémica, M = Maleza.

Del total de las especies señaladas en las tablas N° 1 y N° 2, veintitrés especies han sido introducidas 54,8%, doce son nativas correspondiente al 28,6% y siete son endémicas correspondiente al 16,7%.

La metodología para realizar la revisión del estado de conservación de las especies de flora encontradas consistió en contrastar el listado florístico de la línea de base con los listados de especies en categorías de conservación de El Libro Rojo de la Flora Terrestre de Chile CONAF (1989) y el Boletín N° 47 del Mueso Nacional de Historia Natural (1998). Como resultado de lo

anterior se pudo comprobar que la especie *Echinopsis chiloensis* ssp. *liroralis* (Johow) está catalogada como Vulnerable en El Libro Rojo de la Flora Terrestre de Chile CONAF (1989) y Vulnerable para la IV y V regiones en el Boletín N° 47 del Museo Nacional de Historia Natural (1998).

3.6.2 Fauna

Predominan las aves, cuyas especies más características son: la loyca (*Sturnella loyca*), la codorniz (*Callipepla californica*), la tórtola (*Zenaida auriculata*), la tortolita cuyana (*Columbina picui*), el chirihue (*Sicalis luteiventris*), el chincol (*Zonotrichia capensis*), la diuca (*Diuca diuca*), el chercán (*Troglodytes aedon*), el zorzal (*Turdus falklandii maguellanicus*). Además de estas especies, están descritas para la zona las siguientes: tiuque (*Milvago chimango*), el cernícalo (*Falco sparverius*), el canastero (*Tripophaga humicola*), el tijeral (*Leptasthenura aegithaloides*), el tapaculo (*Scelorchilus albicollis*), la turca (*Pteroptochos megapodius*), el churrín (*Scytalopus magallanicus*), el cachudito (*Anairetes parulus*), el jilguero (*Carduelis barabata*), el zorzal (*Turdus falcklandii*), la tenca (*Mimus thenca*), el tordo (*Curaeus curaeus*) y el fío fío (*Elaenia albiceps*).

Respecto a los mamíferos de estos ambientes, dominan los roedores, entre las especies que pueden ser abundantes, están el lauchón orejado de Darwin, (*Phyllotis darwini*), la laucha olivácea, (*Abrothrix olivaceus*) y el degu, (*Octodon degu*), así como el cururo (*Spalacopus cyanus*). Seguramente la rata, (*Rattus rattus*) una especie introducida, se debe encontrar en los ambientes más intervenidos. En el sitio en el que se desarrollará el proyecto no se encontró evidencia de presencia de micromamíferos chilenos, probablemente por el alto grado de intervención del terreno, sin embargo, se pudo observar una cueva de conejo (*Oryctolagus cuniculus*).

Los reptiles en la zona del proyecto podrían estar representados por al menos tres especies de lagartijas, las lagartijas *Liolaemus lemniscatus*, *L. tenuis* y *L. nitidus* y posiblemente el lagarto, *Callopistes palluma*. Sin embargo, durante el estudio de línea de base en terreno, no se observaron ejemplares de estas especies.

3.7 Servicios en la Comuna de Puchuncaví

La Comuna de Puchuncaví cuenta servicios para el bienestar ciudadano como retén de carabineros bomberos y consultorios.

3.7.1 Seguridad:

La Comuna de Puchuncaví, en si, no cuenta con la implementación del sistema de Seguridad Ciudadana municipal, pero sin embargo cuenta con una tenencia de carabineros ubicada en la carretera F-30 E s/n, además de existen los retenes ubicados en los sectores de Horcón, Las Ventanas y Maitencillo. También existen dos compañías de bomberos ubicadas en los sectores de Puchuncaví y Las Ventanas.

3.7.2 Salud

La Comuna cuenta con dos consultorios, el primero se ubica en la localidad de Puchuncaví y abarca las zonas de Campiche, El Rincón, Maitencillo, El Rungue, La Canela, La Quebrada, La Laguna, entre otras. Mientras que el segundo consultorio se ubica en la localidad de Ventanas, y abarca las zonas de La Greda, Horcón, Ventanas y La Chocota, entre otras.

3.7.3 Otros servicios

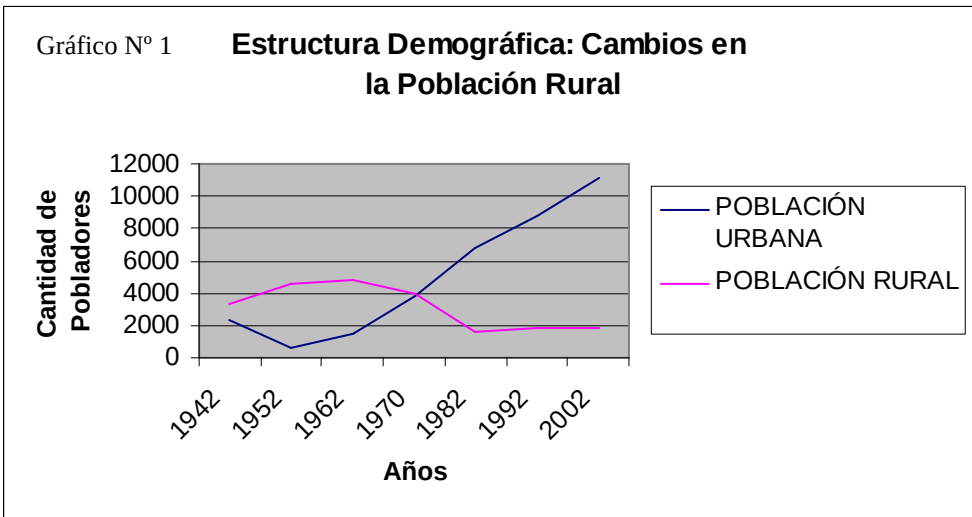
- a) Empresa Sanitaria (ESVAL): Solo existe en la localidad de Puchuncaví. En las otras localidades existe el agua potable rural actualmente. Sin embargo, se pretende el año 2010 las zonas urbanas y gran parte de la comuna contarán con el servicio de ESVAL.
- b) Empresa Distribuidoras de energía CONAFE: atiende desde la localidad de Campiche al norte; existe una oficina de atención de público y un celador en la localidad de Puchuncaví.
- c) Empresa Distribuidora de energía CHILQUINTA: atiende desde Campiche al sur.
- d) Compañía Telefónica: solo existe una planta de la empresa telefónica, pero sin oficina de atención de público.
- e) Bancos: La Comuna cuenta con un Banco de Chile, ubicado en la puerta norte de la Empresa CODELCO de la localidad de Ventanas y, el Banco Estado, ubicado en dependencias de la Municipalidad; además, de un cajero automático en Maitencillo, dos en Puchuncaví y uno en Ventanas, a lo que se agrega cajas vecinas en distintos sectores.

- f) Farmacias: Existe una farmacia en la localidad de Las Ventanas y tres en la localidad de Puchuncaví.
- g) Supermercados: Existe uno ubicado en la localidad de Puchuncaví, dos en la localidad de Maitencillo, uno en la localidad de Horcón y uno en la localidad de Ventanas

3.8 Impactos de la Contaminación

3.8.1 Efectos Demográficos: Despoblamiento rural y empleo agrícola

Puchuncaví como muchas otras comunas rurales del país, sobrellevó un importante proceso de urbanización en el periodo 1952 – 1992. El ritmo de crecimiento de las diecinueve localidades de Puchuncaví y de los tres fundos, es esos cuarenta años fue muy diferente según tamaño. Las localidades más grandes (sobre 1000 habitantes en 1992) crecieron más rápido que las restantes, en contraste, las localidades rurales (menos de 300 habitantes), como un grupo, comenzaron a perder población después de 1960.



Fuente: INE. (Instituto Nacional de Estadística) Censos de Población desde 1907 a 2002

Es posible apreciar que después de la instalación de las plantas, Puchuncaví perdió población rural mucho más rápido (1960 – 1970), en el periodo previo a la instalación de las plantas, la población rural de Puchuncaví crecía.

Hoy en día hay una tendencia por parte de la población, sobretudo en edad fértil, a emigrar en busca de fuentes laborales fuera de la comuna. En cuanto al empleo agrícola en 1952 la ocupación en la agricultura representó un 75 % del empleo total en Puchuncaví.

Hacia 1970 la actividad agrícola de Puchuncaví se había reducido hasta absorber a sólo un 36,5 % del empleo total de la comuna. De 1426 personas ocupadas en actividades agrícolas en 1952 se pasó a sólo 895 personas en 1970; una reducción de 37,2 % en términos absolutos, mientras la población comunal había crecido en un 51,5 %.

La pérdida de importancia absoluta y relativa del empleo agrícola en Puchuncaví continuó después de 1970. En 1982 Puchuncaví tenía 600 empleos, lo que representaba apenas un 42,1 % de su nivel de 1952, y solo 29,4 % del empleo total de la comuna en este último año.

3.8.2 Efectos Sobre el Suelo, la Flora y la Fauna Terrestre

Es innegable el daño causado por la contaminación en la agricultura de Puchuncaví, sobre todo en el trigo y las lentejas, tradicionalmente dos cosechas importantes de la Comuna. “Según un estudio del sector agrícola de la comuna preparado por la Overseas Development Administrator (ODA, 1993), la afirmación de que el desarrollo de cultivos agrícolas ha sido y continua siendo afectado por contaminantes gaseosos. El análisis de este informe mostró que entre 1963 y 1981 las áreas de trigo invernal se redujeron en un 68 % y las áreas dedicadas al cultivo de lentejas disminuyeron en un 49 %.”⁷

La actividad industrial ha afectado fuertemente la calidad del suelo y son dos las incidencias más relevantes:

Decantación del ácido sulfúrico (H_2SO_4) Producto de la combinación de anhídrido sulfuroso (SO_2) y de la humedad ambiental. Este efecto lo recibe la masa vegetal (pastos y plantas)

Deposito de material particulado en el suelo: Producto de emisión de las chimeneas de ENAMI y CHILGENER. Dichas partículas: cadmio, arsénico, plomo, etc. han contribuido a un cuadro de carga crítica del suelo. Se ha señalado que al menos cinco centímetros iniciales constan de estos productos, los cuales debido a la escasa lluvia, permanecen en la superficie haciendo imposible y peligrosa la actividad agrícola.

“Un estudio del Instituto nacional de investigación agrícola aporta antecedentes de concentración de cobre y otros metales pesados en las vísceras de los animales quienes lo habían ingerido a través de su modo tradicional de alimentación. Además se realiza un estudio sobre la acumulación de arsénico en el pelo, de una muestra de los habitantes de la zona, encontrando que dicha acumulación era superior a las aceptadas por las normas internacionales.”⁸

“Los animales morían solo se ponían verde adentro, con el polvo que caía al pasto, después el animal se comía todo eso, las ovejas las habríamos y estaban verdes, les llegaba a salir humo de

⁷ Revista Ambiente y Desarrollo, opus cit pág 50

⁸ Inzunza Sergio, opus cit

adentro, se cocían. Los animales duraban con lo mucho 10 días, se adelgazaban, les daba fiebre, sin deseo de comer, la carne amarilla estaba adentro, tampoco se podían comer.”⁹

“Los animales están todos enfermos y en la feria los rechazan, así que los echan a un horno crematorio, porque están contaminados”.¹⁰

Otro estudio realizado por el departamento de ecología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, constata importantes daños en la riqueza y diversidad de la flora de la zona, así como cambios en la característica del suelo: reducción de los niveles de nitrógeno disponible y altas concentraciones de cobre.¹¹

3.8.3 Efecto Sobre el Aire

Debido a la pésima situación ambiental del aire producto de las chimeneas, con fecha 30 de septiembre de 1992 el Ministerio de Minería promulga el decreto Supremo N° 252 que aprobó el plan de descontaminación del complejo industrial las ventanas. En este decreto se establece para ambas empresas la obligación de cumplir con las normas de calidad del aire vigentes para los contaminantes Material particulado respirable PM10 y anhídrido sulfuroso SO₂ a mas tardar el 01 de enero de 1995 y el 01 de julio de 1999 respectivamente.

“Hoy en día se captan sobre el 95 % de las emisiones en la atmósfera”¹²

Según seguimientos de la CONAMA al Plan Descontaminante señala que siempre excede a la norma, o al valor permitido en el plan, el aire siempre tiene partículas de anhídrido sulfuroso. Por lo tanto no hay cumplimiento de la norma.

3.8.4 Efecto Sobre Aguas Continentales

Un análisis químico publicado el año 1996 y realizado a las aguas de cinco pozos para consumo humano ubicados en el sector de la greda, indicó la existencia de una elevada concentración de metales pesados: cobre, cianuro, cromo, mercurio entre otros por niveles sobre la norma¹³. Copia de las conclusiones del informe fue entregado a autoridades comunales, no se conoce que gestión se efectuó con dicha información o la existencia de monitoreos e información a la comunidad de la situación actual en que se encuentran los pozos del sector.

⁹ Don Ernesto, Los Maitenes.

¹⁰ Don Juan Mena, Puchuncaví.

¹¹ Ginnochio, Rossana, effects of a copper smelter on a grassland community in the Puchuncaví Valley, Departamento de Ecología, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2000.

¹² Maximiliano Soto, Relacionador Público, CODELCO – Ventanas

¹³ Valenzuela Gabriel, Análisis químico de aguas de pozos de Puchuncaví, Seminario para optar al título de Profesor de estado en Química y Ciencias, Universidad de Playa Ancha, 1996.

3.8.5 Efecto Sobre las Aguas Marinas y Biodiversidad

Los únicos antecedentes frente al tema están relacionados con un monitoreo realizado durante el año 1999 por el programa para el ambiente del servicio de salud Viña del Mar Quillota, con la finalidad de detectar metales pesados en moluscos de las áreas de manejo y cultivo del Sindicato de Pescadores de Las Ventanas, en el cual se detectan presencia de metales en concentraciones sobre la norma en ostras y lapas. A partir de este monitoreo se realiza un estudio entre los años 1999 – 2000 en las áreas de manejo de Punta Lunes, Maitencillo, Punta Ventanillas y Horcón. Encontrándose en cada una de ellas presencia de algunos de los contaminantes analizados (cobre, cadmio y arsénico) por sobre la norma. La única decisión concreta tomada a partir de los resultados del monitoreo fue caducar el área de manejo de Punta Ventanillas.

Con respecto a la biodiversidad marina, estudios de comunidad bentónica efectuados en la área de manejo de Punta Lunes acusan una baja biodiversidad y baja en abundancia de especies propias de la zona como cirripedios, picorocos y piures, especies que son la base alimenticia del loco, situación que ha afectado el rendimiento en peso de estos y por ende su valor comercial.¹⁴ Esta situación es propia de ecosistemas afectados por contaminación de metales pesados.¹⁵

3.8.6 Efecto Salud Humana

El efecto ambiental del cordón industrial sobre la salud de la comunidad y de sus propios trabajadores es un tema que ha dado mucho que hablar, no obstante aún falta un respaldo científico categórico para los innumerables testimonios de personas respecto al tema.

Al hacerse las consultas en los servicios de atención en la comuna sobre el tema, afirman no tener estudios ni registro de estadísticas que permita concluir sobre la situación.

Los niños tienen bronquitis, bronconeumonía, asma y los abuelitos están hipertensos, sin exagerar, el 90 % de los habitantes de Los Maitenes, tiene algún problema. También está el cáncer, hay mucho cáncer al pulmón. De la nada los niños se ahogan y hay que llevarlos al policlínico, juegan fútbol y quedan pésimo, muy cansados. Le echo toda la culpa a las refinerías por que nos están matando. Uno sabe que algo anda mal, no puede ser que hasta los árboles se mueran, por que los frutos nacen podridos, las ramas se caen y las flores se secan. Es una cosa tan triste, por que tú ves que la gente se cansa de caminar por las calles. El cielo esta oscuro, parece que hubiese un incendio, hay mucho humo en el aire que se impregna en las ropas.¹⁶

¹⁴ Ramírez Hernán et al, informe de seguimiento Área de manejo recursos bentónicos, Punta Lunes, Comuna de Puchuncaví, Fundación OCAC, 2004.

¹⁵ Fariña José Miguel, et al, Ecología Trófica de *Girella leavifrons* en zonas intermareales rocosas del norte de Chile afectadas y no afectadas por contaminantes derivados del cobre, en Revista Chile Historia Natural, Volumen 73, 2000.

¹⁶ Extracto de la Entrevista a la Sra. Lela Vega, Diario The Clinic, 28 de Junio de 2007

3.9 Conclusión

En el transcurso de los últimos años el sector turismo se ha convertido en una de las mayores fuentes generadoras de empleo, de divisas y de estímulo a la inversión y al crecimiento económico a nivel mundial.

La necesidad de abrir nuevos espacios de desarrollo turístico genera oportunidades para el uso complementario del espacio rural, además de valorizar el patrimonio natural y cultural, permitiendo un desarrollo sustentable.

Sin embargo, el turismo orientado hacia la naturaleza (campo y mar), está estrechamente vinculado a la existencia y calidad de los recursos naturales que en el territorio puedan existir. Considerando una marcada actividad turística hacia la costa, excelentes condiciones paisajísticas de la comuna, el crecimiento de la actividad turística y el desarrollo de una demanda turística orientada según las nuevas tendencias al Turismo Rural, se aprecia que la Comuna de Puchuncaví cuenta con un tremendo potencial turístico basado en sus recursos naturales y culturales.

La comuna de Puchuncaví se caracteriza por sus hermosos paisajes, que mezclan el campo con el mar, siendo este último el más reconocido por entregarnos variadas bellezas naturales que ofrecemos al turista durante todo el año. En un ambiente campestre, dado por sus bosques de pinos y eucaliptos, con playas paradisíacas a la hora de escoger un destino para vacacionar. Posee una costanera ideal para desarrollar actividades deportivas como el ciclismo, kayak o simplemente para disfrutar de una caminata, no se debe olvidar su historia, los atractivos históricos, como las iglesias, su gente, gastronomía, infraestructura hotelera, entre otros, su patrimonio cultural, ya sea por sus costumbres, tradiciones y los hallazgos paleontológicos.

A medida que ha pasado en tiempo se observan los cambios que esta comuna ha sufrido, dejando atrás las labores agrícolas por ser parte del nuevo estilo de vida que trajo la industrialización, dejando en los pequeños rinconcitos del interior de esta comuna partes del ayer. La gente irradia simpatía y cariño por el visitante, siente el orgullo de ser puchuncavino, que hizo de esos cerros y de esos campos una tierra fecunda con el esfuerzo de generaciones.

Todo el borde costero ha sido explotado turísticamente y con bastante éxito: desde La Laguna se ofrece un espectáculo muy lindo, debido al océano, a los roqueríos y los acantilados. Extensas y otras veces pequeñas playas atraen gran cantidad de turistas durante todo el año.

En cuanto la contaminación existente vemos que las empresas cada día deben de regirse a través de normas para provocar un daño menor, permitiendo el desarrollo de la actividad turística en el sector norte de la comuna.

Como se menciona al comienzo de esta investigación al presentar la problemática en una serie de preguntas que correspondían fundamentalmente en comprobar si la comuna de Puchuncaví podía instaurar una propuesta de negocio relacionado al turismo cultural ambiental y/ o agroturismo , problemática que se intento resolver través de los objetivos planteados para el desarrollo de la investigación, se puede concluir en la comuna de Puchuncaví es un lugar propicio para desarrollar una propuesta de proyecto turístico cultural, ya que la Comuna de Puchuncaví si cuenta con los servicios necesarios, el lugar, entorno, atractivos para el desarrollo turístico.

3.9 Mapa: Resumen de actividades en la comuna de Puchuncaví



Imagen N° 2
Resumen de Actividades
comuna de Puchuncaví.
Fuente: Oficina de Turismo
I. Municipalidad de Puchuncaví

CAPITULO IV: PROPUESTA DE PROYECTO

4.1 Resumen Ejecutivo

4.1.1 Descripción

Spin & Breathe es un Centro turístico cultural ecológico cultural que ofrece servicios de eco-alojamiento turísticos, servicio de restaurante, spa, tours y eventos. Se ubica en la comuna de Puchuncaví, en la localidad de Horcón al sur, cuenta con una vista maravillosa al mar y pasos se encuentra playas como La Luna, Los Tebos, Quirilluca, entre otras. Es un lugar mágico para descansar, debido a que el entorno natural envuelve con sus encantos.

En la comuna de Puchuncaví, no existe un alojamiento con las mismas similitudes que Spin Breathe, debido a que implementa tecnología para inhibir la contaminación reemplazándolos por otros, con el fin de no producir contaminación.

4.1.2 Mercado Objetivo

Se dirige al segmento socioeconómico ABC1 y extranjeros.

4.1.3 Descripción de los servicios

Los servicios que ofrece Spin & Breathe son:

Cabañas de Eco-alojamiento, el cliente cuando se hospede en Spin & Breathe podrá también hacer uso de todas las instalaciones del lugar, tan sólo pagando el precio de hospedaje, esto incluye spa, piscinas, restaurante con 4 buffets, Multicancha, y paseo por los jardines.

Tour: Se ofrecerán dos tours que tienen un precio diferenciado al del alojamiento y se ofrece a los mismos clientes que se hospeden en Spin & Breathe. Los tours se denominan Conociendo el Pasado, que tiene como finalidad recorrer lugares históricos, característicos de la comuna de Puchuncaví; el segundo se denomina Paseo a los Acantilados y la Playa de Quirilluca, debido a la cercanía del lugar este tour se realizará en caballo, tiene como objetivo que el cliente se delite con uno de los paisajes mas naturales de Chile.

4.1.4 Estrategia

La estrategia para ingresar al mercado será precio por calidad, los precios de Spin & Breathe estan fijados según los precios de la competencia, por el mismo precio se pretende ofrecer un servicio mas completo e innovador para que el cliente quede satifecho.

4.1.5 Datos Financieros

El proyecto tiene una inversión inicial de \$865.100.714 pesos, de los cuales se pretende cubrir \$300.000.000 pesos por el crédito de inversión CORFO, y lo restante correspondiente a 588.013.354 por 4 socios.

Spin & Breathe estima una demanda en los años 5 años de 13.015 personas correspondiente al 2,1% del 10% del segmento ABC1 que vive en la Región Metropolitana y al promedio de 21.921 turistas extranjeros que pernoctan en la comuna de Puchuncaví.

El flujo neto para los años 1 – 5 es:

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
39.931.915	92.841.666	127.388.732	177.453.392	469.163.182

Una Tasa de Retorno interno del 20% mayor a la tasa de capital de trabajo y un Valor Actual Neto de 40.341.251.

El payback es de 1 año.

4.2 Descripción del proyecto

Es un centro ecológico de preservación y conservación ambiental y cultural ubicado en la comuna de Puchuncaví, específicamente en la localidad de Horcón. Este centro se apoyara esencialmente en la base del turismo de naturaleza, con el fin que el visitante pueda involucrarse con el entorno natural y cultural de la comuna.

Este centro turístico cultural ambiental contará con un sector de áreas verdes, eco- alojamientos, una sede de administración general, salón de eventos, restaurante, instalaciones deportivas, staff comerciales, museo de fotografía señalando la historia y los principales atractivos de la comuna.

Los servicios que ofrece el Centro Ecológico de Preservación y Conservación Ambiental y Cultural conforman un cluster turístico compuestos por el hospedaje, visitas diarias y tours que están ligados a la historia, paleontología y a la naturaleza existente en los alrededores.

La finalidad del centro es que el visitante pueda descansar y relajarse con el paisaje natural ofrecido además de entretenerse, aprender junto a los servicios que entrega el mismo complejo.

El centro ecológico de preservación y conservación ambiental y cultural es una oferta diversa, rica en encuentros inter-culturales, y de oportunidades de desarrollo económico y de aprendizaje.

4.3 Nombre de la Empresa

Spin & Breathe

4.4 Misión

Ser un centro de recreación familiar y descanso, que tenga como valores principales la conservación del ecosistema, la difusión de las costumbres de los pueblos que lo rodean.

4.5 Visión

Ser el mejor complejo turístico natural de la comuna de Puchuncaví.

4.6 Objetivo General

Fomentar la actividad turística en la comuna de Puchuncaví, a través del turismo cultural, con el fin de enseñar al visitante los atractivos naturales y el patrimonio cultural existente en la comuna, y así también colaborar en el desarrollo económico local.

4.7 Objetivos Específicos

- Establecer Eco-alojamientos
- Creación de tours relacionados con los atractivos históricos y naturales de la comuna de Puchuncaví.
- Deportes y recreación al aire libre.
- Staff de venta de souvenir.

4.8 Información del Proyecto

La iniciativa de realizar este proyecto surge con la finalidad de buscar un inversionista capital para la instauración de una idea de negocio turístico, el período que abarcará el plan será de 5 años.

4.9 Fundamentos del proyecto

La iniciativa de crear el un centro ecológico de preservación y conservación ambiental y cultural surge por el motivo que la comuna de Puchuncaví posee innumerables paisajes, atractivos y un borde costero especial para la actividad turística. Esta propuesta nace por iniciativa propia, por la creciente necesidad que día a día he observado en la comuna, y demás que el turismo en todo ámbito se ha transformado en una importante actividad económica, también lo ha sido así en la comuna de Puchuncaví, ya que esta actividad, genera directa o indirectamente la necesidad de ocupar mano de obra, ya sea en la construcción, jardinería, empleadas, mucamas, hasta personal técnico para el trabajo en hoteles y restaurantes.

Es por esta razón que surge una investigación sobre la actividad turística en la zona con el fin de plantear una propuesta de negocio turístico cultural para fortalecer la actividad turística en la zona.

La comuna de Puchuncaví se puede dividir en dos sectores, el sector industrial y el sector turístico; el sector industrial se localiza en el sector norte de la comuna, en las localidades de La Greda y Las Ventanas, mientras que en el sector sur por todo el borde costero desde Horcón a Maitencillo existe una gran variedad de paisaje para el turismo. Spin & Breathe, centro ecológico de preservación y conservación ambiental y cultural se localizará en el sector sur de Horcón, en el borde costero.

4.10 Descripción del Producto y servicio

4.10.1 Marca

El nombre Spin & Breathe es de idioma inglés y en español significa “Girar y Respirar”, los motivos por el cual se eligió este nombre para el centro turístico cultural ambiental fueron:



Imagen N° 3
Fuente: Propia.

- Por su significado, ya que ambas palabras juntas al pronunciarlas dan una impresión de frescura, de limpio y de natural.
- Las dos palabras en conjunto busca reflejar en el cliente que al estar en Spin & Breathe realmente estará en un lugar agradable y será una experiencia diferente, en el cual podrá descansar y estar confortablemente durante sus estadía y disfrutar del entorno.
- Por su fácil y rápida pronunciación.
- Es un nombre estéticamente limpio y visualmente se ve bien.
- Debido a que el centro esta dirigido a extranjeros y turistas chilenos ABC1 y C2 es posible utilizar otro lenguaje que no sea en español.
- Spin & Breathe al ser un nombre corto y fácil de pronunciar es más fácil posicionar la marca.
- Se eligió una hoja como logo debido a que es sencilla, fácil de recordar y forma parte de la naturaleza.

4.10.2 Producto

Spin & Breathe ofrecerá 3 servicios a los clientes, estos servicios están dados por hospedaje, tour y eventos, a continuación se describirá los servicios.

a) Servicio de Hospedaje

El servicio de hospedaje estará dado por 15 eco-alojamiento, que corresponden 10 a cabañas para 6 personas y 5 para 4 personas.

Los eco-alojamientos serán contruidos con materiales tradicionales, en un entorno agreste y campirano, que permitan disfrutar del olor a madera y al mismo tiempo percibir la brisa marina y el aire fresco.

No contarán con servicios de televisión y teléfono para que el cliente logre conservar la tranquilidad en su totalidad. Posee una piscina que se encuentra al medio de los eco-alojamientos y áreas verdes.

El cliente al hospedarse en Spin & Breathe podrá disfrutar de todas la instalaciones del centro, las instalaciones corresponden a Spa, piscina, Multicancha, áreas verdes y miradores, y el servicio de restaurante.

El check in se realizará a las 12.00 am de la mañana y el check out será a las 12 am del otro día.

b) Tours

Spin & Breathe también tendrá dos servicios, los cuales tienen un precio aparte del hospedaje y se les ofrecerá al cliente al momento de registrarse. Estos servicios estarán dados por dos tours, los que se describirán a continuación:

b.1) Tour 1: Paseo a Acantilados y Playa Quirilluca

Tiene como finalidad conocer esta reserva natural y disfrutar en todo su esplendor el paisaje nativo. El recorrido se realizará en caballo, tiene una duración aproximada de 2 horas y se realizará con un mínimo de 2 personas y un máximo de 5 personas. En temporada alta se realizarán 3 tour por día

Fundamentación del Tour

Los paisajes que nos otorgan este sitio son de un altísimo valor tanto espiritual como estético. Tal como hoy nosotros disfrutamos de ellos, con seguridad también lo hicieron los antiguos seres humanos que lo recorrían, dejando como vestigios de tiempos pasados cerámicos y conchales.

Las suaves formas de los acantilados son el producto de miles de años de erosión, donde el fuerte viento, la brisa marina y el oleaje incesante han moldeado sinuosas siluetas y caprichosas formas. Ocupadas hoy por multitudes de seres vivos y otros tantos seres que se encuentran fosilizados entre las capas de sedimentos.

La altura cercana a los 80 metros de estos acantilados, brindan al observador una perspectiva singular. Al horario del atardecer se puede observar una multitud de colores, en tonos violetas y anaranjados, siendo un verdadero deleite a la vista.



Imágenes N° 4,5 y 6
Quirilluca.

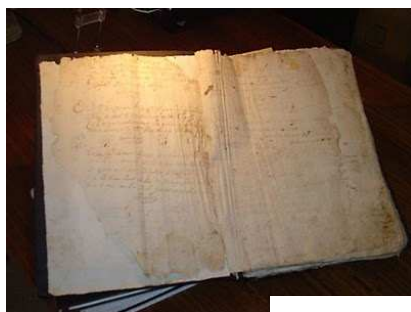
Fuente: Grupo Ecológico Chinchimén.

b.2) Tour 2: Encuentro con el pasado

Es un circuito que tiene como finalidad mostrar al turista la historia de la comuna de Puchuncaví, los hallazgos arqueológicos y paleontológicos. Este tour se realizará 1 por día, tiene una capacidad para 15 personas y una duración aproximada de 4 horas y los lugares a visitar son:

- Parroquia Nuestra Señora del Rosario y monumento José General Velásquez en la localidad de Puchuncaví:

Entre los mayores atractivos históricos de Puchuncaví cabe destacar su antigua parroquia, Nuestra Señora del Rosario construida hace más de 300 años y donde se conserva un valioso archivo de la localidad. Nació como “misión el 8 de diciembre de 1691 creada por el Capellán de Guerra en la independencia de Chile, Presbítero Juan Manuel Benavides y Mújica, luego ascendió a “Doctrina de Indios” a mediados de 1700 y solo el año 1809, mediante decreto del arzobispado de Santiago, fue constituida como “Parroquia”.



Imágenes N° 7,8
Comuna de Puchuncaví.
Fuente: Municipalidad de Puchuncaví.

- Piedras Tacitas en la localidad de El Rincón

En las proximidades del centro del pueblo de Puchuncaví, por el actual camino que lleva a la localidad de El Rincón, en el sector de la Quebrada de las Culebras, dentro de uno de los potreros de un antiguo habitante del pueblo Don Alfredo Campos, justo en el medio de 2 afluentes del estero que pasa por el centro del Pueblo además de cruzar por las localidades de “El Paso”, el sector del Cardal proveniente de la antigua localidad de San Antonio y que va a desembocar en las playas de la Bahía de Quintero, donde se encontraron los yacimientos de la cultura El Bato. Ahí se encuentra un promontorio o loma cuyo polígono alcanza las proporciones de una cancha de baby, se separa del plan solo unos 2 o 3 metros de altura y desde donde se logra una Visión panorámica de todo el acceso sur de la comuna de Puchuncaví.

Este lugar, equidistante de las localidades de San Antonio, el Rincón y Puchuncaví, la referencia más cercano es el sector de las raíces, hasta comienzos del siglo XX, estaba el cementerio público y que se hizo para los enfermos de una peste que sacudió en ese tiempo a fines del siglo XIX.

El afluente más cercano a la loma, su orilla la conforma una flora abundante Espinos, Moras, Boldos, Litres, entre otras; El potrero en general ocupado en algún tiempo para la siembra y en la actualidad para dar forraje a los animales de corral equinos y vacunos, contiene en varias partes pequeñas arboledas de bosque nativo.



Imagen N° 9
Piedra Tácita.
Fuente: I. Municipalidad de Puchuncaví.

- La Ventana en la localidad de Las Ventanas

Monumento natural de roca esculpida por la naturaleza y que da origen al nombre de la localidad donde se encuentra. "Las Ventanas".



Imagen N° 10
La ventana.

Fuente: I Municipalidad de Puchuncaví

- Hallazgo Paleontológico de ballenas en la localidad de Los Maitenes

El yacimiento paleontológico de cetáceos azules abarca cinco hectáreas y constituye un incalculable valor científico e histórico, es el más grande descubierto en Chile. El descubrimiento, ubicado a seis kilómetros del mar, corresponde al Plioceno, es decir la quinta época del período Terciario, que abarca desde cinco a dos millones de años en el pasado.



Imágenes N° 11 y12
Encuentro Paleontológico Los Maitenes.
Fuente: Canal 13.

- Museo Histórico y Arqueológico de Quintero

En este museo se pueden encontrar piezas arquitectónicas de la zona de las comunas de Quintero y Puchuncaví, además como la historia de éstas mismas comunas.



Imágenes N° 13 y 14
Museo de Quintero.
Fuente: Museo de Quintero.

c) Eventos

Spin & Breathe ofrecerá servicio de eventos para graduaciones de 4tos medios.

4.11 Estudio de Mercado

Para analizar el estudio de mercado, se llevará a cabo una investigación sobre la oferta y la demanda de la comuna de Puchuncaví. En base a una encuesta se determinó el perfil del turista que visita la comuna de Puchuncaví.

4.9.1 Análisis Porter

a) Rivalidad entre Competidores

El grado de rivalidad dentro de los competidores no es muy alta, debido a que existe una demanda insatisfecha en relación al alojamiento e infraestructura turística en la comuna de Puchuncaví, además que Spin & Breathe, es una empresa destinada a la acogida de los visitantes que desean pasar un tiempo disfrutando del entorno natural y alejados del agotador ritmo de vida de la ciudad. Pese a que existen pocas empresas en este sector es importante ofrecer nuevos servicios y mejorar en la atención al cliente, con el fin de que la estancia sea lo más agradable posible, y que el número de clientes se incremente con el tiempo. La ubicación es un factor importante. Pueden utilizarse publicidad en algunos para su difusión y posicionar el negocio. El objetivo es que el cliente se sienta bien y repita su estancia con cierta asiduidad.

b) Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores

El Spin & Breathe se inserta en un mercado duopolio debido a que existen dos competidores “Hotel Marbella Resort” y “Resort Club El Tebo” ya que se asemejan a las características de este, en infraestructura, al público objetivo a quienes está dirigido sus servicios, precio y su ubicación con vista al mar. La comuna de Puchuncaví recibe en promedio anual 49.162 ¹⁷ visitantes, 33.874 (69%) de estos pernoctan en alojamientos turísticos pertenecientes a la comuna, mientras tanto 15.288 visitantes (31%), primordialmente extranjeros pernoctan en moteles por motivos vacacionales. Al observar dichas cifras se analiza que dentro del mercado hay muchos demandantes y pocos oferentes.

Las barreras de entrada, más que las posibles reacciones de empresas ya existentes, son las altas necesidades de capital. La creación de este tipo de empresas es muy costosa y conlleva una enorme inversión. Desde la compra de terrenos hasta la construcción de instalaciones, personal, diferentes servicios, etc. Para crear y mantener esta empresa es necesaria la posesión de un alto nivel de capital. El resto de barreras de entrada tiene su influencia, aunque sensiblemente menor.

¹⁷ Nota: dato 49.162 turistas fue sacado por el promedio de pernoctaciones anuales desde el 2004 al 2008 en alojamientos turísticos en la comuna de Puchuncaví, mas la suma del promedio de las pernoctaciones desde el año 2004 al 2008 en moteles pertenecientes de la comuna de Puchuncaví. Los datos fueron obtenidos del Informe Estadísticas de Alojamiento Turístico Según Comunas del año 2004 al 2008.

c) Amenaza de servicios Sustitutos

Ante la posible aparición de empresas que ofrezcan servicios sustitutivos, el Centro de Centro Ecológico de Preservación y Conservación Ambiental y Cultural tiene que defenderse. La aparición de este tipo de empresas en una realidad, debido a que en la comuna de Puchuncaví esta existiendo el interés de inversionistas privados en el mercado del turismo, mayoritariamente son personas externas a la comuna que traen nuevas ideas para aplicarlas en la zona.

Dentro de estas empresas se encuentran los complejos turísticos con servicios de calidad como los hoteles resort, debido a que sus servicios y productos se dirigen al mismo público que Spin & Breathe, lo que puede llegar a reducir una rentabilidad.

Para conseguir atraer clientes y no perderlos, la empresa deberá ofrecer determinados servicios que la competencia no pueda ofrecer. Una serie de innovaciones que ayuden a aumentar el nivel: mayor disponibilidad del producto y/o servicio, mejorar la calidad del servicio, mayor número de servicios, contacto con el cliente, etc. Spin & Breathe, ofrece a los clientes, además de hospedarse, acceder a determinadas actividades, ligadas a la naturaleza y la cultura local. Además de poseer staff de ventas de souvenirs y otros donde el cliente podrá adquirir determinados productos de la zona.

d) Poder de Negociación con los Clientes

Los clientes actúan para bajar precios, aumentar la calidad del servicio y/o producto y exigir mayores prestaciones.

El servicio de Spin & Breathe está destinado a personas que sientan cierta afición al descanso, a la naturaleza a conocer culturas, tradiciones. Las empresas de este sector están diferenciadas. No todas las empresas ofrecen los mismos servicios y las mismas prestaciones. El precio de los servicios influirá, pero también la fidelidad de muchos clientes, lo que dejará a un lado en la mente de los clientes la fijación por los precios.

e) Poder de Negociación con los Proveedores

El poder de los proveedores no será determinante, debido a que siempre se buscará un balance entre el precio y calidad. Si a la empresa no le convencen las prestaciones de un determinado proveedor, podrá cambiar sin dificultades.

4.11.2 Análisis de los Competidores

La comuna de Puchuncaví por sus atractivos turísticos ha llevado a privados a invertir en infraestructura turística como lo son los alojamientos (Resort, hoteles, residenciales, cabañas, entre otras), restaurantes, paseos, inmobiliarias, entre otras, para satisfacer la demanda de visitantes.

El Spin & Breathe, es un centro ecológico de preservación y conservación ambiental y cultural único en la comuna de Puchuncaví, debido a que su oferta encierra un clouster turístico y tiene como fin satisfacer al visitante con los servicios que necesita dentro de un solo lugar con un distintivo que el visitante estará conectado a la naturaleza y a la cultura comunal.

a) Competencia Directa

Competencia directa esta dada por negocios que prestan servicios turísticos y apuntan al mismo segmento de clientes, la comuna de Puchuncaví cuenta con dos hoteles que son los más importantes dentro de la comuna y con la mejor infraestructura turística.

Las estrategias de marketing para la difusión utilizadas por ambas empresas se pueden aplicar al Spin & Breathe, debido a que ambos negocios apuntan al mismo segmento del mercado. La capacidad de hospedaje de éstos en los meses de temporada alta tienen una elevada demanda y de por sí, no tienen disponibilidad. Los precios establecidos por ambas empresas sirven de margen y referencia para fijar los precios por el servicio para el centro ecológico de preservación y conservación ambiental y cultural. A continuación se describe brevemente sus estrategias de marketing y precio e infraestructura:

b.1) Hotel Marbella Resort

Marbella Resort es el único complejo turístico de estas características y a tan solo 90 minutos de Santiago. Se encuentra enmarcado en un terreno de más de 270 hectáreas de naturaleza, bosques y vegetación, con acceso a una excelente cancha de golf. Combina las dos características más deseadas: un lugar espectacular para descansar y relajarse, y va la vez con múltiples actividades y panoramas de entretenimiento. Cuenta con un Hotel 5 estrellas que esta aislado de grandes afluencias de público. Esta característica le entrega a marbella una seguridad y tranquilidad que es vital para tener un descanso completo y sin preocupaciones.

El público al que esta dirigido es al segmento ABC1 chilenos y extranjeros, los precios en temporada alta por habitaciones varían desde los \$120.000 pesos a los \$350.000 según la suite. Tiene una gran afluencia de público primordialmente los fines de semana, posee 46 habitaciones en total. En temporada baja el resort centra sus actividades en realizar convenciones, eventos, etc.

La difusión del resort es a través de su página web, trípticos, páginas publicitarias nacionales e internacionales relacionadas a alojamientos turísticos, canje, entre otras, con el fin de captar clientes.

b.2) Resort Club del Tebo

Ubicado junto a la playa del mismo nombre. En un entorno rústico muy tranquilo, que respeta la naturaleza, ofrece servicios de primera calidad”, cuenta con un sector de camping, piscina, multicancha, gimnasio, sauna y más. También hay cabañas de estilo polinésico, enclavadas en los lomajes de la playa El Tebo.

Posee un restaurante al aire libre con su cocina mediterránea, ofrece servicios de “La talasoterapia”, que son baños de mar caliente, agua que tiene las mismas propiedades del plasma sanguíneo y sobre 45° abre los poros, vota las toxinas y deja entrar los oligoelementos marinos. También hay baños de vapor con aromaterapia, que son depuradores de la sangre, y varios masajes como stone con piedras calientes, kata kala con los pies, shiatsu, tibetano, ayurvédico y otros. Todos se hacen al aire libre y frente al mar, pues este aire tiene iones negativos y positivos que ayudan a un mejor restablecimiento de la salud”.

Al público que apunta es al turista extranjero y su funcionamiento es primordialmente son los meses de diciembre a febrero.

La estrategia de Marketing que adopta esta empresa para captar sus clientes es cautelosa, debido a que los clientes son atraídos al lugar en los inviernos en los centros de ski del país. La promoción y difusión utilizada es por trípticos y su página web en donde dan a enseñar los servicios ofrecidos al cliente, cabe destacar que no se adhieren para publicitar sus servicios a cualquier medio publicitario. El valor por cabaña no varía mucho de temporada baja a alta y los precios van desde los \$70.000 a los \$180.000 pesos por día, el precio asignado depende del día de la semana que se desee ocupar, primordialmente los viernes, sábado y domingo el valor es más alto también los fin de semana largos y festivos, todos los servicios que presta el resort tienen un valor único y son cobrados aparte del alojamiento y además de la comida. En temporada alta no hay disponibilidad de alojamientos, se encuentra todo ocupado.

b) Competencia Indirecta

La Competencia indirecta de Spin & Breathe, esta dada en este negocio de las cabañas, hostales, residenciales, hoteles, apart hotel, camping, que estén ubicados en el sector costero de la comuna de Puchuncaví, debido a que ofrecen el servicio de alojamiento turístico y de por sí una vista al mar. Los precios establecidos por estos negocios son más bajos, ya que carecen de servicios e infraestructura turística.

Dentro de la comuna de Puchuncaví existen en total 46 cabañas en las localidades de Horcón y Maitencillo; 2 camping; 1 hostel; 3 hoteles; 2 apart hotel, 1 residencial.

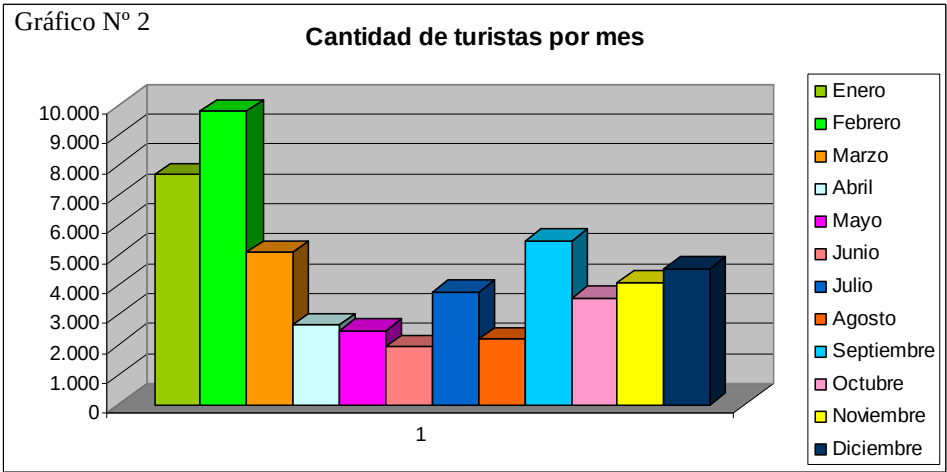
c) Competencia Potencial

La competencia potencial para Spin & Breathe esta dada por la misma competencia indirecta, ya que estas empresas turísticas podrían aumentar la gama de productos y servicios turísticos, además de su infraestructura.

No existen posibles proyectos turísticos dentro de los 5 años a futuro relacionados con infraestructura turística.

4.11.3 Análisis de la Demanda Turística en Puchuncaví

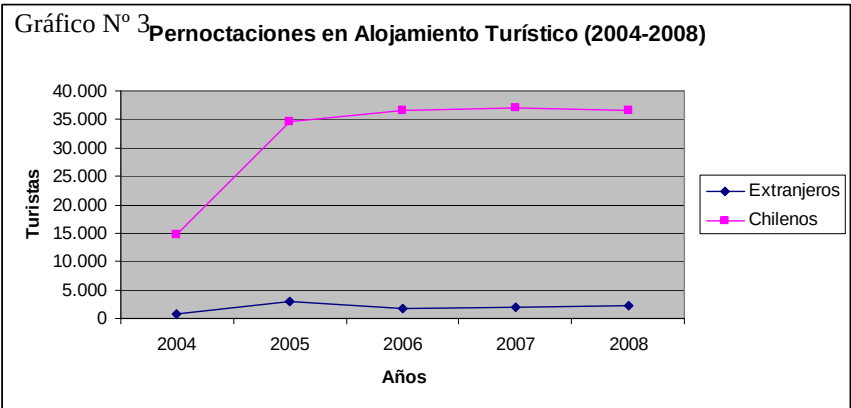
Según el informe de SERNATUR, en su informe de Estadísticas de Alojamientos Turísticos (EAT) por comunas del año 2008, la comuna de Puchuncaví atrae un público mayoritariamente en los meses de enero a marzo en donde en promedio la demanda corresponde a 7.508 visitantes por mes, luego le sigue el mes de septiembre en donde las visitas llegan a los 5.463 personas, los meses de noviembre y diciembre la afluencia de público es de un promedio de 4.299 personas, y finalmente está el mes de julio en donde la comuna alberga cerca de 3.774 visitantes . Los datos entregados se pueden visualizar en la gráfico que esta a continuación.



Fuente: SENATUR, Estadísticas de Alojamiento Turístico (EAT) por Comunas.

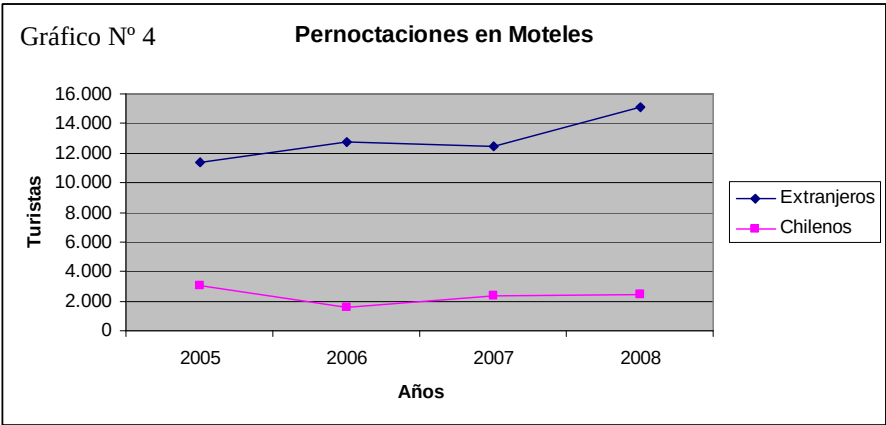
El tipo de visitantes que predomina en la comuna se deben primordialmente a chilenos pertenecientes a los estratos socioeconómicos ABC1 principalmente en la localidad de Maitencillo, C2, C3 predomina en el sector Las Ventanas, debido a que este último su oferta corresponde a precios mas bajos.

En el gráfico N° 6 se observa la variación que ha tenido desde los años 2004 al 2008 correspondientes a los visitantes anuales, en donde se aprecia que la cantidad de turistas interesados en visitar la comuna de Puchuncaví asciende notoriamente desde el año 2004 al 2005, manteniendo el ascenso del 2005 al 2008.



Fuente: SENATUR, Estadísticas de Alojamiento Turístico (EAT) por Comunas.

Un dato curioso es el comportamiento del turista extranjero, debido a la escasez de alojamientos turísticos, el turista opta por alojarse en los moteles, según Carlos Manzo jefe de turismo en la I. Municipalidad de Puchuncaví, *el turista extranjero especialmente los europeos y Norteamericanos opta por este tipo de alojamientos debido a que en su cultura los moteles son espacios de alojamientos, concepto muy diferente a la cultura chilena, puesto que son para parejas*. Los moteles ofrecen los servicios básicos para quien hospeda, pero no cuenta con la infraestructura turística y su valor es en promedio de \$10.000 pesos. En el siguiente gráfico se aprecia la demanda de turistas en moteles en la comuna de Puchuncaví.

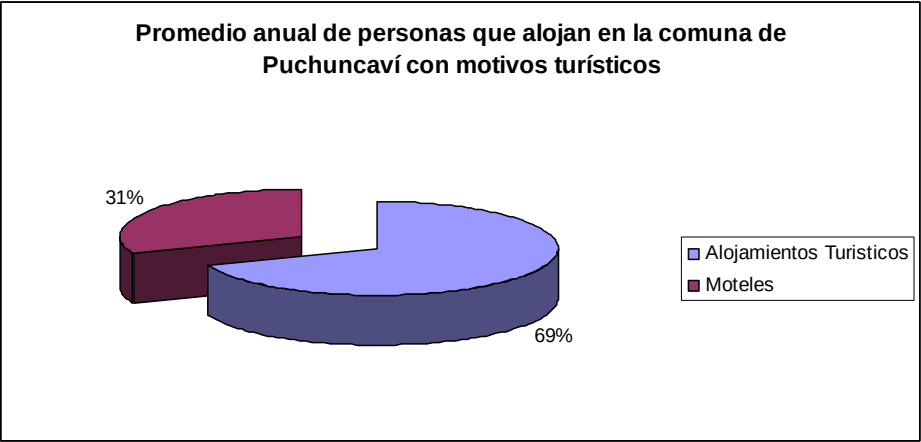


Fuente: SENATUR, Estadísticas de Alojamiento Turístico (EAT) por Comunas.

Según lo señalado se puede concluir que tan sólo existen en la comuna de Puchuncaví 57 alojamientos turísticos, 2 de estos corresponden a resorts y 55 a cabañas, apart hotel, camping, hoteles, residenciales, entre otros. Los 57 alojamientos turísticos en promedio anual¹⁸ albergan

¹⁸ Nota: El promedio corresponde a las cifras obtenidas de pernотaciones en alojamientos turísticos por comuna totales anuales entre los años 2004 al 2008, obtenidas del Sernatur.

33.874 visitantes de las cuales 9.696 son extranjeros y 31.935 chilenos provenientes principalmente de la Región Metropolitana de las comunas de Providencia, Las Condes, Lo Barnechea, Vitacura, entre otras. Sin embargo existen en promedio 15.288 visitantes que pernoctan en moteles¹⁹ correspondientes 12.927 a extranjeros y 2.361 a chilenos. En porcentaje ambos datos se puede traducir que el 69% de los turistas que visitan la comuna de Puchuncaví durante el año se hospedan en alojamientos turísticos, mientras tanto el 31% se aloja en moteles. A continuación se presenta el gráfico con los siguientes datos:



En el gráfico anterior se puede apreciar un porcentaje importante de visitantes que se alojan en moteles, primordialmente corresponden a extranjeros. El altísimo porcentaje se puede dar por dos factores:

- Falta de Infraestructura turística
- Cultura del extranjero

Cómo se señaló en la encuesta PLADECO 2009 aplicada a los habitantes de la comuna En percepción del turismo según los encuestados consideraron en relación en que si la comuna de Puchuncaví es una comuna turística un 76,8% (971 personas) estuvieron de acuerdo; mientras que un 16,7% (211 personas) consideran que no, y con respecto de si la comuna está preparada para recibir turistas el total de personas, un 46,9% (593 personas) manifestaron que sí; mientras que un 41,5% dijeron que no, fundamentando sus respuestas en la falta de alojamientos y carencia de servicios turísticos. A si mismo entre los comentarios y sugerencias aplicados a 600 visitantes en el periodo de verano del 2009 unas de las principales comentarios fue la falta de infraestructura turística en la zona y el proporcionar a los artesanos cursos de capacitación en el ámbito turístico.

¹⁹ Nota: El promedio corresponde a las cifras obtenidas de pernoctaciones en alojamientos turísticos por comuna totales anuales entre los años 2005 al 2008, obtenidas del Sernatur.

Estas dos afirmaciones corroboran que hay escasez de infraestructura turística en la comuna de Puchuncaví y que no cubre la demanda total de turistas que visitan la comuna de Puchuncaví.

4.11.4 Mercado Potencial

El mercado potencial esta dado por el segmento ABC1 proveniente de la región Metropolitana equivalente al 10% de la población, lo que corresponde a 606.119 personas, según el último CENSO del 2002, además de los turistas extranjeros en promedio²⁰ que llegan a la comuna de Puchuncaví que equivalen al 21.921 personas extranjeras anuales.

4.11.5 Mercado Objetivo o Target

El mercado objetivo será abarcar el 2,1% del total de la población ABC1 de la Región Metropolitana y el promedio de turistas extranjeros que llegan y pernoctan en la comuna de Puchuncaví, durante los 5 años de vida del proyecto.

4.11.6 Perfil del turista Extranjero que visita Chile

El turista internacional según se interesa por el turismo de intereses especiales (TIE) hace referencia a aquellas actividades con valor agregado. Es decir aquellas que son una experiencia más que un simple paseo por algún bonito lugar del país, por ejemplo el turismo urbano, rural o agrícola, conocimientos gastronómicos, arqueológicos, culturales o astronómicos.

Busca centrar un destino y ligarlo a una actividad específica del turista, como por ejemplo la nieve y deportes acuáticos en la zona de La Araucanía andina y sus lagos, el turismo ligado a la naturaleza en la zona de la Patagonia y las Torres del Paine, o el rescate de tradiciones históricas y patrimoniales en destinos como el Altiplano o la Pampa. Con el TIE se intenta aumentar el número de ofertas más sofisticadas y que involucran mayor gasto del turista, sin dañar el ambiente.

Este tipo de actividades atraen a un 70% de los extranjeros que ingresan a Chile, quienes son de alto poder adquisitivo y llegan en busca de nuevas experiencias y de conocer la cultura y el alma del país, además de los recursos naturales.

A continuación se muestra una tabla del gasto promedio por turista extranjero dependiendo del país de residencia.

²⁰ Nota: Promedio fue sacado de los periodos 2004-2008 de las llegadas y pernoctaciones de turistas extranjeros

País de Residencia	Gasto individual durante su estadía (US)	Permanencia Promedio
Argentina	242	11
Brasil	892	12
Inglaterra	1.110	20
Francia	1.140	22
Alemania	843	23
España	983	26
Estados Unidos	1.074	17
Asia	1.174	13

Cuadro N° 3
Fuente: Sernatur.

4.11.7 Perfil del Turista Chiler...

El comportamiento del turista interno según una investigación de mercados realizada por la empresa Adimark- GFK²¹ denominada “Estudio Comportamiento Turismo Interno 2008”, para el Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR realizada en el año 2008 señala que el comportamiento del turista nacional tiene como destinos preferidos del país a la Región de Valparaíso con un 29.6% según la encuesta aplicada²².

Según los resultados de la encuesta las personas que se hospedan por lo menos una noche en el país con motivos de vacaciones, el índice más alto fue arrojado en la región metropolitana con un 59,6% y la segmentación mayoritaria que tiende a costear un servicio de alojamiento corresponde al segmento ABC1 con un 70%. El 37,1% de las personas que pertenecen a la región Metropolitana preferentemente viaja a la Región de Valparaíso por motivos vacacionales, pernoctando en promedio 15 días.

En promedio el turista ABC1 gasta \$393.600 pesos en sus vacaciones dentro de la Región de Valparaíso.

Los turistas que visitan la Región de Valparaíso es por la atracción de los lugares de la región y por el interés de realizar actividades ligadas a la playa, preferentemente busca el turismo de sol y playa y el descanso y en segunda opción deleitarse con la gastronomía.

Preferentemente la locomoción del turista es en automóvil particular en un 53,2%.

²¹ Adimark- GFK es una empresa especializada en Investigación de Mercados. Presta servicios a las más importantes empresas, nacionales e internacionales, que operan en la región, organismos públicos, empresas del Estado e incluso los gobiernos.

²² La muestra fue tomada a un total de 2.009 hombres y mujeres equitativamente, de la II Región de Antofagasta, V Región de Valparaíso, VIII Región del Bio Bio, Región Metropolitana y otras regiones, a los segmentos socioeconómicos ABC1, C2, C3, D y otras.

4.11.8 Perfil del Turista de Puchuncaví

Los turistas que visitan la Comuna de Puchuncaví son de la Zona Centro, específicamente de los interiores de la V región y región Metropolitana, según lo representado en una encuesta realizada a 400 turistas en los meses de enero y febrero del 2009, de los cuales 352 entrevistados son de la zona centro lo que equivale a un 92% lo que representa que la mayoría de los turistas visitan principalmente la Comuna por la cercanía de su residencia.

El principal motivo de viaje de estos turistas son sus vacaciones, donde ellos disfrutan y utilizan todos los servicios turísticos que le ofrece la comuna, representado en el 75% de los encuestados.

La mayor parte de los turistas con un 53%, visitan la comuna por haber estado anteriormente en esta, siguiendo con aquellos turistas que visitan la comuna porque sus amigos, conocidos o familiares le recomendaron, esto es muy importante ya que deja claro que es un destino turístico recomendado.

Las familias generalmente se quedan en distintos hospedajes principalmente en cabañas o casas arrendadas y la mayoría de las veces los turistas almuerzan por su propia cuenta y preparan ellos mismos.

Los visitantes que recibe las localidades son de diferentes estratos socioeconómicos, en la localidad de Maitencillo es posible encontrar al ABC1 y extranjero y en Horcón el estrato es de ABC1 y C2 y extranjero.

El medio de transporte utilizado es el automóvil particular según los encuestados, en un 60%.

Según 400 entrevistados en las localidades de Maitencillo y Horcón se connota que su gasto diario es elevado, según lo refleja en el gráfico a continuación y existe una demanda que esta dispuesto a pagar por un servicio completo de infraestructura turística.

4.11.8 Perfil del Cliente de Spin & Breathe y Público Objetivo

El cliente de Spin & Breathe debe de poseer las siguientes características:

- Turista chileno o extranjero.
- Hombre o mujer
- Poder adquisitivo para costear los servicios ofrecidos por Spin & Breathe.
- Interesado en descansar, ser amante del paisaje natural.

4.12 Plan de Marketing

Para definir las estrategias de Marketing para penetrar en el mercado meta señalado se analizarán las 4P además de las estrategias del negocio y un plan de proyecciones de venta a 5 años.

4.12.1 Producto

Spin & Breathe a través de los servicios ofrecidos desea brindarle al cliente una satisfacción, comodidad, y un servicio completo para ser su estadía mas grata. Es por esta razón que el servicio de alojamiento se compondrá de muchos servicios por el mismo precio del hospedaje y también ofrecerá servicios para la recreación.

El cliente que se hospede en Spin & Breathe podrá hacer uso de las siguientes instalaciones:

a) Spa de Bienestar (wellness centers)

Estará compuesto de una piscina temperada, dos cabinas de sauna y un salón de masajes. Se entregarán servicios relacionados a la salud mental. Tiene como fin hacer pasar al cliente momentos inolvidables para renovar toda esa energía que se va perdiendo con el estrés de las obligaciones diarias.

Las cabinas de saunas serán secas y estarán hechas con doble panel de madera en pino. Es fundamental el sauna seco debido a que esta comprobado que ayuda en la lucha contra el stress, insomnios, estados de angustia y ayuda a la limpieza de la piel.

b) Restaurante

El restaurante cuenta con una vista inigualable a la bahía de Horcón. La especialidad de este será enfocada principalmente a la comida tradicional de Chile y las costumbres campestres de los habitantes de la comuna de Puchuncaví. Entre las comidas se puede mencionar el pastel de choclo, humitas, cazuelas y otros. Incluirá 4 buffet por persona diarios.

c) Staff comerciales

Son ocho staff que tienen como fin vender productos relacionados a artesanía. Estos staff serán arrendados a artesanos de la zona.

d) Otros servicios

Multicancha, paseos, juegos infantiles, piscina, áreas verdes, paisaje, vista al mar y cercanía a las playas de Los Tebos, La Luna, Quirilluca, entre otras.

También ofrecerás servicios con un precio diferente al del alojamiento correspondiente a los circuitos y bar.

4.12.2 Precio

Los precios de los servicios se estimaran a través de la “fijación de precios por tasa vigente”, es decir se baso en los precios de sus competidores para establecer los precios de Spin & Breathe.

Los precios fijados por Spin & Breathe en sí son más bajos que la competencia y entregan un paquete turístico a diferencia de la competencia que cobra por todos sus servicios de una forma individual.

La estrategia de pocionamiento será a través de precio /calidad; es decir entregar los mismos servicios de la competencia pero todo por un precio además de entregar nuevas alternativas para su recreación como lo son los circuitos.

Spin & Breathe ofrecerá servicios de hospedaje y tours. Los servicios de hospedajes en relación a la competencia contarán con los servicios de restauración incluidos, en donde el cliente podrá deleitarse con los cuatro buffet ofrecidos durante el día. Los servicios que tendrán un costo diferenciados al del alojamiento son bar, bebidas, vinos y tours.

Los precios de los servicios variaran según la temporada, ya sea alta o baja. Sin embargo los precios de los tour se mantendrán durante ambas temporadas, serán fijos.

a) Alojamientos

Los precios de alojamiento incluirán los servicios de restaurante que contempla 4 buffet correspondientes a desayuno, almuerzo, onces y cena, además podrá hacer uso de las instalaciones de Spa, jardines, piscinas, en general todo lo que este dentro del centro. Los 4 buffet ofrecidos tienen un precio de \$20.000 pesos y esta aplicado el 70% de margen de contribución.

Los precios se dividen en temporada alta, temporada baja y festivos y feriados, los precios son fijados por día. En temporada alta el costo por persona es de \$60.000 pesos, en temporada baja los costes son de \$40.000 pesos por persona y los días festivos y feriados tienen un coste de \$50.000 pesos por persona y los precios por cabaña se muestran a continuación:

	Temporada Alta	Temporada Baja	Festivos y Feriados
Cabañas 6 personas	360.000	270.000	300.000
Cabañas 4 personas	240.000	180.000	200.000

Cabe destacar que los precios son más bajos que los de la competencia, debido a que a los precios generales de alojamiento además de les incluye el servicio de restauración completo. Al tener precios más bajos que la competencia es más fácil penetrar en el mercado y captar los clientes.

b) Bar

El bar del Hotel contará con una amplia gama de tragos. Los precios²³ están fijados con un margen del 70% y se estimaron de acorde a la competencia, esto hace que el cliente no note la diferencia de los precios con la competencia.

c) Tour

Se ofrecerán dos tipos de tour, los precios de los tour fueron fijados según los cotos fijos y variables y el valor histórico y cultural que posee cada uno. Los márgenes de contribución aplicados son sobre el 65%.

Los precios de los tour serán únicos para todas las temporadas y todos los días del año.

Tours		Precio por persona
Paseo a Acantilados y Playa Quirilluca		21.500
Encuentro con el pasado		30.000

d) Eventos

El precio de los eventos se obtuvo por un estimado número de personas, debido a que los costos involucrados dependen del gusto del cliente, del tamaño del evento y cantidad de personas. El precio fue obtenido según el precio de referencia de otros centros, hoteles y salones de eventos que realizan estos eventos.

El valor promedio por persona es de \$30.000 pesos, incluye servicio de garzones, bar abierto, menú y lugar.

Staff los staff serán arrendados a agrupaciones o agrupaciones de artesanías de la comuna de Puchuncaví. Los precios en temporada alta serán de \$200.000 pesos mensuales, y en temporada baja a \$100.000 pesos mensuales.

²³ Se puede ver el detalle los tragos ofrecidos por el bar y sus costes y precios en el anexo...

4.12.3 Plaza o distribución

a) Canal de Distribución

Para la distribución de los servicios se empleará el siguiente canal:

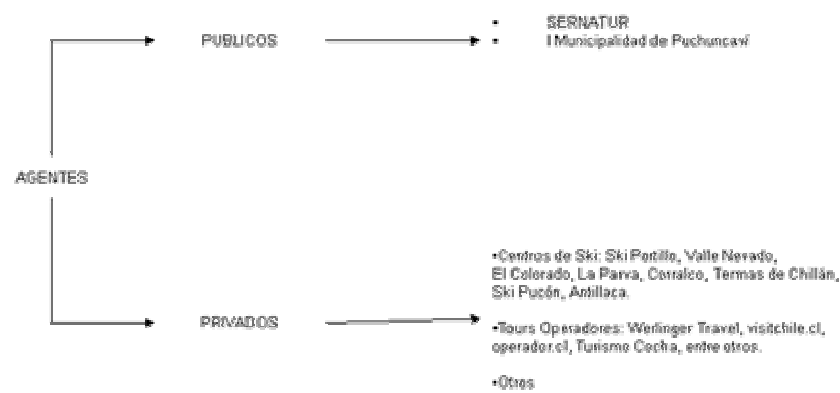


a.1) Producto

Spin & Breathe se enfoca primordialmente al servicio de hospedaje.

a.2) Agente

Los agentes cumplirán un rol muy importante dentro de distribución de los servicios, debido a que estarán en contacto con el cliente directo. Se encargarán de informar y promocionar los servicios y captarán a los posibles turistas. Los agentes se dividirán en privados y públicos, los primeros tienen por objetivo captar los turistas extranjeros y también a los turistas chilenos, debido a que el servicio de Spin & Breathe es exclusivo se debe escoger los mejores operadores de servicios turísticos, en el cuadro a continuación se visualiza estos agentes.



Cuadro N° 4
Fuente: Elaboración Propia

a.3) Consumidor o cliente

Los consumidores de Spin & Breathe, estarán dados por los:

- Personas que estén dispuestos a pagar más de \$50.000 pesos por día con motivos vacacionales, descanso u ocio.
- Extranjeros que visiten la Comuna de Puchuncaví o Chile con motivos de conocer y recorrer, vacacionales, descanso u ocio.

a) La cobertura del canal de distribución

La cobertura del canal de distribución pretende abarcar en menor grado a todo el territorio nacional y primordialmente a la región metropolitana en las comunas de Vitacura, Las Condes, Lo Barnechea y Providencia, debido a que según lo arrojado en la encuesta realizada e de mercado el mayor flujo de visitantes que visita la comuna de Puchuncaví habita en esas comunas, además de sitios web con cobertura internacional para captar el turista extranjero que visita Chile provenientes de Latinoamérica, Europa, Estados Unidos, entre otros.

b) Cobertura de la Comercialización

La cobertura de comercialización de los servicios ofrecidos por Spin & Breathe, con los agentes turísticos será con agentes que tengan oficinas dentro del territorio nacional y que su alcance sea hacia el extranjero, asimismo también los agentes o intermediarios serán selectivos con el fin de poder captar el público objetivo esperado.

El centro de preservación y conservación ambiental y cultural contará con un relacionador público, quien será el encargado de buscar los intermediarios para ofrecer los servicios, dentro del área nacional. Geográficamente los intermediarios se ubican en la región metropolitana, y los centros de ski que se localizan en el sector cordillerano.

4.12.4 Promoción y Comunicación

Los medios que se utilizarán para la promoción de los servicios turísticos ofrecidos serán exhibidos a través de publicidad. El tipo de publicidad que se pretende ocupar es a través de:

a) Sitio Web

El sitio web tiene como finalidad, mostrar la institución, la misión, visión, grupo de trabajo, además de mostrar los servicios ofrecidos por el Centro con una galería de imágenes, será de vital importancia dar a conocer los precios y promociones en esta. El sitio web será en dos idiomas, español e inglés. También contará con un correo electrónico de contacto, incluirá mapa con la ubicación física del centro de preservación y conservación ambiental y cultural para guiar al cliente, además de datos como teléfono, fax, entre otros.

b) Trípticos

Tiene como finalidad mostrar los servicios que ofrece el Centro, junto con sus atractivos. Los trípticos serán puestos en puntos específicos donde se concentra la demanda de turistas extranjeros. Los puntos específicos corresponden a centros de ski, agencias de viaje, SERNATUR, I. Municipalidad de Puchuncaví, entre otras.

c) Revistas relacionadas al turismo

El periódico el Mercurio es uno de los más comprados en Chile por los segmentos socioeconómicos de clase media alta y alta los fines de semana. Es por este motivo que se pretende publicitar en sus dos revistas que corresponden a los días sábado y domingo.

- Revista sábado
- Revista Domingo de el Mercurio,

d) Web Site

Adwords: es un servicio ofrecido por google para promocionar empresas y sus servicios.
Operador.cl: es un servicio para publicitar los servicios turísticos correspondientes a todo Chile.

e) Agencias de Viajes y Operadores

Además de interactuar como intermediario, tiene como objetivo promocionar los servicios turísticos ofrecidos por el Centro, con el fin de captar al cliente. Se desea establecer 3 empresas de tour operadores para la promoción de los servicios turísticos y estas deben de ser seleccionadas según al público objetivo del centro.

f) Costos de la Publicidad

Se estima un total de \$40.000.000 anuales en publicidad en medios selectos.

Publicidad*	Mensual	Inversión Inicial	Año 1	Año 2 y años sgtes
Revista Sábado y Domingo del "El Mercurio"	\$ 4.037.554	\$ 24.225.324	\$ 24.225.324	\$ 24.225.324
Barner en Web Site	\$ 200.000		\$ 9.600.000	\$ 9.600.000
Diseño Página Web y puesta en Marcha		\$ 300.000		
Tripticos			\$ 438.000	\$ 438.000
Diseño Tripticos, Barner, y otros.		\$ 300.000	\$ -	\$ -
Mantenición Página Web			\$ 720.000	\$ 240.000
Otras		\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Total		\$ 28.825.324	\$ 38.983.324	\$ 38.503.324
* Los valores son referenciales y pueden estar sujetos negociaciones y cambios				

g) Costo Beneficio de la Publicidad

El costo que se destinará a publicidad debe de ser elevado porque se quiere vender los servicios ofrecidos, y esto se logra mediante un buen anuncio con un mensaje directo dirigido a una audiencia, en un buen lugar que tenga como primera medida una audiencia numerosa, debido a que los servicios que ofrece el centro de preservación y conservación ambiental y cultural esta dirigido al público de segmentación alta y extranjeros, es necesario invertir en medios publicitarios chilenos que tengan cobertura tanto nacional como internacional.

Los beneficios que otorga la publicidad son difundir, informar, incentivar al cliente que adquiera el servicio ofrecido.

La publicidad será emitida los meses de diciembre, enero y febrero, debido a la temporada alta, además de los días anteriores de los días antes de semana santa, fiestas patrias, vacaciones de invierno, con el fin de captar posibles clientes.

4.12.5 Estrategias del Servicio

Relación entre Spin & Breathe cultural y clientes

La empresa tiene como principios entregar el mejor servicio al cliente a través de la responsabilidad, dedicación, disciplina, puntualidad, orden y buena actitud, debido a que los servicios entregados por parte de la empresa serán de un alto nivel otorgando confiabilidad, profesionalismo, seguridad, comprensión, comunicación, credibilidad y cortesía al cliente. Por estas razones se debe seleccionar el personal de acuerdo a una entrevista psicológica y de habilidades para que la relación entre empresa y cliente sea lo más transparente y excelente.

a) Servicios de Post- Venta

El servicio de post- venta tiene como finalidad hacer que el cliente se sienta una persona importante para la empresa y tiene como objetivo que el cliente se informe de las promociones y servicios que ofrece el centro de preservación y conservación ambiental y cultural durante el año. Para los servicios de post- venta se establecerá una base de datos de los clientes que visiten el lugar con los nombres completos, fechas de nacimientos, direcciones de correo electrónico, dirección postal, teléfono fijo o celular, entre otros datos que sean fundamentales, se clasificarán en:

- a.1) Promocionales : Se pretenden establecer descuentos especiales, concursos durante el año, promociones de los servicios con el fin de incentivar al cliente. Todo esto se realizará en temporada baja.
- a.2) Psicológicos : Se pueden mencionar servicios como de felicitar al cliente en su cumpleaños y otras fechas especiales como navidad, año nuevo, día de san Valentín, santorales, entre otras.
- b) Relación del personal con los clientes

Debido a que el objetivo fundamental del centro es que el cliente este satisfecho con el servicio general, los profesionales que trabajarán en Spin & Breathe deben de adoptar y aplicar los siguientes roles:

- Hacer que los clientes se sientan personas especiales
- Sea Amable Demuestre interés en ellos
- Cree buenos recuerdos del cliente
- Observe detenidamente a los clientes
- Resuelva las necesidades específicas de cada cliente
- Sea realmente un anfitrión
- Mantenga un trato cordial, amable y entusiasta.

Todo estos roles serán informados al personal de la empresa debido a que es muy importante que el cliente que totalmente satisfecho con todo los servicios que se ofrecen, ya que al tener una buena relación con el cliente permite capturar al cliente en una futura visita.

4.12.6 Proyecciones de Ventas

Las proyecciones de ventas estarán dadas por una estimación de la demanda dentro del margen estimado en el Target.

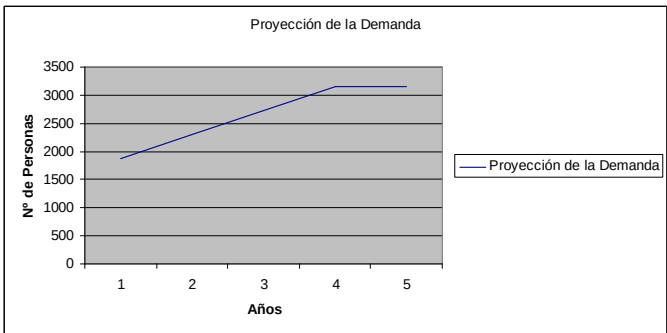


Gráfico N° 2.
Fuente: Elaboración propia.

a) Año 1

Se captará el 0,3% del segmento ABC1 correspondiente a la región metropolitana, equivalente a 1.875 personas anuales, de este total anual se pretende captar el 72% en temporada alta, correspondiente al 15 de diciembre al 15 de marzo; y el 28% a la temporada baja, entre el 16 de marzo al 14 de diciembre.

Además ofrecer el servicio de graduaciones a los colegios particulares y subvencionados de los alrededores de la comuna de Puchuncaví, principalmente ofrecer a los colegios de las comunas de Quintero y Zapallar en total hay 4 establecimientos con semejantes características nombradas anteriormente con un total de ocho 4tos medios, se estimarán dos graduaciones anuales para 160 personas con un precio de \$30.000 pesos por persona.

b) Año 2

Se estima incrementar la demanda en un 18% captando el 1% de los turistas extranjeros que pernoctan en Puchuncaví, es decir 270 personas más que el año 1. En total se pretende captar 2.145 personas anual, correspondiente el 70% a temporada alta a un total de 1500 personas y un 30% a 645 personas en temporada baja. Y además seguir captando 2 graduaciones anuales.

c) Año 3

Se estima incrementar la demanda en un 16%, debido a que se implementará un descuento del 5% por persona durante toda la temporada alta, además de en fiestas patrias se ofrecerá un tour gratis para las personas que se hospeden durante esas fechas. Se pretende incrementar la demanda del grupo ABC1 debido a que en las promociones serán en los periodos de vacaciones del turista chileno y en el mes de la patria. Distribuidos el 70% en temporada alta y el 30% en temporada baja. En total se pretende captar 2720 personas, una diferencia de 425 personas que el año anterior.

Además se pretende seguir captando 2 graduaciones por año.

d) Año 4

Se estima incrementar la demanda en un 14%, debido a que se implementará un descuento del 5% por persona durante toda la temporada alta, además de en fiestas patrias se ofrecerá un tour gratis para las personas que se hospeden durante esas fechas. Se pretende incrementar la demanda del grupo ABC1 debido a que en las promociones serán en los periodos de vacaciones del turista chileno y en el mes de la patria. Distribuidos el 70% en temporada alta y el 30% en

temporada baja. En total se pretende captar 3.145 personas, una diferencia de 425 personas que el año anterior, esta vez se enfoca en incrementar el hospedaje de extranjeros en Spin & Breathe.

Además se pretende seguir captando 2 graduaciones por año.

- e) Año 5: Se estima captar la misma demanda que el año anterior 3.125 personas y seguir con los descuentos por persona de un 5% y en fiestas patrias también seguirá la misma promoción de un tour gratis para las personas que hospeden en esa fecha.

- f) Bar

El bar ofrece una variada cantidad de tragos, cervezas y bebidas.

Se estima en temporada alta vender 10 tragos por noche de cada tipo y para temporada baja 5 de cada variedad de cada tipo, las ventas de temporada baja se han sacado de un total de 12 días que corresponden a semana santa, fiestas patrias y vacaciones de invierno.

- g) Staff: Los arrendamientos de los Staff por su bajo precio de les dará privilegio a las juntas vecinales, agrupaciones de artesanos de la comuna de Puchuncaví.

4.12.7 Análisis FODA

- a) Fortalezas

- Spin & Breathe, tiene fácil acceso a para los clientes.
- Posee una vista extraordinaria al mar del Océano Pacífico y cercanía a las playas La Luna y Los Tebos.
- Cercanía al Pueblo de Horcón.
- A menos de un kilómetro se encuentra acantilado Quirilluca que es el sitio N° 54 eco marino- costero. Esta zona posee una gran cantidad de especies de aves que emigran a la costa de diversos lugares así también como especies vegetales autóctonas. Esta zona tiene además un gran valor espiritual y se puede acceder en un recorrido a caballo.
- La construcción Spin & Breathe, es en base a material muy ligero, que de en sí un aspecto rústico en su diseño.
- Ofrece muchos servicios en un solo lugar.
- Es un proyecto diferente en la comuna de Puchuncaví.

b) Oportunidades

- Escasez de infraestructura turística en la comuna de Puchuncaví, es decir empresas turísticas que presten un servicio completo.
- Carencia de innovación en los servicios y productos turísticos entregados por la oferta.
- Lugar donde se encuentra Spin & Breathe
- Del 100% de los visitantes que pernoctan por motivos vacacionales en la comuna de Puchuncaví, en promedio anual sólo el 69% se hospeda en alojamientos turísticos y el 31% a falta de estos en moteles, esta demanda corresponde primordialmente a extranjeros y origina una demanda insatisfecha.

c) Debilidades

- Contar con personal deficiente, sin conocimiento en el manejo de su área.
- Desorganización, incomunicación entre el mismo personal y del personal hacia los futuros clientes.
- Falta de dinero para implementar el Centro Ecológico de Preservación y Conservación Ambiental y Cultural, en su totalidad.
- Escasa publicidad de los servicios ofrecidos, que no haya comunicación con el posible cliente y no se logre atraer.

d) Amenazas

- La contaminación del complejo industrial Las Ventanas ubicado zona costera del norte de la comuna de Puchuncaví.
- Modificación del plano regulador de la comuna de Puchuncaví, especialmente en los terrenos que se encuentran cerca de la carretera F-30 E, de ser zona agrícola pasarían a ser ayudante de suelo industrial. Esto afectaría en que las entradas al Centro Ecológico de Preservación y Conservación Ambiental y Cultural se encuentran todas conectadas a la carretera F-30 E, y esto podría perjudicar la imagen del centro y disminuir la demanda, lo que traería problemas de rentabilidad.
- Catástrofes naturales, como maremotos, tsunamis, inundaciones, entre otras.
- Aumento de los precios de proveedores, podrían elevar los costos variables.

CAPITULO V: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1 Estudio Técnico

5.1.1 Locación Spin & Breathe

El proyecto se localizara en la localidad de Horcón. La localidad de Horcón se ubica en el sector norte de la comuna de Puchuncaví, es un lugar relajado que posee una caleta de pescadores y pueblo situado en una pequeña y protegida bahía que mira hacia al norte. Esta rodeada de altas, cerradas y boscosas laderas; posee una pequeña playa en la misma caleta y varias otras en los extremos. Es sin duda el balneario más pintoresco de todo el litoral central. Junto a la población de pescadores viven artistas y artesanos que han hecho de éste su lugar de retiro. Durante el año es apacible y tranquilo sólo interrumpido los fines de semana por el flujo de visitantes que acuden a sus económicos restaurantes y a comprar souvenir en la feria artesanal.

Horcón cuenta con las siguientes playas: El Clarón, caleta Horcón, Cau- Cau, El Tebo y Playa Luna. La localidad de Horcón se ubica a 40 kilómetros de Viña del mar y a 184 kilómetros del noroeste de Santiago.

El Spin & Breathe se localizara en el sector costero de Horcón Sur. A continuación de muestra una imagen con la ubicación:



Imagen N° 10
Localización
Fuente: Elaboración Propia

El terreno constará de 2 hectáreas (20.000 metros cuadrado), es un terreno regularizado y esta inserto dentro del plan regulador. Este terreno se encuentra al lado de la playa Los Tebos, tiene una excelente vista al océano pacifico. Se eligió este terreno por la cercanía a los acantilados Quirilluca que son reserva natural, están a 0,89 kilómetros de distancia, también por la tranquilidad del lugar, por la vista a la bahía y por su rica vegetación.

Limita al norte con el Océano Pacifico, al oeste con el pueblo de Horcón, al este con el sector de Quirilluca y al Sur con la carretera F-30 E. El acceso a Spin & Breathe será a través de:

- Acceso por la Carretera F -30 E en el punto del cruce del camino viejo de Horcón y el camino viejo de Campiche.
- Acceso por carretera F-30 E en el puntote la localidad de Campiche, a través del Camino los Pecadores.
- Acceso por el Pueblo de Horcón en el punto en donde se encuentra el Retén de carabineros con el camino viejo de Horcón.

La distancia entre Spin & Breathe entre los principales puntos de salidas es:

- A caleta de Horcón es aproximadamente de 5 Kilómetros aproximadamente.
- A la carretera F-30 E es de 5 kilómetros aproximadamente.
- La entrada al recinto es a través de la calle Las Gaviotas.

5.1.2 Costos asociados al terreno y permisos

El terreno en donde se ubicará Spin & Breathe es un terreno que esta inserto en el Plan Regulador de la comuna de Puchuncaví.

a) Costo de Terreno

El terreno tiene comprende 2 hectáreas y tiene un costo de \$500.000 pesos.

b) Tramites

Tramites	
Proyecto de Arquitectura	8.400.000
Aprobación Proyectos Arquitectonicos	2.800.000
Proyectos de Ingenieria	800.000
Proyectos Sanitarios	2.000.000
Evaluación Impacto Ambiental	1.500.000

c) Permiso Municipal

El valor aproximado del permiso municipal es de \$19.392.680

5.1.2 Infraestructura de Spin & Breathe

Spin & Breathe requerirá del las siguientes instalaciones:

a) Restaurante

Será construido de tabiquería madera estilo rústico, tiene una capacidad para 250 personas, ocupará un total de superficie de 150 metros cuadrados.

La instalación se compondrá de 2 baños para personal (hombre y mujer), baños para el cliente, un total de 6 baños, 3 baños para mujeres y 3 baños para hombres; una cocina industrial completamente equipada, un comedor bar, una sala de estar y 2 hornos de barro que se ubicará fuera del restaurante cerca de la cocina.

Se habilitará para 120 personas. Las mesas, estarán diseñadas de madera, además tiene un salón de eventos y baile, cuenta con dos bodegas con suficiente espacio para almacenar los productos y alimentos para abastecer el restaurante. Tendrá dentro de sus instalaciones baños para mujeres y baños para hombre, además de un vestíbulo de duchas y camarines para el personal, diferenciados para hombres y mujeres. La cocina contará con un patio exterior en donde habrán 2 hornos de barro.

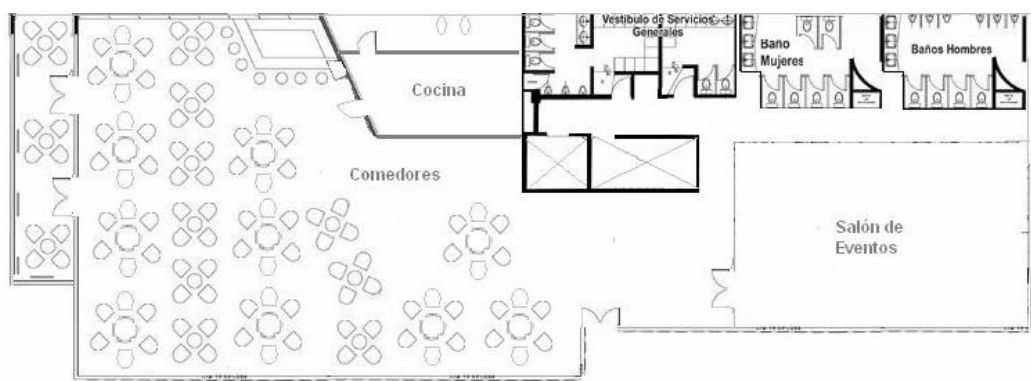


Imagen N° 11
Fuente: Fuente propia.

b) Eco Alojamientos

Los materiales de construcción utilizados serán de tabiquería de madera estilo rústico. Serán 15 eco- alojamientos 15, de las cuales 10 estarán diseñadas para 6 a 7 personas y 5 para 4 personas. Cada eco alojamiento tendrá un baño y los dormitorios. No tendrán servicio de televisión y teléfono.

- Eco- alojamientos para 4 personas: Las medidas de cada eco- alojamiento será de 35 metros cuadrados, ocupando una superficie total de 525 metros cuadrados y tendrá dos baños.
- Eco- alojamientos para 6 personas: Las medidas para cada eco- alojamiento será de 60 metros cuadrados, ocupando un total de superficie de 600 metros cuadrados y tendrá dos baños.

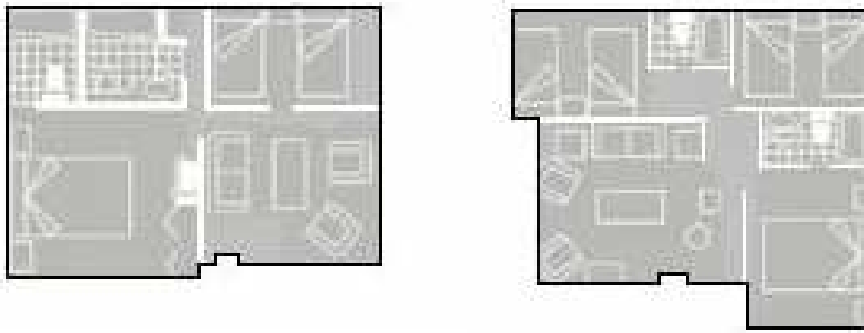


Imagen N° 12.
Fuente: Elaboración propia

c) Spa de Bienestar (wellness centers), camarines y baños

Los materiales de construcción a utilizar serán dos: en los baños y camarines cemento y material sólido, el centro de Spa de construirá de madera y cemento. La instalación general ocupará una superficie total de 250 metros cuadrados, y tendrá entre sus instalaciones:

Spa: Una sala de masajes, tendrá 2 jacuzzi, 4 cabinas de saunas secos para hombre y mujer. La instalación será de 150 metros cuadrados en total. Tendrá una piscina temperada de 7 x 8 metros, además contará con casilleros.

Camarines y baños: tendrán un total de 12 baños y 6 duchas con agua caliente, se dividirán en 6 baños para hombres y 6 baños para mujeres, 3 duchas para hombres y 3 duchas para mujeres. La instalación ocupará 100 metros cuadrados.

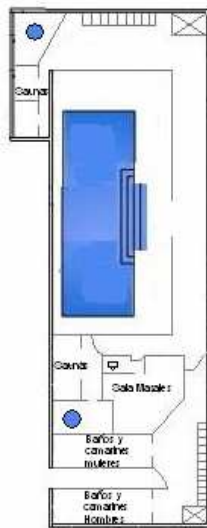


Imagen N° 13.
Fuente: Elaboración propia.

d) Otras Instalaciones

d.1) Área Administrativa

Tendrá 8 oficinas y dos baños, ocupará una superficie total de 50 metros cuadrados y su construcción será de tabiquería de madera, estilo rústico.

d.2) Estacionamientos

Existirán 15 estacionamientos, uno para cada cabaña, más 6 de para personal administrativo, más 35 estacionamientos para los clientes que desean ir por el día. En total 58 estacionamientos.

d.3) Piscina general: 140 metros cuadrados y 1,9 de altura, el material utilizado es sólido

d.4) Multicancha: Medirá 44 x 18 metros y será de pasto.

d.5) Parque, Jardines: Ocupará toda la superficie restante.

d.6) Staff Comerciales

Ocho staff de 20 metros cuadrados cada uno, ubicados dentro del parque. Cada uno tendrá un baño. Los materiales de construcción empleados será madera y su estilo también será rústico.

d.7) Recepción y Cabaña para personal.

El material de construcción será de tabiquería de madera, estilo rústico, ocupará una superficie total de 60 metros cuadrados.

5.1.3 Plano de Emplazamiento de Spin & Breathe

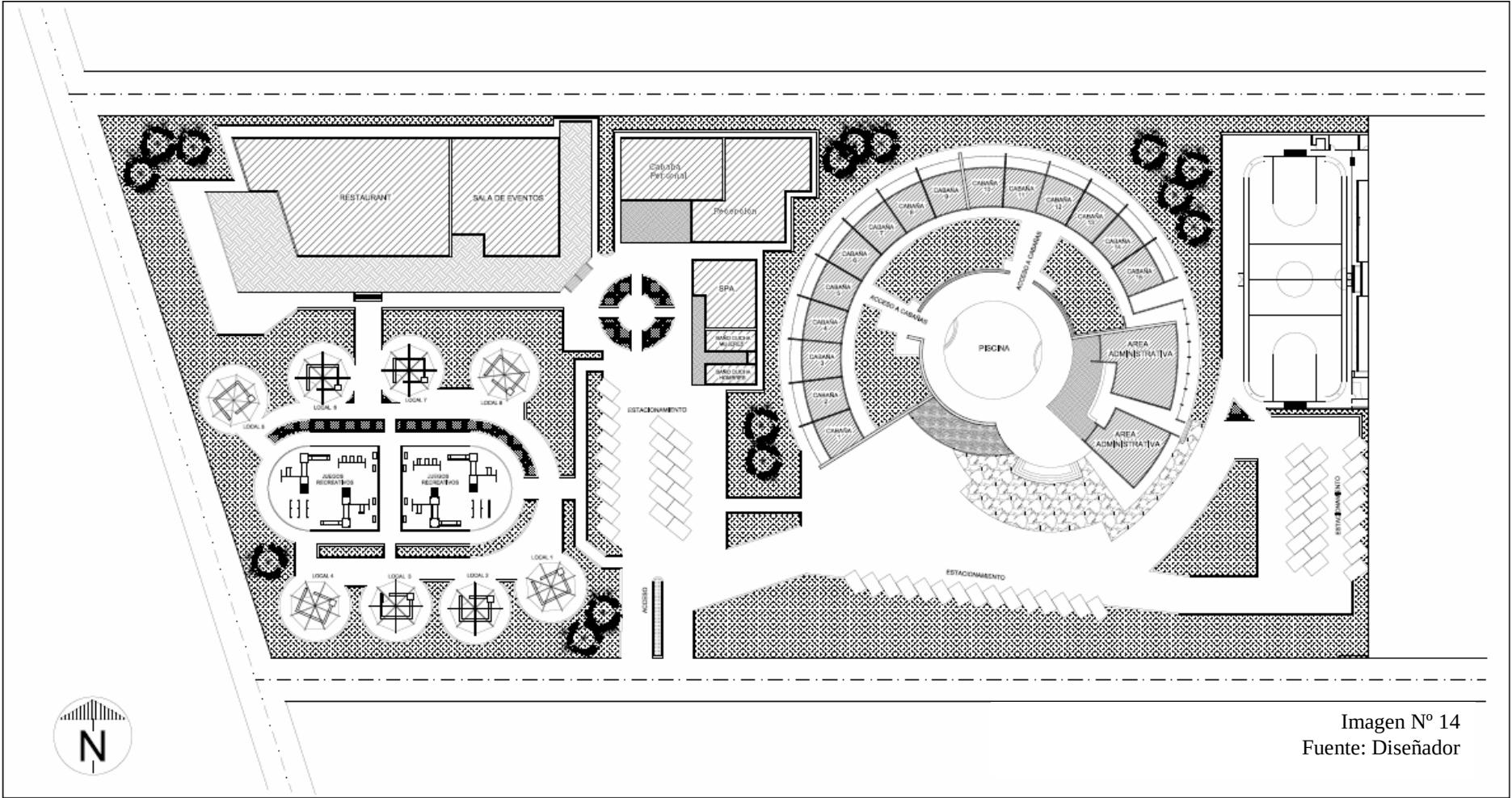


Imagen N° 14
Fuente: Diseñador

5.1.4 Presupuesto de la Infraestructura, implementación y personal de Spin & Breathe

a) Infraestructura

El presupuesto de la construcción corresponde a \$ 168.500.000 pesos, incluye la instalación de electricidad, albañilería, cerrajería, gasfitería de todo el complejo. A continuación se detalla el presupuesto, señalado por la Constructora Santibáñez. El tiempo de ejecución de de las obras es de 90 días aproximamente.

Presupuesto Construcción Centro	
Cabañas 4 personas	\$ 24.500.000
Cabañas 6 a 7 personas	\$ 84.000.000
Spa, camarines, baños	\$ 24.000.000
Piscinas	\$ 7.000.000
Restaurant y 2 salas	\$ 18.000.000
Zona Comercio y estacionamientos	\$ 4.000.000
Áreas Verdes, Parque, Juegos Infantiles, cancha	\$ 7.000.000
Total	\$ 168.500.000

b) Implementación

Para la implementación del complejo en general se debe disponer de \$13.388.410 pesos. A continuación se detalla el total de implementación por instalaciones:

Infraestructura	Total Implementación
Cocina	\$ 3.910.690
Cocina Salón Buffet	\$ 700.000
Bar	\$ 1.128.980
Comedor	\$ 3.384.750
Costos Spa	\$ 997.190
Eco- Alojamientos	\$ 1.423.300
Oficinas Administrativas	\$ 1.810.500
Total	\$ 13.355.410

c) Personal

El personal de Spin & Breathe de planta estará compuesto por 11 personas, sin contar el servicio de restauración, debido a que se detallará en el punto siguiente. A continuación se muestra la remuneración de cada empleado mensual y anual.

Personal	Mensual	Anual
Gerente General	1.875.000	22.500.000
Secretaria de Gerencia	392.500	4.710.000
Relacionador Público	687.500	8.250.000
Gerente de Administración y Finanzas	1.187.500	14.250.000
Secretaria Administración y Finanzas	412.500	4.950.000
Encargado del Restaurante	540.000	6.480.000
Encargado del Hotel	540.000	6.480.000
Encargado de Spa	540.000	6.480.000
Masajista	250.000	3.000.000
Encargado Cabañas	540.000	6.480.000
Encargado de Staff	540.000	6.480.000
Total	7.505.000	90.060.000

5.1.5 Servicios de Circuitos Turísticos

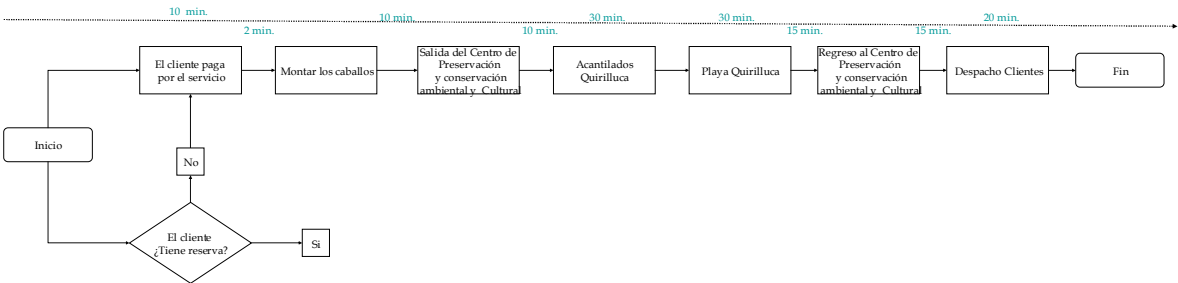
a) Tour 1: Recorrido a Los Acantilados y Playa Quirilluca

El recorrido por los acantilados y playa de Quirilluca tiene como finalidad mostrar la naturaleza del lugar, debido que esa zona es natural y no ha sido intervenida por construcciones de cualquier índole del hombre. Los acantilados de Quirilluca es un sitio de reserva natural, ahí se pueden apreciar diversos tipos de aves que emigran a las costas en cada estación del año, además de fauna marina como lobos de mar.

Los costos para este tour corresponden a, los que se detallan en el cuadro anterior.

	Por Tour	Para 5 personas
Arrendamiento de Caballos	10.000	50.000
Guia	8.000	8.000
	18.000	58.000
Costo por persona	11.600	

El costo por persona es de \$16,600 pesos por persona, los caballos serán arrendados. A continuación se muestra el diagrama de flujo de este recorrido.



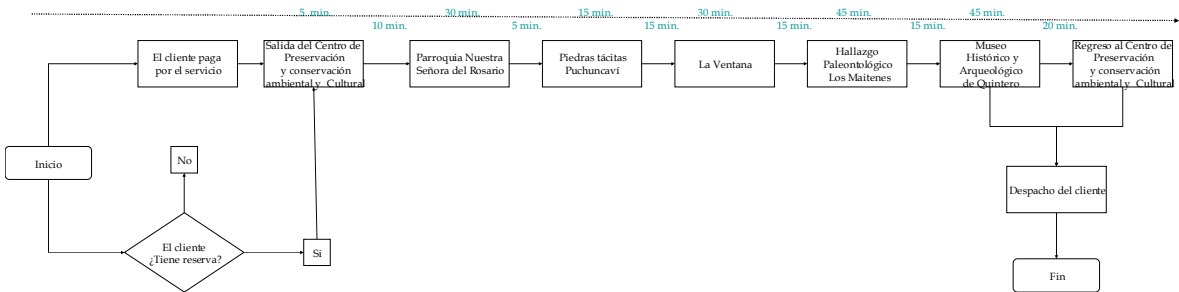
b) Tour 2: Encuentro con el pasado

El tour encuentro con el pasado tiene como objetivo recorrer parte de la historia de Puchuncaví junto a los hallazgos paleontológicos encontrados en la comuna. Tiene una duración de 250 minutos (4 horas y 10 minutos).

Los insumos para este tour corresponden a, los que se detallan en el cuadro anterior.

	Por Tour	Para 15 personas
Entradas	\$ 2.000	\$ 30.000
Van	\$ 40.000	\$ 40.000
Guia	\$ 15.000	\$ 15.000
	\$ 57.000	\$ 85.000
Costo por persona	\$ 5.667	

El recorrido tendrá un costo por persona de \$5.667 pesos, se pueden realizar 2 tour por día en temporada alta y en temporada baja dependiendo de las condiciones climáticas debido a que muchos de los lugares a visitar se encuentran en lugares al aire libre. A continuación se presenta el diagrama de flujo del recorrido.



5.1.6 Servicios de Restaurante y Bar

Los gastos y los insumos del restaurante, bar, eventos se tomarán como referencia para el análisis de los 5 años.

a) Restaurante

El abastecimiento del restaurante se dividirá en temporada alta y temporada baja (ver detalle en anexo).

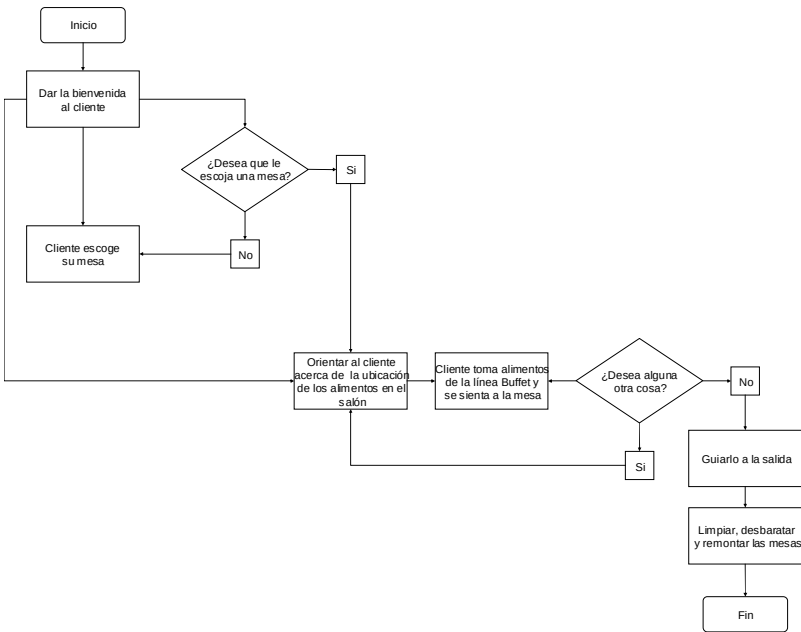
En temporada alta se contabilizan 90 días y en temporada baja se estiman 12 días en donde se ocupará la misma cantidad de insumos para abastecer a la demanda, mientras tanto en los 293 días restantes de la temporada baja, correspondientes a 10 meses, se estima una cantidad de 4 personas diarias y un gasto mínimo. Los gastos suben según la demanda proyectada.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total	20.464.269	20.464.269	24.521.992	24.521.992	24.521.992
T.Alta	18.012.560	18.012.560	21.582.672	21.582.672	21.582.672
T.Baja	2.451.710	2.451.710	2.939.320	2.939.320	2.939.320

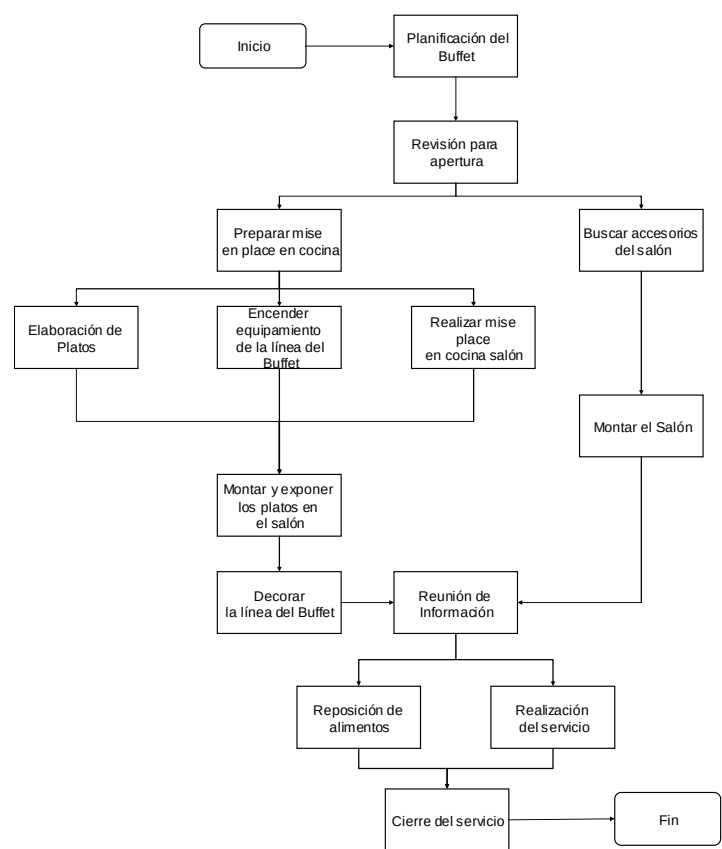
a.1)Precios de los Buffet.

Desayuno y	Mano de Obra	11.060
Onces	Pan Amasado	12.480
(80 pers.)	Desayuno Buffet	52.800
	Costo desayuno	76.340
	Costo Unitario	954
	Margen de Contribución (70%)	2.226
	Precio de Venta Unitario	2.500
Almuerzo y		
Cena	Mano de Obra	15.636
(80 pers.)	Almuerzo Buffet	128.876
	Total Costo Almuerzo	144.512
	Costo Unitario	1.806
	Margen de Contribución (67%)	7.429
	Precio de Venta Unitario	5.500

a.1)Proceso del Comedor



a.2)Proceso de la Cocina



b) Bar

Los insumos del Bar²⁴ se dividirán en temporada baja y temporada alta, los gastos han sido tomados con tragos y bebidas de referencia.

Precio de referencia para cubrir un todo el año el bar, contabilizando tomar dos de cada trago por noche, será ocupado para los 5 años como referencia.

²⁴ Ver anexo 6.4 para mas detalle.

Gastos	Cantidad	Precio Unitario	Total Temporada Alta
Tequila	6	1.913	11.478
Tris ec	3	2.100	6.300
Jugo Naranja	6	798	4.788
Jugo Piña	6	798	4.788
Pisco Capel	12	1.600	19.200
Bebidas	200	165	33.000
Pisco Mistral, Año del Carmen	6	2.780	16.680
Ron Flor de Caña	6	3.880	23.280
Habana Añejo Especial	6	4.180	25.080
Vodka	6	3.800	22.800
Jack Daniels	6	11.000	66.000
Johnnie walker etiqueta roja	6	6.390	38.340
Granadina	3	2.100	6.300
Cerveza Artesanal Mestra Blonde Ale	48	856	41.088
Cerveza Artesanal Mestra Amber Ale	48	856	41.088
Austral Lager Rubia	48	702	33.696
Agua Mineral	100	318	31.800
Otros			40.000
Total		44.236	465.706
Gastos	Cantidad	Precio Unitario	Total Temporada Baja
Tequila	9	1.913	17.217
Tris ec	9	2.100	18.900
Jugo Naranja	9	798	7.182
Jugo Piña	9	798	7.182
Pisco Capel	9	1.600	14.400
Bebidas	100	165	16.500
Pisco Mistral, Año del Carmen	9	2.780	25.020
Ron Flor de Caña	9	3.880	34.920
Habana Añejo Especial	9	4.180	37.620
Vodka	9	3.800	34.200
Jack Daniels	9	11.000	99.000
Johnnie walker etiqueta roja	9	6.390	57.510
Granadina	3	2.100	6.300
Cerveza Artesanal Mestra Blonde Ale	48	856	41.088
Cerveza Artesanal Mestra Amber Ale	48	856	41.088
Austral Lager Rubia	48	702	33.696
Agua Mineral	48	318	15.264
Otros			60.000
Total		44.236	567.087
Total Anual			1.032.793

c) Personal

Habrá un personal de planta compuesto por un chef, dos garzones, dos ayudantes de cocina, un barman, este personal estará durante todo el año y será contratado.

Personal de Planta	Mensual	Anual
Ayudante de Cocina	415.000	4.980.000
Ayudante de Cocina	415.000	4.980.000
Barman	352.500	4.230.000
Garzones	290.000	3.480.000
Garzones	290.000	3.480.000
Chef	540.000	6.480.000
Total Remuneraciones	2.302.500	27.630.000

En los meses de temporada alta se contratará trabajadores a honorarios, los que serán 4 garzones.

Personal	Cantidad	Diario	Mensual	Total T. Alta
Garzones	4	10.000	1.200.000	2.400.000

d) Eventos

Los eventos son calculados dependiendo del gusto del cliente, se tomo de referencia datos del hotel resort Marbella, calculando que gastan en insumos alrededor de \$1.500.000 por eventos, lo que incluye todo el servicio completo de banquetearía.

5.1.7 Otros Costos Generales

Estos costos corresponden al consumo de electricidad, agua, gas, teléfono, publicidad, mantención página web y otros servicios, los cuales se detallarán a continuación:

a) Electricidad

Durante los 5 años se pretende gastar \$4.350.000 pesos. Durante los meses de enero, febrero, marzo y abril, debido al aumento de la demanda el costo será de \$600.000 pesos, los meses de mayo, junio, julio, agosto, septiembre, se pretende pagar la mitad (\$300.000 pesos) y para los meses siguientes pagar el 75% de los meses anteriores (\$225.000 pesos).

Electricidad	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000
--------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

b) Agua

El costo estimado es de \$ 4.793.750 pesos anuales, para los 5 años. Se estima para los meses de enero, febrero, marzo y diciembre un total de \$650.000 pesos por mes debido a que los días son mas calurosos y se llenará la piscina externa. Los meses de abril, julio y septiembre un total de \$325.000 pesos y los otros meses \$243750 pesos

Agua	4.793.750	4.793.750	4.793.750	4.793.750	4.793.750
------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

c) Teléfono – Wi Fi – Televisión digital

Se estima pagar en promedio anual \$1.800.000 pesos, durante los 5 años, \$150.000 pesos mensuales.

Telefono	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

d) Gas

Debido a que tan sólo se ocupará gas en el restaurante se estima un gasto de \$5.024.000 anuales gastando los meses de enero, febrero, marzo y diciembre \$538.361 pesos y los otros meses \$358.910 pesos.

Gas Granel	5.024.722	5.024.722	5.024.722	5.024.722	5.024.722
------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

e) Publicidad

Publicidad	38.983.324	38.503.324	38.503.324	38.503.324	38.503.324
------------	------------	------------	------------	------------	------------

f) Papelería

En las oficinas se estima gastar \$600.000 pesos mensuales durante los 5 años.

Papelería	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
-----------	---------	---------	---------	---------	---------

g) Mantención de Página Web

Durante el primer año se pagará \$60.000 pesos por la matención del sitio, mientras que el segundo año tan sólo \$20.000 pesos mensuales.

Mantención Página Web	960.000	240.000	240.000	240.000	240.000
-----------------------	---------	---------	---------	---------	---------

h) Otros servicios

Servicio Seguridad	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Servicio de Limpieza	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000

- h.1)Servicio de Seguridad: Se contratará una empresa externa que preste los servicios de seguridad, los gastos son de \$700.000 pesos mensuales. Anualmente se estima un gasto de \$8.400.000 pesos que será por los 12 meses del año.

h.2)Servicio de Limpieza: Se contratará una empresa de servicio de limpieza, los gastos mensuales serán de \$500.000 pesos mensuales. Anualmente se estima un gasto de \$6.000.000 de pesos por los 12 meses.

5.1.8 Gastos Sociedad y Patentes.

a) Sociedad

Spin & Breathe puede ser una Sociedad Limitada, Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima u otras.

Para la formación de este centro turístico se tomarán en cuenta los gastos de una Sociedad de responsabilidad limitada debido a que la mayoría de estas inversiones en el mercado están formadas como Sociedad de responsabilidad limitada.

	COSTOS
Gastos Notariales	\$ 7.000.000
Inscripción en el Registro de Comercio	\$ 300.000
Publicación en el Diario Oficial	\$ 32.000
Honorarios Abogado	\$ 200.000
Total	\$ 7.532.000

El giro de las actividades Económicas de Spin & Breathe serán tres y corresponden a hotel, restaurante y otros servicios de diversión y esparcimiento.

Los códigos correspondientes a dichas actividades, según fuente de Servicio de Impuestos Internos son:

ACTIVIDAD ECONÓMICA	GIRO
Hotel	551010
Restaurante	552010
Otros Servicios de diversión y esparcimiento	924990

b) Patentes

Por ser un complejo turístico la patente es comercial y tiene un valor aproximado de \$100.000.000 pesos. Según la Ley 19.925 en su artículo tercero clasifica a los establecimientos de bebidas alcohólicas en las siguientes categorías:

b.1)Restaurante categoría “C” valor patente 1,2 UTM

El valor se debe pagar semestral, esto es de \$44.280 pesos por semestre. Anualmente es valor es de \$88.560 pesos

b.2)Bar categoría “E” valor patente 2 UTM

El valor se debe pagar semestral, esto es de \$73.800 pesos por semestre. Anualmente es valor es de \$147.600 pesos.

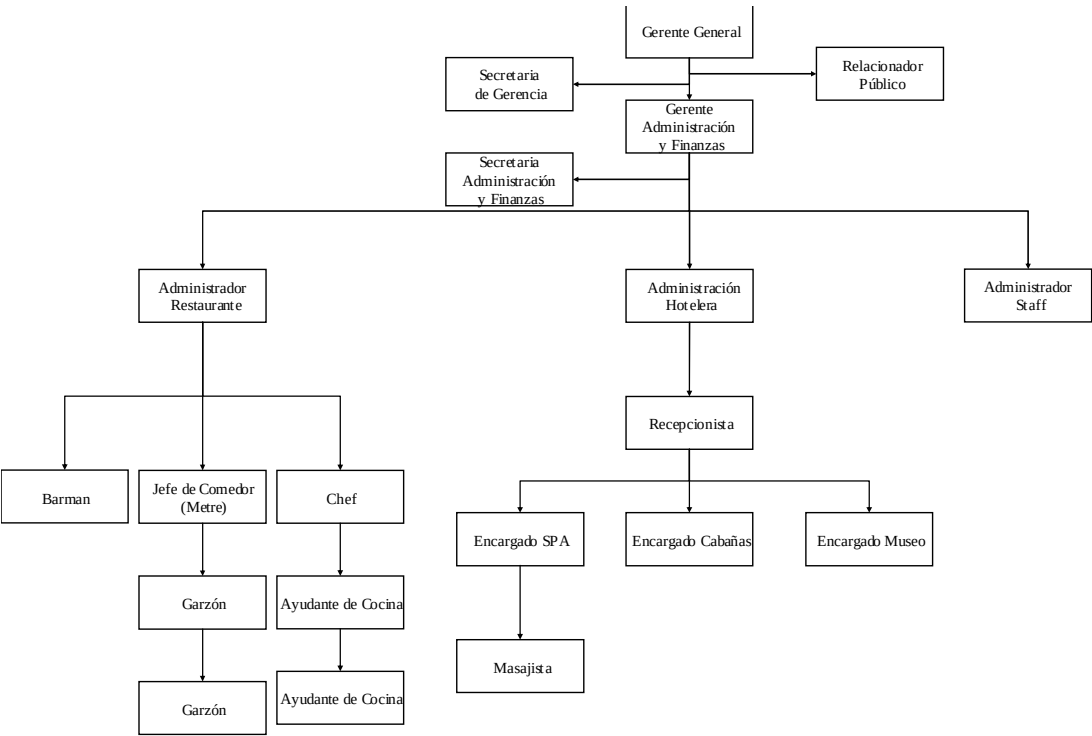
b.3)Salones de Baile categoría “O” 2 UTM

El valor se debe pagar semestral, esto es de \$73.800 pesos por semestre. Anualmente es valor es de \$147.600 pesos.

5.2 Estudio Organizacional

5.2.1 Estructura Organizacional

La estructura organizacional será jerárquica



Cuadro N° 5
Fuente: Elaboración Propia.

a) Funciones y Descripción del Personal

- a.1) Gerente General: Será representado por un ingeniero, con alguna especialidad, ya sea magister, doctorado o algún curso especializado en control, su función será dirigir y evaluar a los administradores, realizar análisis de competencias y llevar un control global del resort.
- a.2) Gerente de Administración y Finanzas: Será representado por un ingeniero comercial, que tenga alguna especialidad, ya sea un magíster, doctorado o algún curso especializado en el sector de finanzas. Su función será cuadrar los ingresos y gastos de todos los departamentos de administración, liquidar a los administradores y jefes de departamentos y pagar los insumos (agua, luz, seguridad, concesionarios, etc.).
- a.3) Administrador Restaurante: Será representado por un ingeniero en ejecución o administrador relacionado con el rubro. Su función será administrar el restaurante y la sala de evento, cuadrar los ingresos del departamento, liquidar a los empleados del restaurante y se relacionará constantemente con su secretaria, encargado de cocina y chef, mientras que con los otros empleados lo hará al momento de liquidar.
- a.4) Secretaría restaurante: Será representado por una persona que tenga cursos de secretariado, contabilidad o computación, que sepa llevar en orden las gestiones que hace el administrador.
- a.5) Chef: Será representado por una persona con estudios en gastronomía, su función consistirá en ser el jefe de cocina que se preocupará de las minutas del local, platos a preparar, con la finalidad de satisfacer al cliente.
- a.6) Ayudante de Cocina: será representado por una persona con estudios gastronómicos o con experiencia gastronómicas, su función será ayudar en la preparación de los platos facilitando el trabajo del chef y el maestro de cocina. También como labor deberán estos lavar los platos sucios.
- a.7) Garzones: Será representado por una persona con la función de atender al cliente del restaurante, ayudando en escoger sus alimentos y recogiendo los platos.
- a.8) Administrador Hotelero: Será representado por un administrador, contador o cualquier profesional con manejo en el área de administración hotelero debido a

que en este departamento se focaliza el mayor flujo de ingresos, ya que es donde se deposita el dinero de las cabañas y el ingreso del programa por el día, y a ambos tienen ingreso ilimitado a todas las instalaciones.

- a.9) Recepcionista: Será representado por una persona con estudios de administración especializada en el rubro, debido a que su rol será de recepcionista del resort manejará el mayor flujo de ingreso del resort. Debe de manejar como mínimo un inglés medio escrito y un inglés avanzado comunicacional.
- a.10) Encargado Spa: Será representado por una persona que reciba al público que visita el spa, y se preocupe que no falten los implementos necesarios en el sector.
- a.11) Masajista: Será representada por una persona que tenga cursos en masajes y relajación, para poder satisfacer al cliente.
- a.12) Relacionador Público: Será representado por una persona con estudios relacionados al área, deberá apoyar la gestión comercial a través de trabajo conjunto de las áreas de Desarrollo de Productos y Comercial: organización de campañas, promociones, etc. Tendrá rol fundamental en las funciones de vender el producto en general y captar posibles clientes.
- a.13) Administrador de Staff: Será representado por un profesional con estudios de administración o contabilidad, su función será recaudar el dinero de las concesionarias que hacen usos de los staff, aparte se preocupará de supervisar las condiciones de estos.
- a.14) Encargado Cabañas: Será representado por una persona, que se preocupe del estado de las cabañas y que estas no carezcan de ningún implemento necesario de aquellas.

La empresa contratará servicios anexos al centro, estos corresponden a:

- Servicio de Seguridad
- Servicio de Limpieza

También en temporada alta, eventos y los días de mayor flujo de personas se contratará personal, éste personal variará dependiendo de la magnitud del flujo de la demanda y se les pagará por boleta de honorarios.

5.2.2 Remuneraciones del Personal de Planta

	Sueldo Base	Gratificación	Total Imponible	Bono de Colación	Bono Movilización	Total haberes
Gerente General	1.500.000	375.000	1.875.000	0	0	1.875.000
Secretaria de Gerencia	250.000	62.500	312.500	40.000	40.000	392.500
Relacionador Público	550.000	137.500	687.500	0	0	687.500
Gerente de Administración y Finanzas	950.000	237.500	1.187.500	0	0	1.187.500
Secretaria Administración y Finanzas	250.000	62.500	312.500	40.000	40.000	392.500
Encargado del Restaurante	400.000	100.000	500.000	20.000	20.000	540.000
Encargado del Hotel	400.000	100.000	500.000	20.000	20.000	540.000
Barman	200.000	50.000	250.000	20.000	20.000	290.000
Chef	350.000	87.500	437.500	20.000	20.000	477.500
Ayudante de Cocina	200.000	50.000	250.000	20.000	20.000	290.000
Ayudante de Cocina	200.000	50.000	250.000	20.000	20.000	290.000
Garzones	200.000	50.000	250.000	20.000	20.000	290.000
Garzones	200.000	50.000	250.000	20.000	20.000	290.000
Encargado de Spa	400.000	100.000	500.000	20.000	20.000	540.000
Masajista	250.000	62.500	312.500	20.000	20.000	352.500
Encargado Cabañas	400.000	100.000	500.000	20.000	20.000	540.000
Encargado de Staff	400.000	100.000	500.000	20.000	20.000	540.000
Totales	7.100.000	1.775.000	8.875.000	320.000	320.000	9.515.000

a) Otros Servicios

	Mensual	Anual
Servicio de Seguridad	800.000	9.600.000
Servicio de Limpieza	500.000	6.000.000
Total	1.300.000	15.600.000

Además en temporada alta, fin de semanas o/y de días festivos y eventos se contratará personal a boleta de honorarios, este personal se dará fundamentalmente por garzones y personal de cocina, según la demanda. El valor a pagar serán \$10.000 pesos por garzón.

5.2.3 Puntos del Reglamento Interno

El personal tendrá un día de descanso a la semana, los días serán rotativos entre el personal y serán los días en que haya menos flujo de demanda, es decir de lunes a jueves.

Las remuneraciones serán dentro de los 3 primeros días del mes y se pagará después de las 17.00 horas. El dinero será depositado en la cuenta del empleado, por lo que es fundamental que cada trabajador tenga su cuenta Rut antes de ser contratado.

Los turnos del personal serán de 8 horas, más la hora de colación y habrá dos turnos, con excepción del Chef y del Barman.

- 8.00 a 17 horas con hora de colación incluida.
 - 17.00 a 01.00 horas con hora de colación incluida.
-
- Barman: La entrada de trabajo será a las 20.00 horas todos los días en temporada alta y los fines de semana en temporada baja, su horario de salida será a las 4.00 horas.
 - El Chef y Masajista: Su horario será de de 11.00 a 20.00 horas con colación incluida.
 - El personal administrativo trabajará 9.00 a 18.00 horas con una hora de colación incluida.

5.3 Análisis Financiero

El proyecto tendrá una vida útil de 5 años y una inversión de \$865.100.717 pesos. El proyecto se financiera de 2 formas, la primera será a través de CORFO inversión por regiones que cubrirá \$300.000.000 de pesos a una tasa mensual del 1,35% y 16,2% anual. La segunda parte será financiada por 4 socios aportando la suma de \$ 216.275.179 pesos cada uno. El valor del desecho es de \$ 587.400.000 pesos.

5.3.1 Detalle de la Inversión Inicial

Inversión Inicial		865.100.714
Construcción de Infraestructura		168.500.000
Costo Terreno		500.000.000
Tramites		
	Proyecto de Arquitectura	8.400.000
	Aprobación Proyectos Arquitectonicos	2.800.000
	Proyectos de Ingenieria	800.000
	Proyectos Sanitarios	2.000.000
	Evaluación Impacto Ambiental	1.500.000
Permiso Municipal		19.392.680
Patente		100.000.000
Tramites constitución de Sociedad		
	Gastos Notariales	7.000.000
	Publicación en el Diario Oficial	400.000
	Inscripción en el Registro de Comercio	32.000
	Honorarios Abogado	200.000
Publicidad		28.825.324
Paneles para cabañas y restaurante		10.226.300
Paneles Solares (4) Piscina		336.000
Total Implementación de las Instalaciones		13.388.410
Suministro Gas Granel		500.000
Suministro de Electricidad		500.000
Suministro de Agua		300.000

5.3.2 Detalle de Ingresos por Año

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento	Total Ingresos	Total Ingresos	Total Ingresos	Total Ingresos	Total Ingresos
Alojamiento	243.000.000	297.000.000	333.450.000	384.750.000	384.750.000
Staff					
Arrendamiento Staff	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000
Tour					
Paseo por los Acatilados y Playa Quirilluca	5.375.000	6.450.000	8.600.000	9.675.000	9.675.000
Encuentro con el pasado de Puchuncaví	4.500.000	6.300.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000
Consumo Restaurante					
Vino	2.632.500	2.925.000	3.510.000	4.095.000	4.095.000
Bebidas	1.620.000	1.800.000	2.160.000	2.520.000	2.520.000
Bar	8.415.000	8.415.000	8.415.000	8.415.000	8.415.000
Total Ingresos T.Alta	268.742.500	326.090.000	366.085.000	419.405.000	419.405.000
Alojamiento	Total Ingresos	Total Ingresos	Total Ingresos	Total Ingresos	Total Ingresos
Fiestas Patrias	5.250.000	6.000.000	7.500.000	9.000.000	9.000.000
Vacaciones de Invierno	9.000.000	10.500.000	12.000.000	13.500.000	13.500.000
Semana Santa	4.500.000	5.250.000	6.000.000	6.750.000	6.750.000
Demás días del año	16.000.000	20.000.000	24.000.000	28.000.000	28.000.000
Staff					
Arrendamiento Staff	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Tour					
Paseo por los Acatilados y Playa Quirilluca	3.225.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000
Encuentro con el pasado de Puchuncaví	1.350.000	1.800.000	1.800.000	2.250.000	2.250.000
Consumo Restaurante					
Vino	455.000	539.500	634.400	747.500	747.500
Bebidas	280.000	332.000	390.000	460.000	460.000
Bar	1.122.000	1.122.000	1.122.000	1.122.000	1.122.000
Graduaciones	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
Total Temporada Baja	58.782.000	67.443.500	75.346.400	83.729.500	83.729.500
Total Anual	327.524.500	393.533.500	441.431.400	503.134.500	503.134.500

5.3.3 Detalle de Costos fijos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneraciones	114.180.000	114.180.000	114.180.000	114.180.000	114.180.000
Patentes	383.200	383.200	383.200	383.200	383.200
Total	114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200

5.3.4 Detalle de Costos Variables

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Eventos	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Electricidad	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000
Agua	4.793.750	4.793.750	4.793.750	4.793.750	4.793.750
Telefono	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Servicio Seguridad	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Servicio de Limpieza	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Publicidad	38.983.324	38.503.324	38.503.324	38.503.324	38.503.324
Mantenión Página Web	960.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Gas Granel	5.024.722	5.024.722	5.024.722	5.024.722	5.024.722
Papeleria	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Alimentos	10.232.135	10.232.135	12.260.996	12.260.996	12.260.996
Bar	1.032.793	1.032.793	1.032.793	1.032.793	1.032.793
Costos Tour	4.280.000	7.280.000	8.960.000	9.720.000	10.840.000
Personal Honorarios	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000
Total	93.296.724	95.096.724	98.805.585	99.565.585	100.685.585

5.3.5 Detalle Amortizaciones y Depreciaciones

Las depreciaciones y amortizaciones están sacadas de una forma lineal a 10 años.

Depreciación Paneles solares	186.000
Depreciación	638.841
Depreciación Infraestructura	4.740.000
Total Depresiaciones	5.564.841

	Proyecto de Arquitectura	8400000
	Aprobación Proyectos Arquitectonicos	2800000
	Proyectos de Ingenieria	800000
	Proyectos Sanitarios	2000000
	Evaluación Impacto Ambiental	1500000
Permiso Municipal		19392680
Patente		100000000
Tramites constitución de Sociedad		
	Gastos Notariales	7000000
	Publicación en el Diario Oficial	400000
	Inscripción en el Registro de Comercio	32000
	Honorarios Abogado	200000
Total Amortización		14252468

5.3.6 Flujo Libre

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		327.524.500	393.533.500	441.431.400	503.134.500	503.134.500
Costos Variables		114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200
Costos Fijos		114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200
Depresiación		5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333
Amortización		14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468
Subtotal		78.550.299	144.559.299	192.457.199	254.160.299	254.160.299
Impuesto 17%		13.353.551	24.575.081	32.717.724	43.207.251	43.207.251
Saldo		65.196.748	119.984.218	159.739.475	210.953.048	210.953.048
Depresiación		5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333
Amortización		14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468
Inversión Inicial	722.576.034					
Gastos de puesta en Marcha	142.524.680					
Capital de Trabajo	22.912.640					
Valor de Desecho						587.400.000
Flujo Neto	-745.488.674	85.044.549	139.832.019	179.587.276	230.800.849	818.200.849

5.3.7 Flujo Financiero

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		327.524.500	393.533.500	441.431.400	503.134.500	503.134.500
Costos Variables		103.528.858	105.328.858	111.066.581	111.826.581	112.946.581
Costos Fijos		114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200	114.563.200
Depresiación		5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333
Amortización		14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468
Interés Anual 16,2%		48.600.000	46.342.832	43.720.002	40.672.274	37.130.814
						108.865.462
Subtotal		40.984.641	107.450.809	152.233.816	216.224.644	109.780.642
Impuesto 17%		6.967.389	18.266.638	25.879.749	36.758.189	18.662.709
Saldo		34.017.252	89.184.171	126.354.067	179.466.455	91.117.933
Depresiación		5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333	5.595.333
Amortización		14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468	14.252.468
Cuota (amortización)		13.933.138	16.190.306	18.813.136	21.860.864	25.402.324
Inversión Inicial	722.576.034					
Gastos de puesta en Marcha	142.524.680					
Capital de Trabajo	22.912.640					203.800.228
Prestamo	300.000.000					
Valor de Desecho						587.400.000
Flujo Neto	-445.488.674	39.931.915	92.841.666	127.388.732	177.453.392	469.163.182

5.3.8 CAMP

Tiene como fundamento central que la única fuente que afecta la rentabilidad de las inversiones es el riesgo de mercado, el cual es medido mediante beta, que relaciona el riesgo del proyecto con el riesgo del mercado.

El riesgo de mercado se estimo en un 18%, según la tasa de exigencia por la inversión del proyecto. El CAMP es del 17,27%.

5.3.9 VAN

a) Flujo Libre

El VAN es 12.998.160, es mayor que cero por lo que el proyecto es rentable.

b) Flujo Financiero

El Van es de 40.341.250, es mayor que cero, el proyecto es rentable.

5.3.10 TIR

a) Flujo Neto

La TIR del flujo neto es del 19%, y es más alta que la tasa de descuento, por lo que el proyecto es aceptado.

b) Flujo financiero

La TIR en el flujo financiero es de 20%, y es más alta que la tasa de descuento del 17,3%, por lo que el proyecto es aceptado.

5.3.11 Payback

El payback par ambos flujos es de 1 año.

Propuestas de Nuevos Proyectos

a) Centro de hospedaje turístico para visitantes de paso

Que tenga como objetivo alojar al turista que este tan sólo de paso o por una noche en un lugar. La idea es que el turista pague un valor mínimo por el alojamiento y los alojamientos sean contruidos de materiales que hayan tenido otro uso antes.

b) Pladetur para la comuna de Puchuncaví

Crear un modelo de Pladetur para la comuna de Puchuncaví con estrategias para potenciar el turismo en esta comuna, debido a que esta no cuenta con uno, y la actividad turística se hace más fuerte en la zona cada vez.

c) Realizar una granja para extranjeros sobre el desarrollo del agroturismo.

Debido a que el turista extranjero hoy en día se interesa por el turismo de intereses especiales, que van desde conocer, tradiciones, costumbres, integrarse con las personas nativas de un lugar, sería una buena idea realizar una granja de agroturismo.

Referencias Bibliográficas

CASPARRI MARÍA TERESA, GARCÍA FRONTI JAVIER, GARCÍA FRONTI VERÓNICA, SALVARREDY JULIÁN. *Plan de negocios utilizando Microsft Excel y Microsoft Proyect*. 1ª ed. Buenos Aires: Omicron System, 2008. 208p. + CD-ROM; 23,17 cm.

HERNÁNDEZ SAMPIERI ROBERTO, FERNÁNDEZ COLLAO CARLOS, BAPTISTA LUCIO PILAR. *Metodología de la Investigación*. Cuarta Edición. México DF: The McGraw Hill Interamerica Editores, 2006.

Progreso Técnico y retroceso ambiental: Las dos caras de la industria del cobre en Chile 1940 – 1964. Mauricio Folchi, Departamento de Ciencias Históricas, Universidad de Chile.

Cámara de Diputados, Autoridades de Salud y Medio Ambiente esperan lograr descontaminación de Puchuncaví con planes especiales, viernes 4 de septiembre de 2009

Sitios Web

<http://www.biblioredes.cl>

www.munipuchuncavi.cl

<http://puchuncavi.blogspot.com/feeds/posts/default>

www.sernatur.cl

VI ANEXOS

6.1 Alojamientos Turísticos

	Alojamientos Turísticos			
	Horcón			
	Cabañas	Camping	Residenciales	
1	La Chascona	Camping La Parcela del Tebo	Juan Esteban	
2	Arancibia	Centro Turístico Alto del Tebo		
3	Cau- Cau			
4	Jimena Romo			
5	Punta de Fraile			
6	El Ancla			
7	Mirador La Luna			
8	Nena			
9	Eben Ezer			
10	La Casa del Pescador			
11	donde Amelia			
12	Mallelhue			
13	Consulado			
14	Los Tebos			
15	Puerto Sereno			
16	Orilla del Mar			
17	Pascovi			
18	Vistamar			
19	Rosa Lagos			
20	Wil - Mar			
	Maitencillo			
	Cabañas	Hostal	Hoteles	Apart Hotel
1	Hermansen	Surf	Hotel Green en Marbella	La Tasca de Altamar
2	Lomas El Alto		Hotel Villa Regina	Akoi Express
3	Donde Julián			
4	Laguna Inn			
5	La Mar			
6	Valle del Sol			
7	Maitencillo			
8	Le Gran Blue			
9	Do Río			
10	Océano			
11	Turismar			
12	Viña del Mar			
13	Mirbo			
14	Vista al Mar			
15	La Laguna			
16	Centro Turístico El Delfín			
17	Abanico			
18	113			
19	Patty			
20	Leo			
21	Tres Cabañas			
22	San Pierre			
23	JC			
24	Las Gaviotas			
25	Aysén			
26	Maicampo			
	Las Ventanas			
	Hotel			
1	Hotel Los Leones			

ENCUESTA

Estudio:
Población
flotante y perfil
del turista.
Cuantificación de la Demanda
Efectiva
Comuna de Puchuncaví

2009

DEPARTAMENTO DE TURISMO

Introducción

La comuna de Puchuncaví se caracteriza por sus hermosos paisajes, que mezclan el campo con el mar, siendo este último el más reconocido por entregarnos variadas bellezas naturales que ofrecemos al turista durante todo el año. En un ambiente campestre, dado por sus bosques de pinos y eucaliptos, con playas paradisíacas a la hora de escoger un destino para vacacionar. Posee una costanera ideal para desarrollar actividades deportivas como el ciclismo, kayak o simplemente para disfrutar de una caminata.

No se debe olvidar su historia, los atractivos históricos, como las iglesias, su gente, gastronomía, infraestructura hotelera, entre otros.

Es por todo este conjunto de atractivos que posee la comuna de Puchuncaví que realizamos una encuesta que tiene como objetivo estudiar la población flotante y el perfil del turista que nos visita, donde podremos identificar distintas variables que nos pueden servir de utilidad para saber el crecimiento del turista a través de los años.

El estudio tuvo como principal objetivo:

Principales residencias de los turistas que visitan la comuna.

La manera que conocieron la comuna.

El tiempo de permanencia de los turistas.

El tipo de alojamiento más común de los turistas.

El medio de transporte que utilizan para llegar a la comuna y trasladarse por ella.

Cuanto gastan los turistas en la comuna de Puchuncaví.

Que atractivos visitan los turistas,

Entre otros

icha técnica

Población

La población elegida son turistas de 10 a 85 años de edad, divida en 3 categorías:

- Turistas que visitan la localidad de las Ventanas.
- Turistas que visitan la localidad de Horcón.
- Turistas que visitan la localidad de Maitencillo.

2) Muestra

La muestra será de 600 turistas, 200 turistas por categoría.

Los turistas son de distintas edades, distintos gustos, distintos estatus, entre otros.

3) Aplicación de Encuesta

Día: Desde el 23 de enero al 21 de febrero

Lugar: Playas de Maitencillo, Playas de Horcón y Playa de Las Ventanas

Encuestador: 3 promotores por cada balneario.

Investigación de Turistas de la comuna de Puchuncaví

Definición del contexto de la problemática / Objetivo

El estudio comprende definir el tipo de turista que visita nuestra comuna, cuáles son sus principales motivos y conocer el real perfil de cada turista que visita estos balnearios conocidos.

Y así identificar como podemos satisfacer los distintos turistas, como también cuanto ellos aportan a nuestra comunidad.

El estudio tiene como objetivo establecer donde residen específicamente los turistas, para tener en un futuro alianzas estratégicas con distintas comunas y dar a conocer más nuestra localidad en Chile.

Este estudio dejará como base para futuros estudios y comparaciones del crecimiento de turistas nacionales y extranjeros en la localidad como en Chile.

Definición de las variables

Las variables son aquellas que influyen en la problemática planteada, podemos especificar algunas:

- La comuna de Puchuncaví no cuenta con estudios profundos del perfil de los turistas.
- La comuna de Puchuncaví se encuentra en crecimiento reciente de difusión de ella misma.
- La comuna se encuentra con falta de difusión en medios de comunicación masivos como por ejemplo: televisión, radio, internet, medios escritos en general.
- Poco interés del municipio en realizar estudios profundos a turistas como también a servicios turísticos.

Elaboración de la Encuesta

Diseño de la Encuesta

- 1) Finalidad:** Poder determinar la demanda efectiva, su cuantificación y características fundamentales de los turistas que visitan la Comuna de Puchuncaví.
- 2) Lenguaje:** El lenguaje de la encuesta será español realmente entendible para la variedad de turistas, y así obtener de la encuesta respuestas correctas, concretas y evitar utilizar en la encuesta palabras ambiguas o poco entendibles para la población.
- 3) Redacción:** Las preguntas no serán extensas para así evitar que estas sean re leídas y también deben ser simples y lógicas para una mayor comprensión.

Tipo de preguntas

1) Preguntas Cerradas: En las encuestas se establecerá Preguntas Múltiples ya que las alternativas varían entre **sí, no**

2) Preguntas Mixtas: En las encuestas se establecen este tipo de preguntas que dan al encuestador la manera de razonar o ampliar sus respuestas, a través variadas alternativas.

Justificación de preguntas

1) ¿Cuál es su motivo de Viaje?

A través de esta pregunta podremos visualizar las motivaciones reales que tiene el turista al visitar nuestra comuna.

Si el turista se encuentra de paso o se encuentra realmente interesado(a) de conocer y vacacionar en los distintos atractivos que posee la comuna.

2) El motivo para venir de vacaciones a la comuna de Puchuncaví es:

Aquí podemos identificar si el motivo es que se encuentra de vacaciones en la comuna cual es el interés que lo motiva para disfrutar estos meses estivales en la comuna. El clima, las playas, sus paisajes, entre otros

3) ¿Cómo se informó de la comuna de Puchuncaví?

Con esta pregunta queremos conocer la situación actual de la comuna como se encuentra en difusión y cuál es la forma más correcta para que los turistas conozcan esta hermosa comuna.

4) ¿Ud. Ha visitado anteriormente la comuna?

Esta pregunta nos demostrará el real interés que tienen los turistas que ya no es por primera vez que visitan la comuna y aquel porcentaje nuevo de turistas.

5) ¿Cuántas veces ha visitado anteriormente la comuna?

Aquí identificamos cuanto los turistas admiran y gustan de nuestra comuna.

6) ¿Cuánto tiempo va a permanecer en la comuna?

Aquí reconoceremos el tiempo promedio que los turistas permanecen en cada localidad.

Y también visualizar el nivel de turista que nos visita.

7) Dónde se encuentra alojando?

Con esta pregunta identificamos el porcentaje de la población flotante y la manera más común de alojamiento en nuestra comuna.

8) Las actividades que realiza frecuentemente en la comuna son

Con esta pregunta podremos concluir que debemos potenciar y cual atractivo es el más interesante a los turistas.

9) El medio de transporte que Ud. Utilizó para llegar a la comuna fue

La pregunta tiene como objetivo visualizar el nivel de turista y como nosotros debemos potenciar el transporte público en diversas localidades.

10) ¿El grupo que lo acompaña está dentro de las siguientes edades?

Aquí identificamos la segmentación real de turista que visita la comuna y cuál es el perfil al cual nosotros debemos dirigirnos.

11) ¿Cuánto estima Ud. que gastará en forma diaria en la comuna?

Aquí segmentamos el nivel socioeconómico de los turistas e identificamos que balnearios debemos potenciar más en hospedaje, gastronomía y servicios turísticos.

12) Ud. habitualmente se alimenta en:

Visualizaremos cuan recurrente es la vista en restaurantes, según localidad encuestada para así reconocer localidades potenciales en gastronomía y servicios de alimentación.

Muestra de encuesta

Encuesta: Población Flotante y Perfil del Turista

Datos del Turistas

Nombre	
Edad	
Domicilio	
Email	

1. ¿Cuál es su motivo de Viaje?

a) Vacaciones.
b) Visitas a Familiares.
c) Razones de Trabajo.
d) Otras razones.

Si la respuesta es la alternativa A pase a la pregunta N°2

Si la respuesta es la alternativa B,C ,D pase a la pregunta N°3

El motivo para venir de vacaciones a la comuna de Puchuncaví es:

Sus atractivos turísticos.
Por su clima
Cercanía a su residencia.
Por su destacado conjunto de ambientes “Donde el campo se junta con el mar “

¿Cómo se informó de la comuna de Puchuncaví?

Mediante una visita anterior o residente anteriormente.
Recomendación de amigos u otras personas
Publicidad escrita o televisión
Agencia de Viajes.

¿Ud. Ha visitado anteriormente la comuna?

Sí

No

¿Cuántas veces ha visitado anteriormente la comuna?

Primera Vez.
2 a 4 veces.
5 a 6 veces.
Más de 7 veces.

¿Cuánto tiempo va a permanecer en la comuna?

1 Día
2 a 4
5 a 6
Más de 7

¿Dónde se encuentra alojando?

Casa en arriendo.
Se encuentra en alguna vivienda de algún familiar
En casa propia.
Alojamientos turísticos,(Hotel, cabaña y otros)

Las actividades que realiza frecuentemente en la comuna son:

Ir a las playas.
Recorrer la Comuna.
Recorrer los campos de la Comuna.
Ir a discoteque o pub.

El medio de transporte que Ud. Utilizó para llegar a la comuna fue:

Automóvil Particular
Buses y Colectivos
Otros

¿El grupo que lo acompaña está dentro de las siguientes edades?

1 a 14 años
15 a 20 años
20 a 30 años
Más de 30 años

¿Cuánto estima Ud. que gastará en forma diaria en la comuna?

Entre \$1.000 a \$10.000
Entre \$ 11.000 a \$30.000
Entre \$ 31.000 a \$50.000
Más de \$50.000
Más de \$ 100.000

Ud. habitualmente se alimenta en :

Preparación en su casa
Compra comida preparada.
Almuerza en restaurant

MAITENCILLO

Ante la pregunta de residencia de los encuestados, podemos deducir que;
Para mejor comprensión se agrupo el país por zonas

Zona Norte Grande
I Región de Tarapacá
II Región de Antofagasta
Zona Norte chico
III Región de atacama
IV Región de Coquimbo
Zona Centro
V Región de Valparaíso
Región Metropolitana
VI Región de Libertador Bernardo O’Higgins
VII Región del Maule
Zona Sur
VIII Región del Bío Bío
IX Región de Araucanía
X Región de los lagos
Patagonia norte
XI Región de Aysén
Patagonia Sur
XII Región de Magallanes
Extranjero

ZONA	N°	%
Zona Norte Grande	0	0%
Zona Norte chico	3	2%
Zona Centro	187	94%
Zona Sur	3	2%
Patagonia norte	1	1%
Patagonia Sur	0	0%
Extranjero	6	3%
TOTAL	200	100%

La primera mayoría de los turistas que visitan la comuna de Puchuncaví específicamente el balneario de Maitencillo son de la Zona centro específicamente de la región metropolitana, podemos deducir que los turistas vistan esta comuna por la cercanía a dicha ciudad.

La segunda mayoría tiene que ver con el alto crecimiento que tiene las visitas de turistas extranjeros al balneario de Maitencillo especialmente de los países de argentina y España.

La minoría de los visitantes pertenece a la zona sur y esto se debe principalmente a la distancia entre la comuna y estas regiones.

1) *¿Cuál es su motivo de Viaje?*

Alternativa	N°	Porcentaje
A	150	75%
B	17	9%
C	20	10%
D	13	7%
TOTAL	200	100%

Al realizar 200 encuestas en los balnearios de la localidad de Maitencillo nos encontramos que le principal motivo de viaje a la comuna de Puchuncaví es el de vacaciones, donde los turistas disfrutan cada atractivo del lugar y los servicios turísticos que se les ofrece.

El siguiente motivo con un 10% es el por razones de trabajo, ya que en temporada estival en Maitencillo encontramos variedad de empresas realizando eventos, empresas de gastronomía, aumento de alojamiento y servicios turísticos en gran cantidad.

Siguiendo con un 9% aquellos que visitan a familiares ya que en Maitencillo está en un a crecimiento notable de la población a través de residenciales, grandes condominios y casas de playa.

2) *El motivo para venir de vacaciones a la comuna de Puchuncaví es*

Alternativa	N°	Porcentaje
A	113	57%
B	36	18%

C	35	18%
D	16	8%
TOTAL	200	100%

El principal motivo por que los turistas visitan Maitencillo es por vacaciones lo cual desemboca en un 57% en la variedad de atractivos turísticos que este posee, en los cuales destaca la variedad de playas y naturaleza del lugar.

Como en un principio nombramos que la residencia más habitual de los turistas es la región metropolitana, uno de los motivos que nos verifica nuevamente por que los turistas visitan la comuna de Puchuncaví es por la cercanía de su residencia representado en un 18%.

Y con un mínimo de porcentaje tenemos la opción D que representa la comuna de Puchuncaví “Donde el campo se junta con el Mar”, eso nos da a conocer que los turistas visitan más Maitencillo por las playas y no se animan en conocer el turismo rural, es por eso que se debe fortalecer esta debilidad.

3) ¿Cómo se informó de la comuna de Puchuncaví?

Alternativa	N°	Porcentaje
A	123	62%
B	58	29%
C	14	7%
D	5	3%
TOTAL	200	100%

Esta pregunta tiene el fin de saber como el turista se informo de la comuna y también para realizar alguna estrategia de promoción.

El mayor porcentaje con un 62% encontramos que los turistas ya habían visitado anteriormente Maitencillo y esto nos da a conocer que la gente queda conforme con los atractivos y servicios que ofrece la comuna de Puchuncaví

Siguiendo a este aspecto positivo, debemos reconocer que el medio más importante y efectivo de la promoción de un lugar es el “ boca en boca” es por eso que tenemos un 29% de turistas que visitan la comuna de Puchuncaví por recomendaciones de amigos u otra persona.

4) ¿Ud. Ha visitado anteriormente la comuna?

Alternativa	N°	%
A	166	83%
B	34	17%
TOTAL	200	100%

5) *¿Cuántas veces ha visitado anteriormente la comuna?*

Alternativa	N°	%
A	35	18%
B	60	30%
C	31	16%
D	74	37%
TOTAL	200	100%

Con la pregunta N° 4 verificamos que los turistas quedan contentos con una visita anterior y vuelven a esta localidad representada con un 83% de los turistas, y así tenemos que con un 37% de los turistas visitaron Maitencillo más de 7 veces.

Siguiendo en la pregunta N° 5 tenemos que los turistas han visitado más de 2 a 4 veces Maitencillo esto representado con un 30% de los entrevistados.

Con un porcentaje muy bajo tenemos a nuevos turistas, esto representado un 18%, nos da a conocer que debemos fortalecer mas canales de difusión para que la comuna de Puchuncaví se conozca mas en chile y en el extranjero.

6) *¿Cuánto tiempo va a permanecer en la comuna?*

Alternativa	N°	%
A	13	7%
B	32	16%
C	45	23%
D	110	55%
TOTAL	200	100%

Los turistas que visitan la comuna de Puchuncaví, específicamente en la localidad de Maitencillo tienen un periodo de permanencia promedio de una semana, lo que nos indica que Maitencillo no es un atractivo para turistas de transito sino de una permanencia extensa, ellos son aquellos que utilizan toda la oferta de servicios turísticos, esto representado en un 55% de los turistas entrevistados.

Y con un 7% tenemos a turistas de tránsito que solo viene a conocer el balneario rápidamente.

Es importante señalar que Maitencillo cuenta con extensa oferta de alojamiento de variados precios y estilos.

7) *¿Dónde se encuentra alojando?*

Alternativa	N°	%
TOTAL	200	100%
B	55	28%
C	51	26%

Debemos mencionar que en Maitencillo nos encontramos con un servicio especial para los turistas con varias casas de arriendos, totalmente equipadas y muchas veces los turistas prefieren este tipo de alojamiento ya que es más privado y acogedor, esto representado con un 29%.

Como ya fue mencionado, Maitencillo está en crecimiento de población flotante, nos encontramos que muchas familias tienen vivienda propia en este balneario, esto representado con un 28%.

Con una representación menor nos encontramos con la alternativa que los turistas alojan en alojamiento turísticos (Hotel, residencial, cabañas) esto se debe por la falta de alojamiento turístico de calidad y a un precio accesible.

8) Las actividades que realiza frecuentemente en la comuna son:

Alternativa	N°	%
A	134	67%
B	35	18%
C	16	8%
D	15	8%
TOTAL	200	100%

El principal atractivo de Maitencillo es la variedad de playas que rodea esta localidad, playas tranquilas para niños, extensas para tomar sol para la familia, muy buenas para surfistas, entre otras.

Es por eso que el 67% de los turistas disfruta de este atractivo natural debemos tomar en cuenta que para mantener esta atracción debemos cuidar las playas, mantenerlas limpias y con concesionarios preocupados del entorno.

Con un porcentaje significativo nos encontramos con la opción que el turista recorra la comuna, es por eso que cada balneario debe potenciar la Comuna de Puchuncaví y su totalidad de atractivos turísticos.

9) El medio de transporte que Ud. Utilizó para llegar a la comuna fue

Alternativa	N°	%
A	132	66%
B	55	28%
C	13	7%
TOTAL	200	100%

El medio de transporte más utilizado para llegar a la comuna es el automóvil particular con un porcentaje de 66%.

El turista que llega a la comuna y que no posee vehículo propio lo hace por medio de recorrido diario de buses o taxis colectivos, esto representado en un 28%, cabe destacar que este turista es el estudiante o mochilero.

Y con un porcentaje menor es aquel turista que su medio de transporte en la comuna puede ser moto, lancha y bicicleta.

10) *¿El grupo que lo acompaña está dentro de las siguientes edades?*

Alternativa	Nº	%
A	12	6%
B	42	21%
C	69	35%
D	77	39%
TOTAL	200	100%

Observando el cuadro anterior, la opción de mayor porcentaje fue la del grupo de turistas con más 30 años lo que nos lleva a inferir que los turistas son adultos y vienen a disfrutar de vacaciones relajadas junto a sus familias.

Otra opción de alto porcentaje fue los turistas de 20 a 30 años los cuales viene a disfrutar junto amigos una vacaciones en la playa y disfrutar de las noches de entretenición que Maitencillo les ofrece, es por eso que , en temporada estival es factible invertir en centro de entretenición nocturna para jóvenes.

Esta opción nos puede mostrar que debemos enfocarnos a adulto joven , a entregarle el mejor servicio ya que es aquel que sale junto a su familia y tiene ganas de pasarlo bien, disfrutar de unas lindas vacaciones por lo tanto gastar en Maitencillo todo lo que sea necesario para satisfacer sus necesidades.

11) *¿Cuánto estima Ud. que gastará en forma diaria en la comuna?*

Alternativa	Nº	%
A	71	36%
B	52	26%
C	31	16%
D	25	13%
E	21	11%
TOTAL	200	100%

Es importante señalar que esta pregunta quiere dar a conocer nivel socioeconómico de los turistas que visitan Maitencillo es por eso que podemos deducir que los turistas gasta en promedio diario más de \$10.000.

Y nos encontramos con un porcentaje importante de turista que gastan hasta \$50.000 diarios un monto significativo para comuna de Puchuncaví y su crecimiento, es por eso que el municipio debe comenzar a trabajar en estrategias para una mayor captación de turistas.

También es muy importante introducir la denominada conciencia turista en la comuna y sus servicios turísticos ya que es una importante entrega de trabajos.

12) Ud. habitualmente se alimenta en

Alternativa	Nº	%
A	129	65%
B	28	14%
C	43	22%
TOTAL	200	100%

El turista que llega a la Comuna se alimenta principalmente en su casa con preparación ahí mismo, le sigue el almuerzo en restauran con porcentaje significativo lo que deja claro que invertir en gastronomía en Maitencillo no es una mala opción.

Es importante realizar estrategias de mejoramiento de restaurantes de calidad, donde el municipio pueden realizar variadas capacitaciones donde se les puede enseñar que aparte de entregar una comida excelente debe entregar un servicio completo a los turistas desde una buena atención, entrega de información turística, entre otras.

Opinión, Recomendaciones y reclamos de turistas

Al encuestar a los turistas obtuvimos el perfil del turista sobre la base de sus necesidades y gusto, con las conclusiones podremos crear objetivos, acciones y estrategias, es por eso que también se les pidió a los turistas si tenían una opinión, reclamo o sugerencia se acercaran a los módulos de información turística y dejara esta constancia para encontrar una solución y Maitencillo en un futuro no tenga los problemas actuales.

Principalmente los reclamos y sugerencias iban a:

- Realizar más áreas Verdes
- Exigir más a concesionarios, que ellos mantengan más limpia las playas y alrededor.
- Que el camión de basura pase todos los días y que sea de cuidado intensivo la basura de localidad
- que pavimento pasajes de Maitencillo o mejoren calles.

HORCÓN

Ante la pregunta de residencia de los encuestados, podemos deducir que;

Para mejor comprensión se agrupo el país por zonas

Zona Norte Grande
I Región de Tarapacá
II Región de Antofagasta

Zona Norte chico		
III Región de atacama		
IV Región de Coquimbo		
Zona Centro		
V Región de Valparaíso		
Región Metropolitana		
VI Región de Libertador Bernardo O’Higgins		
VII Región del Maule		
Zona Sur		
VIII Región del Bío Bío		
IX Región de Araucanía		
X Región de los lagos		
Patagonia norte		
XI Región de Aysén		
Patagonia Sur		
XII Región de Magallanes		
Extranjero		
ZONA	Nº	%
Zona Norte Grande	7	4%
Zona Norte chico	4	2%
Zona Centro	174	87%
Zona Sur	3	2%
Patagonia norte	0	0%
Patagonia Sur	1	1%
Extranjero	11	6%
TOTAL	200	100%

La gran mayoría de turistas que vistan la Comuna son de la Zona norte específicamente de los interiores de la V Región y Región Metropolita, todo esto representado en un 87% de los encuestados.

Horcón es un balneario típico, muy llamativo con playas hermosas y un ambiente relajado, en la actualidad es conocido por extranjeros de todo el mundo es por eso que la segunda mayoría son de turistas extranjeros de países como; Colombia, Francia, España, argentina, entre otros.

La minoría de los visitantes pertenece a la Patagonia norte y sur, esto se debe principalmente a la distancia existente entre la comuna y esta región.

La zona norte también posee un porcentaje bajo es por eso que se debe potenciar mas la difusión de la comuna en todas las regiones de Chile y poder realizar alianzas de comunicación turística con los diversos municipios de Chile

1) ¿Cuál es su motivo de Viaje?

Alternativa	Nº	Porcentaje
A	126	63%
B	51	26%
C	20	10%
D	3	2%
TOTAL	200	100%

El principal motivo de viaje a la Comuna es el de vacaciones, donde los turistas deciden conocer este balneario y disfrutar su tiempo en las extensas playas de Horcón.
Es muy importante reconocer que Horcón es un destino turístico que se debe potenciar mas, ya que cada año llegan más turistas y la capacidad de carga de Horcón no está dando abasto.

2) El motivo para venir de vacaciones a la comuna de Puchuncaví es

Alternativa	Nº	Porcentaje
A	105	53%
B	49	25%
C	27	14%
D	19	10%
TOTAL	200	100%

El turista principalmente visita nuestra comuna y las playas de Horcón por la variedad de atractivos que este posee.

El turista es atraído también por las bellezas escénicas, el clima, el aire puro y tranquilidad, que no se encuentra habitualmente en las grandes ciudades.

Es importante señalar que el turista aun no reconoce la comuna como su logo lo presenta “Donde el campo se junta con el mar “ya que la difusión es escasa y aun no se posiciona en la mente de los turistas.

Dado que el recurso playa es el más recurrente, nos permite ser optimistas, pues se encuentra a través de toda la costa de la comuna.

3) ¿Cómo se informó de la comuna de Puchuncaví?		
Alternativa	Nº	Porcentaje
A	99	50%
B	85	43%
C	13	7%
D	3	2%
TOTAL	200	100%

Con el fin de saber como el turista se informo de la comuna y también poder realizar una buena estrategia de promoción en un futuro se hizo esta pregunta.

y nos encontramos con turistas que ya habían visitado la comuna y quedaron encantados y vuelven con un alto porcentaje representado en un 50% de los encuestados.
un importante canal de información es el “famoso boca en boca “donde los amigos o conocidos recomiendan esta comuna por sus atractivos y balnearios típicos, representado en 43%.

Con una minoría nos encontramos con información en agencias de viajes lo que nos da a conocer que se debe potenciar y dar a conocer esta comuna en agencias de viajes, ya que esta zona turística ofrece todos los servicios turísticos necesarios.

4) ¿Ud. Ha visitado anteriormente la comuna?		
Alternativa	Nº	%
A	146	73%
B	54	27%
TOTAL	200	100%

5) ¿Cuántas veces ha visitado anteriormente la comuna?		
Alternativa	Nº	%
A	52	26%
B	50	25%
C	35	18%
D	63	32%
TOTAL	200	100%

Los turistas que no habían visitado la Comuna de Puchuncaví reflejan un 27% no dejando ser un porcentaje considerable, se asume que esto sucede por el desconocimiento de ella, por la falta de promoción y difusión.
Con un 73% tenemos turistas que ya han visitado la comuna de Puchuncaví más de 6 veces.

Cabe señalar y recalcar que la pregunta n° 5 se refería a la cantidad de veces que los turistas han visitado nuestra comuna y tenemos como resultado que el mayor porcentaje indica que ha visitado la comuna más de 7 veces, esto refleja que los turistas quedan conforme con la comuna y los servicios turísticos ofrecidos.

6) ¿Cuánto tiempo va a permanecer en la comuna?

Alternativa	N°	%
A	20	10%
B	53	27%
C	46	23%
D	81	41%
TOTAL	200	100%

Quien visita la comuna tiene un periodo de permanencia de más de 7 días aproximadamente lo que nos indica que los turistas utilizan variados servicios turísticos, entonces es un gran indicio donde debemos potenciar las infraestructuras turísticas siempre cuidando la identidad de la comunidad y mejorando los servicios de gastronomía.

Los turistas que visitan la comuna por un día representan el 10% de los encuestados, son aquellos que residen cerca del balneario o se encuentran alojando en otro balneario de la comuna de Puchuncaví o sus alrededores.

7) ¿Dónde se encuentra alojando?

Alternativa	N°	%
A	41	21%
B	56	28%
C	36	18%
D	67	34%
TOTAL	200	100%

La localidad de Horcón cuenta con variadas cabañas distintas en tamaños y precios lejanía de la playa, etc. Es por eso que el 34% de los turistas alojan en estas.

Observando el cuadro anterior, la opción con mayor porcentaje fue la de establecimientos turísticos (Hoteles, cabañas y residenciales), la que nos lleva a inferir que la opción de invertir en la comuna en sitios de alojamiento turísticos es muy viable.

Otra de la opción con alto porcentaje fue el de personas que hospedan en viviendas de algún familiar o amigo, es así como nos damos cuenta que Horcón está creciendo su población flotante y existen variadas poblaciones de casas de veraneo.

8) Las actividades que realiza frecuentemente en la comuna son:		
Alternativa	N°	%
A	147	74%
B	34	17%
C	12	6%
D	7	4%
TOTAL	200	100%

En relaciona las actividades más frecuentes que realizan los turistas es visitar las hermosas playas de Horcón, con un 74% de los encuestados.

La segunda opción más popular fue recorrer la comuna, esto es muy positivo por que así los turistas conocen toda la comuna y sus variadas localidades.

Con un bajo porcentaje nos encontramos con una actividad nocturna que los turistas no realizan mucho, salir de noche e ir a discoteques o pub, debemos señalar que en la localidad de Horcón no se encuentran sitios de entretención nocturna.

9) El medio de transporte que Ud. Utilizó para llegar a la comuna fue		
Alternativa	N°	%
A	115	58%
B	78	39%
C	7	4%
TOTAL	200	100%

El medio de transporte más utilizado para llegar a la Comuna de Puchuncaví es el automóvil particular, también es muy importante señalar la inquietud de los turistas, en la localidad de Horcón se carece de estacionamientos y lugares seguros para dejar sus automóviles.

Horcón es terminal de muchas líneas de buses es por eso que no es difícil trasladarse en bus, nos encontramos con la línea Sol del Pacifico, Limequi y cóndor bus.

10) ¿El grupo que lo acompaña está dentro de las siguientes edades?		
Alternativa	N°	%
A	5	3%
B	38	19%
C	75	38%
D	82	41%
TOTAL	200	100%

Los turistas vacacionan con su familia o amigos, generalmente vienen en un grupo min de 3 personas y con un promedio de 7 personas.

El grupo de turistas está entre las edades de 20 a 30 años, grupo que equivale adulto joven y disfruta sus vacaciones gastando su dinero, satisfaciendo sus necesidades y conociendo todo lo de su alrededor es por eso que se debe potenciar la promoción para estos jóvenes aventureros.

11) *¿Cuánto estima Ud. que gastará en forma diaria en la comuna?*

Alternativa	Nº	%
A	45	23%
B	59	30%
C	40	20%
D	26	13%
E	30	15%
TOTAL	200	100%

Los turistas gastan en promedio \$20.000 diarios siendo estos turistas los que gastan en la comuna y los distintos servicios turísticos.

Con un significativo 15% nos encontramos con un segmento de turistas que gastan más de\$ 100.000, este tipo de turista debe mantenerse y crecer en el tiempo ya que ayuda al crecimiento de la comuna y comunidad en sí.

12) *Ud. habitualmente se alimenta en*

Alternativa	Nº	%
A	121	61%
B	24	12%
C	55	28%
TOTAL	200	100%

La localidad de Horcón tiene variados restaurantes típicos de la zona donde nos ofrecen todo tipo de pescados y mariscos, un 28% de los turistas va a comer a un restauran un porcentaje significativo que nos indica que debemos mejorar la calidad y infraestructura de gastronomía.

El 61% de los turistas prepara comida en su casa, ahí visualizamos que es factible invertir en supermercados, farmacias, otros y así mejor la atención al turista que nos vista a la Comuna de Puchuncaví.

Opinión, Recomendaciones y reclamos de turistas

Al encuestar a los turistas obtuvimos el perfil del turista sobre la base de sus necesidades y gusto, con las conclusiones podremos crear objetivos, acciones y estrategias, es por eso que también se les pidió a los turistas si tenían una opinión, reclamo o sugerencia se acercaran a los módulos de información turística y dejara esta constancia para encontrar una solución y Horcón en un futuro no tenga los problemas actuales.

Principalmente los reclamos y sugerencias iban a:

La falta de actividades Culturales en las playas

Que los concesionarios de las playas tengan más cuidado con la basura, perros, etc.

Que el municipio se preocupe más de la basura de los alrededores

Que el camión de basura pase todos los días y existan más recipientes para no dejar la basura botada en cualquier lugar y crezca un foco de infección.

Mejorar la costanera, ya que no existe un paseo y en temporada de verano colapsa con automóviles.

La falta de carabineros es notable en el día como en la noche.

Los artesanos debería tener más conciencia turística, cuidar su entorno y dar el ejemplo, el municipio debería capacitarlos y mejorar su aspecto.

Colocar basureros en la costanera.

Mejorar el estado de las calles de Horcón.

LAS VENTANAS

Ante la pregunta de residencia de los encuestados, podemos deducir que;

Para mejor comprensión se agrupo el país por zonas

Zona Norte Grande
I Región de Tarapacá
II Región de Antofagasta
Zona Norte chico
III Región de atacama
IV Región de Coquimbo
Zona Centro
V Región de Valparaíso
Región Metropolitana
VI Región de Libertador Bernardo O’Higgins
VII Región del Maule
Zona Sur
VIII Región del Bío Bío
IX Región de Araucanía
X Región de los lagos
Patagonia norte
XI Región de Aysén
Patagonia Sur
XII Región de Magallanes
Extranjero

ZONA	N°	%
Zona Norte Grande	0	0%
Zona Norte chico	2	1%
Zona Centro	191	96%
Zona Sur	3	2%
Patagonia norte	0	0%
Patagonia Sur	0	0%
Extranjero	4	2%
TOTAL	200	100%

Los turistas que visitan la comuna de Puchuncaví son de la zona central específicamente de los interiores de La V Región y Región Metropolitana, por lo que podemos deducir que la mayoría visita la comuna por la cercanía de su residencia.

La localidad de ventana es un balneario que ha tenido bastantes problemas ya que se encuentra en una zona contaminada, pero el municipio está tratando que las ventanas se mantenga como un lugar turístico a pesar de las grandes empresas que rodean esta extensa playa.

Es por eso que debemos tomar en cuenta que debemos potenciar los atractivos de las ventanas como es el monumento natural” la ventana”

1) *¿Cuál es su motivo de Viaje?*

Alternativa	N°	porcentaje
A	171	86%
B	24	12%
C	3	2%
D	2	1%
TOTAL	200	100%

Nuevamente nos encontramos que el motivo principal para los turistas es vacaciones eso quiere decir que Las Ventanas aun sigue en condiciones de ser una zona turística.

Siguiendo de muy lejos nos encontramos con otras razones en las cuales podemos nombrar, trabajo, campeonatos deportivos, etc.

2) *El motivo para venir de vacaciones a la comuna de Puchuncaví es*

Alternativa	N°	Porcentaje
A	100	50%
B	50	25%
C	40	20%
D	10	5%
TOTAL	200	100%

Los turistas visitan la Comuna de Puchuncaví por los atractivos que esta posee, las ventanas no queda indiferente a esta apreciación es por eso que los turistas reconocen que las ventanas a pesar de la contaminación tiene atractivos turísticos que pueden ser potenciados; como la gran costanera, la ventana y los pósitos de la ventana.

También los turistas reconocen que la Comuna de Puchuncaví es un lugar privilegiado a la hora de escoger el destino turístico analizando su clima.

3) ¿Cómo se informó de la comuna de Puchuncaví?

Alternativa	N°	Porcentaje
A	139	70%
B	50	25%
C	11	6%
D	0	0%
TOTAL	200	100%

La mayoría de los turistas encuestados ya habían visitado la comuna y quedaron encantados, es por eso que ellos la visitan regularmente ya que encuentran que es un lugar que posee variados ambientes para disfrutar, aunque las ventanas sea una zona contaminada los turistas comentan que es una de las mejores playas que ellos conocen.

Los turistas son atraídos a estas costas ya que es un lugar bello, cercano al campo, donde encuentran tranquilidad.

Recalcamos que a través de esta encuesta podemos visualizar que la marca de La Comuna de Puchuncaví, aun no está posicionada en la mente de los turistas es por eso que debe realizarse un análisis para crear estrategias de posicionamiento, esto está representado en un 0% de los encuestados.

4) ¿Ud. Ha visitado anteriormente la comuna?

Alternativa	N°	%
A	173	87%
B	27	14%
TOTAL	200	100%

5) ¿Cuántas veces ha visitado anteriormente la comuna?

TOTAL	200	100%
A	25	13%
B	45	23%
C	21	11%
D	109	55%

Los turistas que ya habían visitado la comuna de Puchuncaví se encuentra representado en un 87%.

Y estos turistas se encuentran normalmente visitando esta zona, una de las principales razones es por la cercanía de su residencia y porque es una comuna que posee variados ambientes y estilos. El 55 % de los turistas ya es un entendido de esta comuna ya que ha visitado nuestras localidades más de 7 veces.

6) *¿Cuánto tiempo va a permanecer en la comuna?*

Alternativa	N°	%
A	43	22%
B	46	23%
C	56	28%
D	55	28%
TOTAL	200	100%

Los turistas entrevistados permanecerán en la localidad, gastarán, conocerán y disfrutaran en un promedio mayor a 5 días.

7) *¿Dónde se encuentra alojando?*

Alternativa	N°	%
A	122	61%
B	48	24%
C	12	6%
D	18	9%
TOTAL	200	100%

Observando el Cuadro anterior, la opción con mayor porcentaje fue la de casa de arriendo ya que debemos señalar que en la localidad de las ventanas no cuenta con una gran infraestructura hotelera.

Siguiendo nos encontramos con la opción de que los turistas se encuentran en alguna casa de amigo o familiar, en la localidad las ventanas esta en un crecimiento importante de población flotante.

8) *Las actividades que realiza frecuentemente en la comuna son:*

Alternativa	N°	%
A	188	94%
B	11	6%
C	1	1%

D	0	0%
TOTAL	200	100%

Los turista disfrutan día a día las vacaciones, su mayor actividad es visitar esta extensa playa y disfrutar de las actividades que se realizan en ella como kayak, surf, entre otros, esto representado en un 94% de los turistas entrevistados.

La opción D no conto con ningún turista interesado ya que en la localidad de Las Ventanas no cuenta con lugares nocturnos de entretención, y la única discoteque de la Comuna se encuentra a 20 min del lugar.

9) *El medio de transporte que Ud. Utilizó para llegar a la comuna fue*

Alternativa	N°	%
A	113	57%
B	86	43%
C	1	1%
TOTAL	200	100%

Nuevamente nos encontramos con que los turistas cada vez más salen de vacaciones en su automóvil particular esto representado en un 57%.

Pero seguido y con un porcentaje considerable tenemos aquellos turistas que visitan la comuna y se movilizan en bus o taxi colectivo.

10) *¿El grupo que lo acompaña está dentro de las siguientes edades?*

Alternativa	N°	%
A	2	1%
B	4	2%
C	63	32%
D	131	66%
TOTAL	200	100%

El segmento más común que disfruta de unas lindas vacaciones junto a su familia son los turistas ya consolidados con trabajo, familia y dinero que gastar, las edades rondan entre 30 a 85 años, representado en un 66% de los encuestados.

También tenemos un segmento de adulto joven que visita la localidad con amigos, gasta menos dinero, recorre variados lugares y disfruta de las actividades turísticas que se realizan en la comuna, esto representado en un 32%.

11) ¿Cuánto estima Ud. que gastará en forma diaria en la comuna?		
Alternativa	N°	%
A	79	40%
B	82	41%
C	34	17%
D	5	3%
E	0	0%
TOTAL	200	100%

En la localidad de las ventanas los turistas gasta entre \$1.000 a 10.000 pesos diarios ya que su nivel socioeconómico no es alto este segmento es de clase media baja.

40% gasta 10.000 máximos y 41% gasta 30.000 máximos.

En este caso no tenemos turistas que gasten más de \$ 100.000 Diarios.

12) Ud. habitualmente se alimenta en		
Alternativa	N°	%
A	123	62%
B	26	13%
C	51	26%
TOTAL	200	100%

El turista normalmente se alimenta en su propia casa y preparan ellos mismo algo rápido.

Con un 26% tenemos que ocasionalmente los turistas almuerzan en restaurantes, esto da a conocer que debería existir más fiscalización en lugares gastronómicos, capacitarlos y darles apoyo, así la comunidad y los inversionistas se siente confiados al realizar un buen negocio gastronómico.

Opinión, Recomendaciones y reclamos de turistas

Al encuestar a los turistas obtuvimos el perfil del turista sobre la base de sus necesidades y gusto, con las conclusiones podremos crear objetivos, acciones y estrategias, es por eso que también se les pidió a los turistas si tenían una opinión, reclamo o sugerencia se acercaran a los módulos de información turística y dejara esta constancia para encontrar una solución y Las Ventanas en un futuro no tenga los problemas actuales.

Principalmente los reclamos y sugerencias iban a:

- Realizar más actividades Culturales y Recreacionales en las playas de las Ventanas.
- Que la empresa de aseo o camión de aseo municipalidad se normalice y pase todos los días y que su recorrido cambie día a día para que este pase por todos los pasajes posibles.
- mejorar calles sin pavimento y sin luminaria ya que esto es muy peligroso para la comunidad.

- Que el municipio fiscalice o exija más a los concesionarios de las playas, ya que los actuales deja mucho que desear, no cuidan las playas, no tienen bastantes basureros, entre otros.
- Tomar más valor al monumento natural de “la Ventana”, ya que podría ser un paseo muy hermoso.
- Que en temporada estival se exija más seguridad de carabineros y Municipalidad.
- Arreglar las bajadas de las playas.

CONCLUSIONES GENERALES

La comuna de Puchuncaví cuenta con todo lo necesario para ofrecer a los turistas, muchos atractivos turísticos como; playa, campo, actividades turísticas, lugares típicos y hermosos paisajes. También podemos mencionar que los servicios turísticos de la zona se relacionan directamente con el alojamiento, desde el hotel resort hasta residenciales, cabañas, entre otras. En cuanto a los servicios de gastronomía se cuenta con una amplia gama de alternativas, como comida al paso, gastronomía típica del campo y productos del mar.

Es por eso que al realizar la encuesta los meses de enero y febrero, donde la mayoría de los chilenos y extranjeros se encuentran de vacaciones, logramos concluir que los turistas visitan nuestra Comuna por su gran clima, sus playas extensas, su cercanía al campo y tranquilidad.

Los turistas que visitan la Comuna de Puchuncaví son de la Zona Centro, específicamente de los interiores de la V región y región Metropolitana, de los 600 turistas entrevistados 552 son de la zona Centro lo que equivale a un 92% lo que representa que la mayoría de los turistas visitan principalmente la Comuna por la cercanía de su residencia.

El principal motivo de viaje de estos turistas son sus vacaciones, donde ellos disfrutan y utilizan todos los servicios turísticos que le ofrece la comuna, representado en el 75% de los encuestados.

La mayor parte de los turistas con un 53%, nos visitan por haber estado anteriormente en la comuna, siguiendo con aquellos turistas que visitan la comuna porque sus amigos, conocidos o familiares le recomendaron esta Comuna, esto es muy importante ya que deja claro que es un destino turístico recomendado.

Las familias generalmente se quedan en distintos hospedajes principalmente en cabañas o casas arrendadas y la mayoría de las veces los turistas almuerzan por su propia cuenta y preparan ellos mismos.

Por último los turistas son atraído por la belleza, el clima, el aire puro, facilidad de acceso y la tranquilidad, que no se encuentra habitualmente en las grandes ciudades, dado que el recurso playa es el más recurrente, nos permite ser optimistas, pues se encuentra a través de toda la costa de la comuna, este agregado al buen clima y a una buena estrategia de promoción e

información podemos ser competitivos con mercados existentes y de similares características en la región.

RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS

Es muy importante señalar que la comuna de Puchuncaví debe potenciar una estrategia comunal para el desarrollo turístico sustentable.

A continuación presentare algunas recomendaciones y acciones a seguir:

- Tomar en cuenta la opinión de la comunidad turística y solucionar sus reclamos.
- La temporada estival debe comenzar desde el mes de diciembre y tener los módulos de información totalmente equipados.
- Crear los mecanismos comunicacionales y de asistencia técnica con organismos vinculados a la actividad turística: Dirección regional de turismo, asociación de municipalidades turísticas, casa de estudios superiores que imparten la carrera de turismo y profesiones relacionadas.
- Consolidar el rol controlador del municipio efectuando fiscalizaciones para garantizar una mejor prestación de servicios turísticos y actividades relacionadas.
- Reforzar la capacidad técnica en gestión ambiental
- Puesta en valor de recursos existentes en la comuna
- Crear campañas de cuidado ambiental que tome a los turistas como actores principales (Ej.: Campaña realizada en verano por promotores)
- Establecer un plan de marketing
- Posicionar la imagen turística.
- Fomentar programas, actividades y proyectos para la restauración del patrimonio histórico, arquitectónico, cultural y natural de la Comuna.
- El municipio impartir capacitaciones y perfeccionamiento para agentes de servicios turísticos.

6.3 Costos Abastecimiento Restaurante

6.3.1 Buffet para 56 a 75 personas

	Costos plato sin M de obra	Porciones	Total por porciones
Pastel de papas	\$ 380	12	\$ 4.560
cazuela de vacuno	\$ 380	12	\$ 4.560
Cazuela de Ave	\$ 420	12	\$ 5.040
Tallarines con salas Alfredo	\$ 200	12	\$ 2.400
Chop suey con arroz	\$ 385	12	\$ 4.621
Guatitas a la jardinera	\$ 300	12	\$ 3.600
Lentejas con salchichas	\$ 309	12	\$ 3.709
Carbonada	\$ 330	12	\$ 3.956
Menistron	\$ 443	12	\$ 5.311
Charquicán	\$ 300	12	\$ 3.600
Pollo a las mostaza con puré	\$ 410	12	\$ 4.915
Tallarines vontu	\$ 401	12	\$ 4.817
Pastel de choclo	\$ 577	12	\$ 6.922
Escalopa con arroz	\$ 400	12	\$ 4.800
Porotos	\$ 250	12	\$ 3.000
Garbanzos con arroz	\$ 340	12	\$ 4.086
Ensaladas (surtidas)	\$ 350	12	\$ 4.200
Came de Res (Asada 200 grs p/p)	\$ 380	12	\$ 4.560
Came de Cerdo (Asada 200 grs p/p)	\$ 150	12	\$ 1.800
Pollo (para asar 200 grs p/p)	\$ 100	12	\$ 1.200
Pastel de Choclo	\$ 300	12	\$ 3.600
Humas	\$ 100	12	\$ 1.200
Ceviche Pescado	\$ 300	12	\$ 3.600
Mariscos	\$ 400	12	\$ 4.800
Congrio frito	\$ 900	12	\$ 10.800
Reineta a la Mantequilla	\$ 300	12	\$ 3.600
1 Vaso Mote con huesillos	\$ 168	12	\$ 2.012
Helados Artesanales 3 sabores	\$ 85	12	\$ 1.016
Leche Asada	\$ 60	12	\$ 720
Leche con arroz	\$ 50	12	\$ 600
Jugos Naturales			
Variados Tipos	\$ 180	35	\$ 6.300
Total	\$ 8.461		\$ 119.904

6.3.2 Buffet para 45 a 55 personas

	Costos plato	Porciones	Total por porciones
Pastel de papas	\$ 380	10	\$ 3.800
cazuela de vacuno	\$ 380	10	\$ 3.800
Cazuela de Ave	\$ 420	10	\$ 4.200
Tallarines con salas Alfredo	\$ 200	10	\$ 2.000
Chop suey con arroz	\$ 385	10	\$ 3.851
Guatitas a la jardinera	\$ 300	10	\$ 3.000
Lentejas con salchichas	\$ 309	10	\$ 3.091
Carbonada	\$ 330	10	\$ 3.297
Menistron	\$ 443	10	\$ 4.426
Charquicán	\$ 300	10	\$ 3.000
Pollo a las mostaza con puré	\$ 410	10	\$ 4.096
Tallarines vontu	\$ 401	10	\$ 4.014
Pastel de choclo	\$ 577	10	\$ 5.768
Escalopa con arroz	\$ 400	10	\$ 4.000
Porotos	\$ 250	10	\$ 2.500
Garbanzos con arroz	\$ 340	10	\$ 3.405
Ensaladas (surtidas)	\$ 350	10	\$ 3.500
Came de Res (Asada 200 grs p/p)	\$ 380	10	\$ 3.800
Came de Cerdo (Asada 200 grs p/p)	\$ 150	10	\$ 1.500
Pollo (para asar 200 grs p/p)	\$ 100	10	\$ 1.000
Pastel de Choclo	\$ 300	10	\$ 3.000
Humas	\$ 100	10	\$ 1.000
Ceviche Pescado	\$ 300	10	\$ 3.000
Mariscos	\$ 400	10	\$ 4.000
Congrio frito	\$ 900	10	\$ 9.000
Reineta a la Mantequilla	\$ 300	10	\$ 3.000
1 Vaso Mote con huesillos	\$ 168	10	\$ 1.676
Helados Artesanales 3 sabores	\$ 85	10	\$ 847
Leche Asada	\$ 60	10	\$ 600
Leche con arroz	\$ 50	10	\$ 500
Jugos Naturales			
Variados Tipos	\$ 180	30	\$ 5.400
Total	\$ 8.461		\$ 100.070

6.3.3 Detalle del Gasto diario en alimentos

Alimentos	Medida	Cantidad	Precio		Gastos por día	Gastos por día
Verduras					45 a 55 pers.	55 a 75 pers.
Paltas	1 Kilo	5 porciones	550		2.400	2400
Papas	1Kilo	8 porciones	280		1.680	1960
Zapallo	1Kilo	5 porciones	350		1.050	1050
Choclo	1 Choclo	1 porción	65		2.600	3250
Anejas	1 Kilo	3 porciones	150		900	900
Limón	1 Kilo	5 limones	250		2.000	2000
Lechuga	1 Lechuga	5 porciones	100		500	500
Tomate	1 Kilo	5 porciones	280		840	840
Cebolla	1 Kilo	5 porciones	400		3.200	3200
Porotos verdes	1 Kilo	4 porciones	150		900	900
Pimenton	1 Pimenton	4 porciones	40		80	80
Ajo	1 Ajo	10 porciones	30		60	60
Carnes						
Carne de Res	1 Kilo	5 porciones	1900		3.800	5800
Carne de Pollo (pechugas- Tutos)	1 Kilo	3 porciones	1500		6.000	6000
Carne de Cerdo	1 Kilo	5 porciones	1500		4.500	4500
Guatitas	1 Kilo	5 porciones	1100		2.200	3300
Merluza	1 Kilo	5 porciones	1400		2.800	2800
Reineta	1 Kilo	3 porciones	1500		4.500	6500
Congrio	1 Kilo	5 porciones	4500		9.000	11000
Carne de res (cazuela)	1 Kilo	5 porciones	1900		3.800	5800
Carne Molida	1 Kilo	5 porciones	1200		3.600	3600
Salchichas	1 Kilo	5 porciones	1800		3.600	7200
Jamón	1 Kilo	15 porciones	6500		6.500	6540
Alimentos no Percibiles						
Arroz	1 Kilo	10 porciones	350		700	2800
Tallarines	1 Kilo	5 porciones	350		700	700
Garbanzos	1 Kilo	8 porciones	455		910	910
Lentejas	1 Kilo	8 porciones	455		910	910
Porotos	1 Kilo	8 porciones	455		910	910
Harina	1 Kilo		395		3.160	3160
Té	100 bolsas		20		2.000	2000
Café	200 sachet		45		2.250	2340
Huevos	1 Huevo		25		750	875
Mantequilla	250 grs	15 porciones	350		700	700
Queso	1 Kilo	15 porciones	3800		7.600	7600
Mermelada	250 grs	5 porciones	235		1.175	2350
Mayonesa	1 Kilo	1	499		998	998
Mostaza	1 Kilo	1	350		700	700
Leche	1 Litro	1	365		2.190	3285
Grasa	1 Kilo	10 porciones	600		60	180
Manteca	250 grs	5 porciones	245		49	98
Levadura	75 grs	1 porción	25		50	75
Helado					3.000	4000
Otros					5.000	5000
Total					100.322	119771

6.4 Precios del Bar

				Porciones	Porciones por Botella	Costo vaso o copa	M de Contribución	Precio Estimado	Precio Venta
Johnnie walker etiqueta roja	750 cc	6390	150 cc		5	1.278	70%	2982	3000
Vodka Absolut Blue	750 cc	6500	150 cc		5	1.300	70%	3033	3000
Jack Daniels	750 cc	11000	150 cc		5	2.200	70%	5133	5200
Flor de Caña 4 años	750 cc	3880	150 cc		5	776	70%	1810	1800
Havana añejo especial	750 cc	4180	150 cc		5	836	70%	1950	2000
Pisco capel 35º	750 cc	1600	150 cc		5	320	70%	746	800
Stolichnaya Lto. Vodka	750 cc	3800	150 cc		5	760	70%	1773	1800
Tequila el rey (golpeaditos)	750 cc	1913	150 cc		5	383	70%	894	900
Sombrero Negro	750 cc	5500	150 cc		5	1.100	70%	2567	2600
Sauza reposado dorado	750 cc	6237	150 cc		5	1.247	70%	2910	3000
Olmecca	750 cc	3125	150 cc		5	625	70%	1458	1500
Mistral 35º	750 cc	2790	150 cc		5	558	70%	1297	1300
Alto del Carmen	750 cc	2780	150 cc		5	556	70%	1297	1300
Amarretto di venezia	750 cc	6230	150 cc		15	415	70%	968	1000
baileys	750 cc	8000	150 cc		15	533	70%	1243	1300
Amarula	750 cc	7500	150 cc		15	500	70%	1186	1200
Araucano	750 cc	3437	150 cc		15	229	70%	534	600
Casillero del diablo	750 cc	2850	150 cc		5	570	70%	1330	1400
Misiones de Rengo varietal	750 cc	1640	150 cc		5	328	70%	887	900
Santa Rita 3 medallas	750 cc	1200	150 cc		5	240	70%	560	600
Carmen Margaux	750 cc	1200	150 cc		5	240	70%	560	600
Pionero Savignon Blanc	750 cc	2616	150 cc		5	523	70%	1220	1300
Pionero Merlot	750 cc	2616	150 cc		5	523	70%	1220	1300
Pionero Carmere	750 cc	2616	150 cc		5	523	70%	1220	1300
Pionero Chardoney	750 cc	2616	150 cc		5	523	70%	1220	1300
Cervezas									
Cerveza Artesanal Mestra Blonde Ale	330 cc	856	330 cc		1	856	70%	1997	2000
Cerveza Artesanal Mestra Amber Ale	330 cc	856	330 cc		1	856	70%	1997	2000
Austral Larger Rubia	330 cc	702	330 cc		1	702	70%	1638	1650
Chandon demi sec	750 cc	6940	750 cc						
Chandon extra brut	750 cc	8750	750 cc		1	6.940	70%	16193	16200
					1	8.750	70%	20416	20500
Bombillas	1x 1500	5							
Azúcar flor	1/2 kilo	360			6	60			
Hielo	mas de 20 bolsas	698			6	116			
Red Bull	Lata	1050			1	1.050	70%	2450	2500
Dark dog	Lata	1050			1	1.050	70%	2450	2500
tabasco	60 ml	1650							
Triple sec	750 cc	2100	38 cc		20				
Granadina	750 cc	2100	38 cc		20				
Jugo de limón congelado	12 kilos	2050	0,25 kilo		48				
Benedictino con gas	500 cc	318	500 cc		1	318	70%	742	750
Benedictino sin gas	500 cc	318	500 cc		1	318	70%	742	750
Coca Cola Light	Express	165	Express		1	165	70%	385	400
Coca cola	Express	165	Express		1	165	70%	385	400
Sprite	Express	165	Express		1	165	70%	385	400
Tonica	Personal	330	Personal		1	330	70%	770	800
Nectar Watts (naranja)	1500 cc	798	150 cc		10	80	70%	187	200
Nectar Watts (piña)	1500 cc	798	150 cc		10	80	70%	187	200

6.5 Ventas Año 1

AÑO 4					
Temporada Alta					
				5% de descuento	
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 dias	Precio p/pers	Total ingresos
Alojamiento	75	3	30	57.000	384.750.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	200.000	8	2		3.200.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	90	5	21500		9.675.000
2	15	15	30000		6.750.000
Consumo Restaurante	Nº personas		Medida	Precio	
Vino	3150		Copa	1.300	4.095.000
Bebidas	6300		Express	400	2.520.000
Bar					8.415.000
Total Ingresos T.Alta					419.405.000
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 dias	Precio p/pers	Total ingresos
Fiestas Patrias	60	3	1	50.000	9.000.000
Vacaciones de Invierno	45	3	2	50.000	13.500.000
Semana Santa	45	3	1	50.000	6.750.000
Demás días del año	700			40.000	28.000.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	100.000	8	10		8.000.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	40	5	21500		4.300.000
2	5	15	30000		2.250.000
Consumo Restaurante	Nº personas		Medida	Precio	
Vino	575		Copa	1.300	747.500
Bebidas	1150		Express	400	460.000
Bar					1.122.000
Graduaciones	160	2	30.000		9.600.000
Total Temporada Baja					83.729.500
Total Año 4					503.134.500

6.6 Ventas Año 2

AÑO 2					
Temporada Alta					
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 días	Precio p/pers	Total ingresos
Alojamiento	55	3	30	60.000	297.000.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	200.000	8	2		3.200.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	60	5	21500		6.450.000
2	12	15	35000		6.300.000
Consumo Restaurante	Cantidad		Medida	Precio	
Vino	2250		Copa	1.300	2.925.000
Bebidas	4500		Express	400	1.800.000
Bar					8.415.000
Total Ingresos T.Alta					326.090.000
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 días	Precio p/pers	Total ingresos
Fiestas Patrias	40	3	1	50.000	6.000.000
Vacaciones de Invierno	35	3	2	50.000	10.500.000
Semana Santa	35	3	1	50.000	5.250.000
Demás días del año	500			40.000	20.000.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	100.000	8	10		8.000.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	40	5	21500		4.300.000
2	4	15	30000		1.800.000
Consumo Restaurante	Nº personas		Medida	Precio	
Vino	415		Copa	1.300	539.500
Bebidas	830		Express	400	332.000
Bar					1.122.000
Graduaciones	160	2	30.000		9.600.000
Total Temporada Baja					67.443.500
Total Año 2					393.533.500

6.8 Ventas Año 4

AÑO 4					
Temporada Alta					
				5% de descuento	
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 dias	Precio p/pers	Total ingresos
Alojamiento	75	3	30	57.000	384.750.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	200.000	8	2		3.200.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	90	5	21500		9.675.000
2	15	15	30000		6.750.000
Consumo Restaurante	Nº personas		Medida	Precio	
Vino	3150		Copa	1.300	4.095.000
Bebidas	6300		Express	400	2.520.000
Bar					8.415.000
Total Ingresos T.Alta					419.405.000
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 dias	Precio p/pers	Total ingresos
Fiestas Patrias	60	3	1	50.000	9.000.000
Vacaciones de Invierno	45	3	2	50.000	13.500.000
Semana Santa	45	3	1	50.000	6.750.000
Demás días del año	700			40.000	28.000.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	100.000	8	10		8.000.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	40	5	21500		4.300.000
2	5	15	30000		2.250.000
Consumo Restaurante	Nº personas		Medida	Precio	
Vino	575		Copa	1.300	747.500
Bebidas	1150		Express	400	460.000
Bar					1.122.000
Graduaciones	160	2	30.000		9.600.000
Total Temporada Baja					83.729.500
Total Año 4					503.134.500

6.9 Ventas Año 5

AÑO 5					
Temporada Alta					
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 días	Precio p/pers	Total ingresos
Alojamiento	75	3	30	57.000	384.750.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	200.000	8	2		3.200.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	90	5	21500		9.675.000
2	15	15	30000		6.750.000
Consumo Restaurante	Nº personas	Días		Precio	
Vino	3150	59		1.300	4.095.000
Bebidas	6300	59		400	2.520.000
Bar					8.415.000
Total Ingresos T.Alta					
					419.405.000
Alojamiento	Nº personas	Promedio días	Peridos de 3 días	Precio p/pers	Total ingresos
Fiestas Patrias	60	3	1	50.000	9.000.000
Vacaciones de Invierno	45	3	2	50.000	13.500.000
Semana Santa	45	3	1	50.000	6.750.000
Demás días del año	700			40.000	28.000.000
Staff	Precio p/Staff	Nº de Staff	Meses		
Arrendamiento Staff	100.000	8	10		8.000.000
Tour	Cant Tour	Cant Pers/Tour	Precio p/persona		
1	40	5	21500		4.300.000
2	5	15	30000		2.250.000
Consumo Restaurante	Nº personas		Medida	Precio	
Vino	575		Copa	1.300	747.500
Bebidas	1150		Express	400	460.000
Bar					1.122.000
Graduaciones	160	2	30.000		9.600.000
Total Temporada Baja					
					83.729.500
Total Año 5					
					503.134.500

6.10 Implementación Spin & Breathe

Costos Implementación del Complejo				
	Implementación	Cantidad	Costo P/unidad	Total
Cocina				
	Plancha	1	\$ 365.990	\$ 365.990
	Refrigerador Industrial 3 puertas	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
	Freezer Industrial	1	\$ 220.000	\$ 220.000
	Cocina Industrial	2	\$ 350.000	\$ 700.000
	Campana Industrial	2	\$ 250.000	\$ 500.000
	Horno Semi Industrial	2	\$ 166.000	\$ 332.000
	Lavaplatos	1	\$ 392.700	\$ 392.700
	Freidora de papas	1	\$ 100.000	\$ 100.000
	Mesones de Acero Inoxidable	2	\$ 50.000	\$ 100.000
	Utencilios (Ollas, Sartenes, otros)		\$ 200.000	\$ 200.000
			\$ 2.594.690	\$ 3.910.690
Cocina Salón Buffet				
	Cocina	1	\$ 350.000	\$ 350.000
	Muebles Mezones	2	\$ 75.000	\$ 150.000
	Otros		\$ 200.000	\$ 200.000
	Total		\$ 625.000	\$ 700.000
Bar				
	Mesón Bar	1	\$ 300.000	\$ 300.000
	Pisos para bar	10	\$ 8.990	\$ 89.900
	Coctelera de Acero	2	\$ 3.990	\$ 7.980
	Lavaplatos	1	\$ 297.500	\$ 297.500
	Copas de Vino Tinto (6 uni)	20	\$ 3.990	\$ 79.800
	Copas de Vino Blanco (6 uni)	20	\$ 3.990	\$ 79.800
	Vasos Largos (6 uni)	20	\$ 1.200	\$ 24.000
	Jarro Pitcher	30	\$ 1.500	\$ 45.000
	Chopero Chico	50	\$ 400	\$ 20.000
	Chopero Grande	50	\$ 700	\$ 35.000
	Otros		\$ 150.000	\$ 150.000
	Total		\$ 772.260	\$ 1.128.980
Comedor				
	Mesas Maderas + 4 sillas	70	\$ 40.000	\$ 2.800.000
	Vajillas (6 uni de platos ondos, bajos, tazas, etc)	25	\$ 10.000	\$ 250.000
	Tazas de Café (6 uni)	15	\$ 4.000	\$ 60.000
	Cubiertos (tenedores, cuchillos, cucharas soperas, de te, etc)	25	\$ 6.990	\$ 174.750
	Decoración		\$ 100.000	\$ 100.000
	Total		\$ 160.990	\$ 3.384.750
Costos Spa				
	Silla de Masajes	2	\$ 113.050	\$ 226.100
	Mesa de Masajes	2	\$ 113.050	\$ 226.100
	Jacuzzi	1	\$ 399.990	\$ 399.990
	Toallas	30	\$ 4.000	\$ 120.000
	Decoración		\$ 25.000	\$ 25.000
	Total		\$ 655.090	\$ 997.190
Eco- Alojamientos				
	ECO - ALOJAMIENTOS (4 PERSONAS)			
	Cama Matrimonial	1	\$ 65.000	\$ 65.000
	Sabáñas	3	\$ 4.500	\$ 13.500
	almohoda	2	\$ 2.990	\$ 5.980
	Frazadas	4	\$ 6.290	\$ 25.160
	Cobertor	3	\$ 15.000	\$ 45.000
				\$ -
	Camarote 1 plaza 1/2 madera de pino	1	\$ 45.000	\$ 45.000
	Sabáñas	6	\$ 3.070	\$ 18.420
	Cobertor	4	\$ 14.000	\$ 56.000
	Almohada	2	\$ 2.090	\$ 4.180
	Frezadas	6	\$ 5.290	\$ 31.740
	Otros			
	Veladores	3	\$ 4.000	\$ 12.000

6.11 Certificado de Avalúo Fiscal



SII online
www.sii.cl
Facilitando el cumplimiento tributario

Fecha de Emisión: 15 de Febrero de 2010

CERTIFICADO DE AVALUO FISCAL

Avalúos en pesos del PRIMER SEMESTRE DE 2010

Comuna	:	PUCHUNCAVI
Número de Rol	:	00235-00051
Dirección o Nombre de la Propiedad	:	CAM INT S/N LTC CAMPICHE
Destino de la Propiedad	:	AGRICOLA

AVALUO TOTAL	:	\$	906.321
AVALUO EXENTO DE IMPUESTO	:	\$	906.321
AVALUO AFECTO A IMPUESTO	:	\$	0
AÑO TERMINO DE EXENCION	:		

El avalúo que se certifica ha sido determinado según el procedimiento de tasación fiscal para el cálculo del impuesto territorial, de acuerdo a la legislación vigente, y por tanto no corresponde a una tasación comercial de la propiedad.

Nota para el destinatario: Si desea verificar los antecedentes de este Certificado diríjase a www.sii.cl

Por Orden del Director

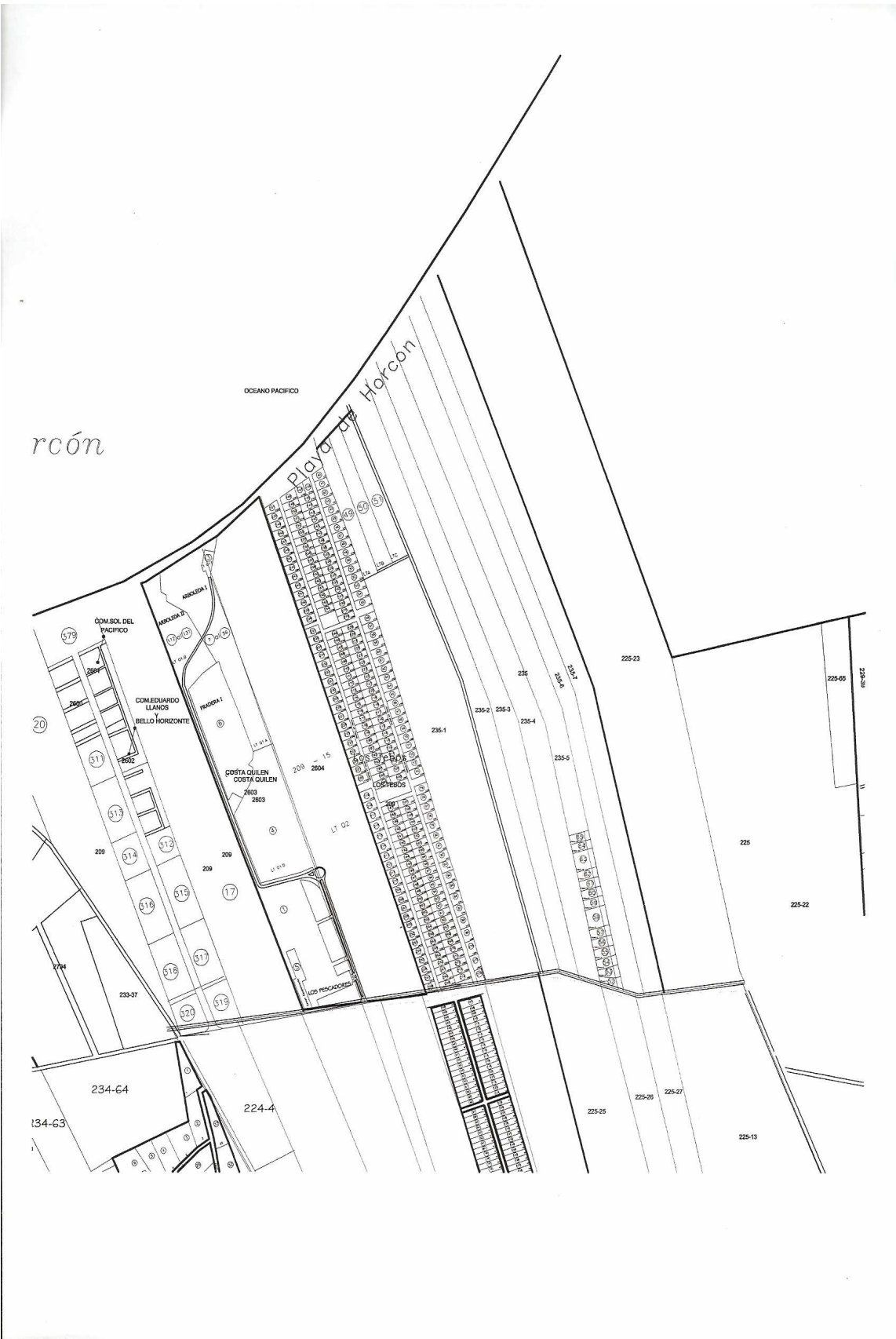


Ernesto Terán Moreno
Subdirector de Avaluaciones
Servicio de Impuestos Internos

FIRMA DE LA PERSONA QUE PRESENTA ESTE CERTIFICADO

NOMBRE	:	
RUT	:	
FECHA	:	15 de Febrero de 2010

6.12 Ubicación en el Plano regulador



6.13 Certificado de Informaciones Previas



CERTIFICADO DE INFORMACIONES PREVIAS

DIRECCIÓN DE OBRAS - MUNICIPALIDAD DE

REGION PUCHUNCAVÍ

DE VALPARAISO

CERTIFICADO Nº

FECHA

SOLICITUD Nº

FECHA

1.IDENTIFICACIÓN DE LA PROPIEDAD (CERTIFICADO DE NÚMERO)

PROPIEDAD UBICADA	Camino interior, con acceso a Camino Los Pescadores, Horcón				
LOTEO	Los Tebos	MANZANA	235	LOTE	C
ROL S.I.I. Nº	235-051	Nº ASIGNADO			

2.INSTRUMENTO(S) DE PLANIFICACIÓN APLICABLE(S)

PLAN REGULADOR INTERCOMUNAL		FECHA	
PLAN REGULADOR COMUNAL	Decreto Alcaldicio Nº1.576	FECHA	28.08.2009
PLAN SECCIONAL		FECHA	
PLANO SECCIONAL		FECHA	
AREA DONDE SE UBICA EL TERRENO			
X	URBANA	EXTENSIÓN URBANA	RURAL

3.DECLARATORIA DE POSTERGACIÓN DE PERMISO (Art.117 LGUC)

PLAZO DE VIGENCIA	
DECRETO O RESOLUCIÓN Nº	
FECHA	

4.Deberá acompañar informe sobre calidad de subsuelo(Art.5.1.15 O.G.U.C.)

SI	NO	X
----	----	---

5. NORMAS URBANÍSTICAS

5.1 USOS DE SUELO

ZONA O SUBZONA EN QUE SE EMPLAZA EL TERRENO		Zona Mixta Z11			
USOS DE SUELOS PERMITIDOS:					
Residencial					
Equipamiento: Comercio, Culto y cultura, deporte, Esparcimiento,					
Espacios Públicos					
Áreas verdes					
USOS DE SUELO PROHIBIDOS:					
Quedan expresamente prohibidos las discotecas, centros de orientación o rehabilitación conductual, cementerios y crematorios, cárceles y centros de detención.					
SUPERFICIE PREDIAL MINIMA	DENSIDAD MÁXIMA	ALTURA MÁXIMA DE EDIF.	SISTEMA DE AGRUPAMIENTO		
1000 m2	60 hab/há	35m	Aislado		
COEF.CONSTRUCTIBILIDAD	COEF.OCUPACIÓN DE SUELO	OCUPACIÓN PISOS SUPERIORES	RASANTE	NIVEL APLICACIÓN	
0.4	0.25		45°	deslinde del predio con vía pública y en el deslinde con la zona ZEN	
			70°	O.G.U. y C.	
ADOSAMIENTOS	DISTANCIAMIENTOS	CIERROS	OCHAVOS		
O.G.U.yC.	O.G.U.yC.	ALTURA	% TRANSPARENCIA		
ESTACIONAMIENTOS	CONDICIÓN ESPECIAL				
O.G.U. y C.	1. "Previo a la ejecución de los proyectos en la aprobación de cada loteo que se emplacen en las zonas Z10 y Z11 pertenecientes al sector del Bordo Costero Central de la comuna de Puchuncaví, deberán contemplar una vía de penetración a la Zona ZEN de acuerdo a las condiciones geográficas que presente cada sector, considerando en el remate de los accesos vehiculares un área de estacionamientos dimensionados en relación a la jerarquía de la vía correspondiente. Para tales efectos estas vías serán imputadas a la exigencia de circulación que establece el artículo 2.2.5 de la O.G.U.C." 2."Los predios que colinden con la Zona ZEN, deberán dejar una franja libre de edificación de 12m contigua a la referida zona"				
CESIONES Proporción frente y fondo superficies a ceder para áreas verdes (Art.2.2.5.Nº2 O.G.U.C.)					
ESTACIONAMIENTOS REQUERIDOS SEGÚN USOS PERMITIDOS					
según Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones					
AREA DE RIESGO		AREA DE PROTECCIÓN		ZONA O INMUEBLE DE CONSERVACIÓN HISTÓRICA	ZONA TÍPICA O MONUMENTO NACIONAL
SI	NO	SI	NO	SI	NO
	X		X		X
ESPECIFICAR		ESPECIFICAR		ESPECIFICAR	ESPECIFICAR

6.14 Cotización Construcción Complejo

PROYECTO CONSTRUCCION COMPLEJO TURISTICO

NOMBRE DEL COMPLEJO:
CAPACIDAD: 15 CABAÑAS (80 CAMAS) ZONA DE CAMPING (20 QUINCHOS)
RESTAURANT (CAPACIDAD 120 PERSONAS)
UBICACIÓN:
COMUNA: PUCHUNCAVI

1.- 5 Cabañas para 4 personas : Cabañas en tabiqueria de madera estilo rustico de 35 M2, Total 525.00 m2.

VALOR OBRA TERMINADO..... \$ 24.500.000.-

2.- 10 Cabañas para 6 o 7 personas: Cabañas en tabiqueria de madera estilo rustico de 60 M2. Total 600 M2.

VALOR OBRA TERMINADO\$ 84.000.000.-

3.- PISCINA : Piscina de 14 X 10 m2. terminado..... \$ 7.000.000.-

4.- SPA, CAMARINES, BAÑOS: 100 M2 Spa – 100 M2 Camarines – 100 M2 Baños

VALOR OBRATERMINADO..... \$ 24.000.000.-

5.- RESTAURANT (100 M2) – CABAÑA PERSONAL RECEPCION) 50 M2)–
OFICINA ADMINISTRATIVA (30 M2) Estilo rustico

VALOR OBRA TERMINADO..... \$ 18.000.000.-

6.- ZONA COMERCIO ARTESANIA Y SOUVENIERS – ESTACIONAMIENTOS.

VALOR TERMINADO.....\$ 4.000.000.-

7.- ZONA DE CAMPING Y PICNIC.....\$ 4.000.000.-

8.- AREAS VERDES –JUEGOS INFANTILES- PARQUE.....\$ 3.000.000.-

INCLUYE ALCANTARILLADO, INSTALACIONES DE GAFITERIA Y ELECTRICAS.

6.15 Carta Gantt de Construcción

