

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO





1. INTRODUCCION

El turismo vive desde algunos años una fase expansiva de su desarrollo en nuestro país, realidad de la cual nuestra comuna no está ajena. En los últimos años las exportaciones de servicios turísticos aumentaron en 8,48% anual y la llegada de turistas extranjeros aumento en 11,6% anual. Chile se ha ido convirtiendo paulatina y sostenidamente en un destino preferente para un gran numero de turistas de nivel mundial. La importante oferta nacional sustentada en la calidad y diversidad de nuestros recursos naturales y culturales y la imagen de un pueblo cordial y acogedor han ido abriendo un camino sólido y prometedor para el turismo, lo que permite prever que este será uno de los sectores mas dinámicos y de mayor crecimiento en la próxima década en nuestro país.

Hoy en día la actividad turística en Chile se encuentra en una etapa de pleno auge, y la comuna de Frutillar no se encuentra ajena a esta situación. Es por esta razón que el Municipio local se planteó la necesidad de formular un Plan de desarrollo turístico.

Los retos de competitividad que nos plantea el escenario turístico actual nos obligan a apostar por el consenso entre todos los sectores sociales y económicos de Frutillar. Un consenso a través del que podremos poner en marcha un ambicioso conjunto de medidas integrales que nos permitirá, a corto, mediano y largo plazo, reestructurar y adaptar nuestro sistema turístico.

De esta forma, podremos adecuarnos a las nuevas exigencias y condiciones del mercado, así como consolidar un sistema turístico competitivo y sostenible orientado al incremento de los beneficios sociales y económicos de la comuna. Del mismo modo, lograremos minimizar los impactos sobre nuestro territorio, sobre nuestro medioambiente y, lo que es aún más importante, sobre la cultura y sociedad de Frutillar.

Para todo ello es importante efectuar cambios en los enfoques actuales de la gestión estratégica del sistema turístico e incorporar una perspectiva global del destino turístico, lo que requiere de un ajuste importante de roles y de participación.

Frutillar posee hoy una estrategia turística integradora y definida que tiene por objeto marcar las líneas a seguir hacia la competitividad y la excelencia de la comuna como destino turístico.

Por primera vez, esta estrategia cuenta con el aval de haber sido diseñada desde la participación, la reflexión y el consenso de empresarios y emprendedores de todos los sectores involucrados directa e indirectamente en la industria turística local.

Estamos ante una estrategia nacida desde y para Frutillar. El análisis, el estudio, la participación y la reflexión nos han permitido elaborar una estrategia respaldada y apoyada en las experiencias, necesidades y perspectivas de quienes participan de manera directa o indirecta del turismo en la comuna.

1.1-Objetivos del Plan de Desarrollo turístico

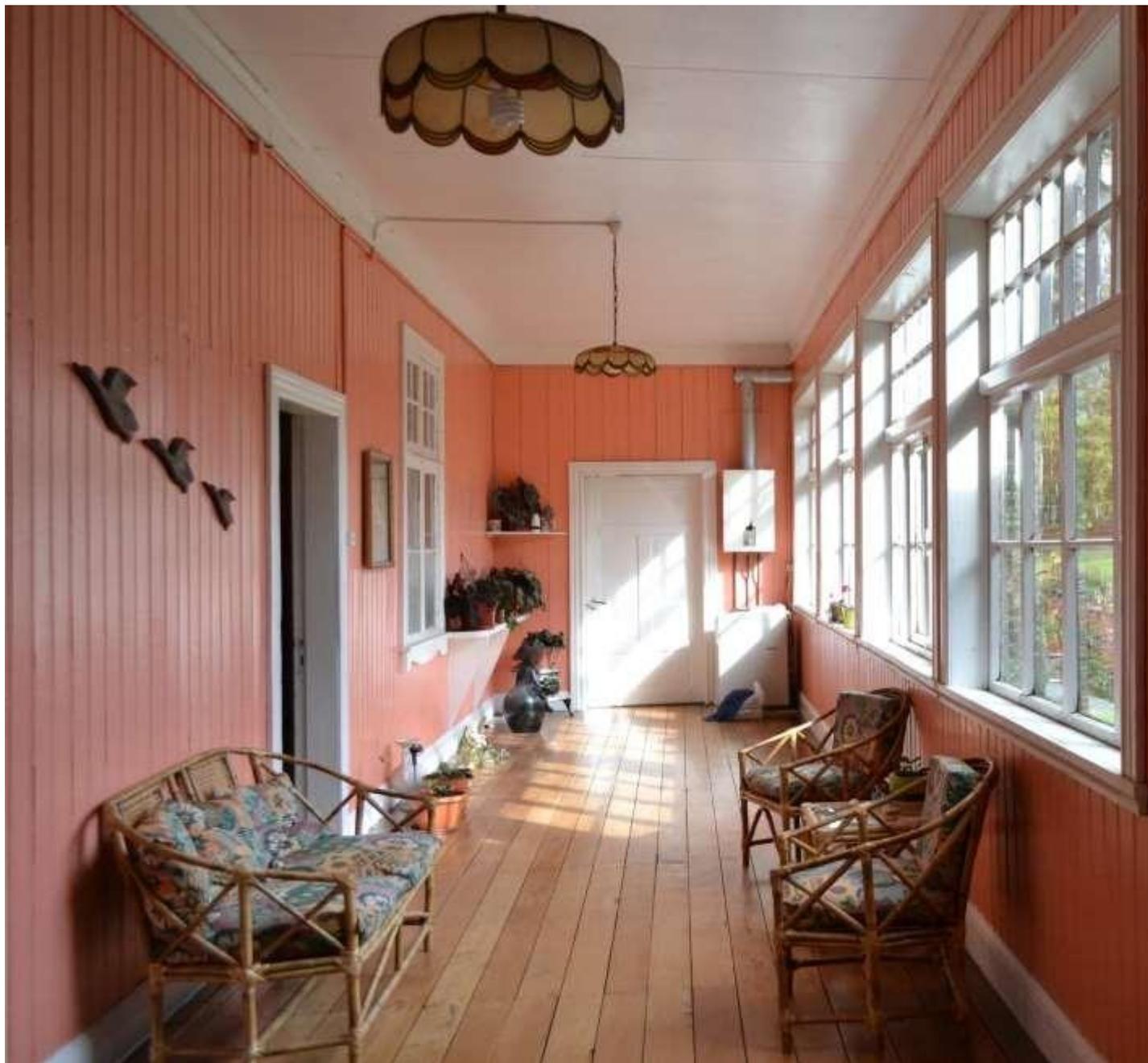
Objetivo General:

Disponer de un instrumento de planificación y un marco de referencia para conducir el desarrollo turístico de la comuna de Frutillar.

Objetivos Específicos:

- a. Conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en la comuna y las tendencias del desarrollo turístico.
- b. Contar con planteamientos categóricos referente al desarrollo turístico de la comuna, en función de las potencialidades y recursos con que cuenta la comuna.
- c. Identificar acciones y disponer de un Plan de Acción que permita un óptimo desarrollo de la actividad turística en la comuna de Frutillar.

2. MARCO REFERENCIAL



2.1-Contextualización

2.1.1-Situación del turismo mundial y nacional ¹

Durante los últimos años, el turismo ha demostrado ser un sector económico extraordinariamente fuerte y resistente, y ha funcionado como un motor del crecimiento económico global: aporta el 9% del PIB mundial, representa el 30% de las exportaciones de servicios y crea uno de cada once de los puestos de trabajo existentes en el planeta. Muestra de lo anterior es que recientemente y por primera vez, el G-20, que reúne a las economías más importantes del planeta, haya reconocido al turismo como un sector clave para la recuperación económica mundial, comprometiéndose a facilitar los viajes como una forma de incentivar la demanda y el gasto, estimulando así la creación del empleo.

Pero no se trata sólo de una actividad cuya importancia económica se ha consolidado en el tiempo, sino que además presenta una serie de características favorables que hacen de su fomento un objetivo de alto interés para Chile: contribuye a fortalecer la identidad nacional y local a través del reconocimiento de nuestros valores, incentiva el emprendimiento y la innovación, favorece la integración regional y fomenta la protección del patrimonio natural y cultural, por mencionar solo algunas.



Figura 1. Importancia del turismo en el mundo. Fuente: OMT, 2015.

2.1.2-El despegue de los destinos emergentes ¹

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación. Siguiendo esta tendencia, las estimaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT) sugieren que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3,3% anual durante el periodo 2010 y 2030. En términos absolutos, las llegadas de turistas internacionales aumentarán

en unos 43 millones al año, llegando a los 1.800 millones al finalizar dicho período. Un hecho a destacar en este contexto es que el ritmo anual de crecimiento en llegadas proyectado para los destinos emergentes, entre ellos América Latina, (4,4%) duplicará al de las economías avanzadas (2,2%).

Similar situación se aprecia en un período menor: entre los años 2005 y 2013, las llegadas de turistas internacionales tuvieron un crecimiento medio anual de un 3,8% en el mundo; para América Latina, sin embargo, este crecimiento fue de un 5,2%.



Figura 2. Llegadas e ingresos (en millones de dólares) del turismo mundial. Fuente: OMT, 2015.

A partir de las proyecciones anteriormente descritas se prevé un escenario positivo y alentador para el turismo en la región latinoamericana y para Chile, en particular. El desafío para nuestro país es posicionarse como un destino que ofrezca experiencias de categoría mundial, sustentables y de calidad.

2.1.3-El panorama actual ¹

De acuerdo a las últimas cifras de la OMT, en 2014 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.138 millones, lo que supone un incremento de 51 millones (4,7%) con respecto al año anterior. De dicha cifra, 181 millones de turistas visitaron América. La previsión para 2015 es que el turismo internacional aumente entre un 3% y un 4%, (un punto menos que en 2014) y siga contribuyendo a la recuperación

económica mundial. En particular, se espera que en América crezca a un ritmo del 7%, muy por sobre el resto de las regiones.



Figura 3. Proyección de crecimiento del turismo mundial en 2015. Fuente: UNWTO, 2014.

2.1.4-Evolución y realidad del turismo chileno ¹

Chile es un actor pequeño en el contexto del turismo mundial, aportando un 0,3% a las llegadas internacionales y un 0,2% al gasto internacional. No obstante lo anterior, el turismo se ha transformado en uno de los principales sectores productivos del país, aportando divisas cercanas a los 2.500 millones de dólares en 2014 solo por concepto del turismo receptivo. Si a esto se suma el gasto realizado por los chilenos que viajan cada año por el país, cercano a los 4.700 millones de dólares, es posible afirmar que el sector genera una cifra superior a los 7.200 millones de dólares anuales.

Las tendencias de crecimiento del turismo a nivel mundial también se presentan en Chile. Entre los años 2001 y 2014, el aumento de llegadas de turistas internacionales al país se ha incrementado prácticamente en un 110%.

El gráfico a continuación muestra el aumento sostenido que ha presentado la llegada de turistas entre los años 2008 y 2014, a pesar de la importante baja que ha presentado el mercado argentino durante los últimos dos años, y que ha sido paliada de manera importante por un aumento sustancial en la llegada de turistas brasileños.

Durante 2014 ingresaron a Chile un total de 3.674.391 turistas extranjeros, en su gran mayoría provenientes de países de América Latina, región que aporta con más de dos tercios del total de llegadas. Argentina continúa siendo nuestro principal mercado emisor, con más de 1,4 millones de llegadas en 2014. Otros mercados como Brasil y Estados Unidos –que presentan un elevado nivel de gasto en relación a los demás mercados- han consolidado su aporte en llegadas y divisas, expandiendo sus temporadas más allá del período estival.

Esto ha impulsado el desarrollo de nuevas experiencias, así como ha incrementado el gasto turístico y la generación de empleos en períodos no estivales.

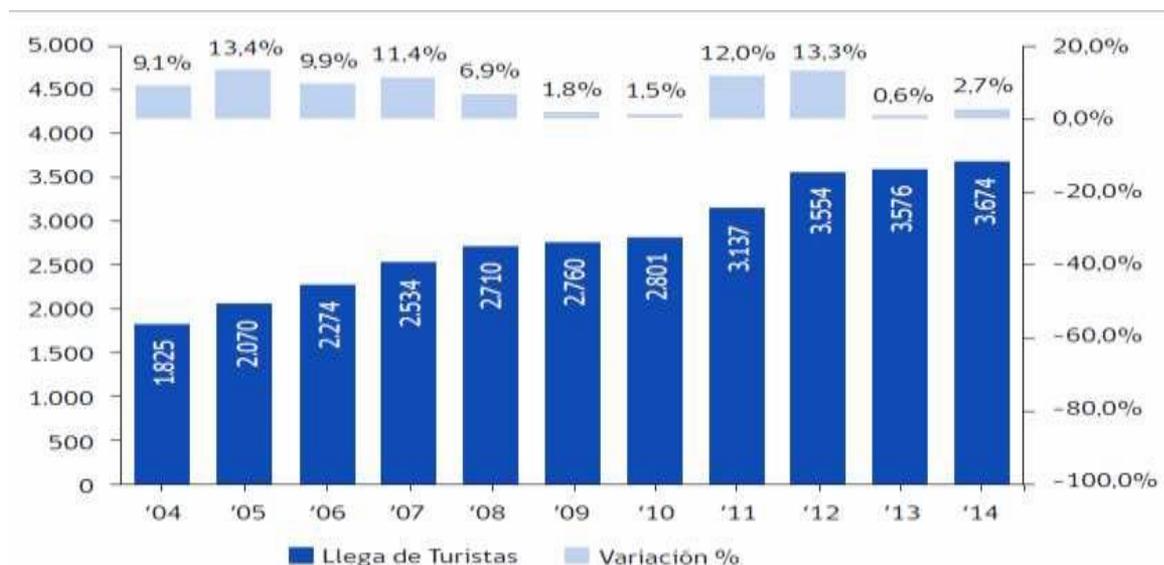


Figura 4. Llegada de turistas y variación porcentual (%) respecto del año anterior. Fuente: SERNATUR, 2015.

Como se ha señalado anteriormente, el turismo ayuda a dinamizar las economías regionales del país, pues es un motor de distribución de riquezas, produce empleos y genera mayor producción de bienes y servicios. Chile tiene un potencial turístico inmenso que debe aprovechar para disminuir las brechas de competitividad. Al comparar los rubros de exportación más relevantes del país, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, es posible señalar que los ingresos de divisas por turismo receptivo equivalen al 5,9% de los ingresos por exportaciones de minería, y al 93,1% de las exportaciones de salmón, superando en un 30,6% a los ingresos por exportaciones de vino y en un 13,6% a los productos forestales y muebles de madera.

En 2013, el aporte del turismo receptivo representó el 3,4% del total de las exportaciones de bienes, el 20,2% del total de las exportaciones de servicios y el 2,9% del total de las exportaciones de bienes y servicios de la economía (Informe Anual de Turismo, INE 2013).

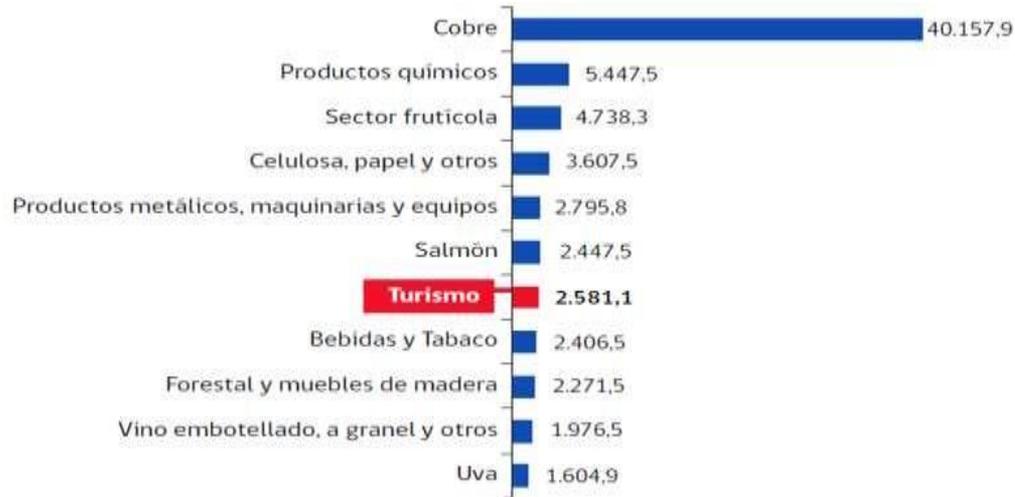


Figura 5. Exportaciones por sector, en millones de dólares. Fuente: Comportamiento y Perfil del Turismo Receptivo 2013, SERNATUR.

Tal como se aprecia en los siguientes gráficos, el aporte del sector al PIB y al empleo, tanto directo como indirecto, refleja que el turismo es un sector que puede dinamizar la economía y representa un importante motor de desarrollo para el país.

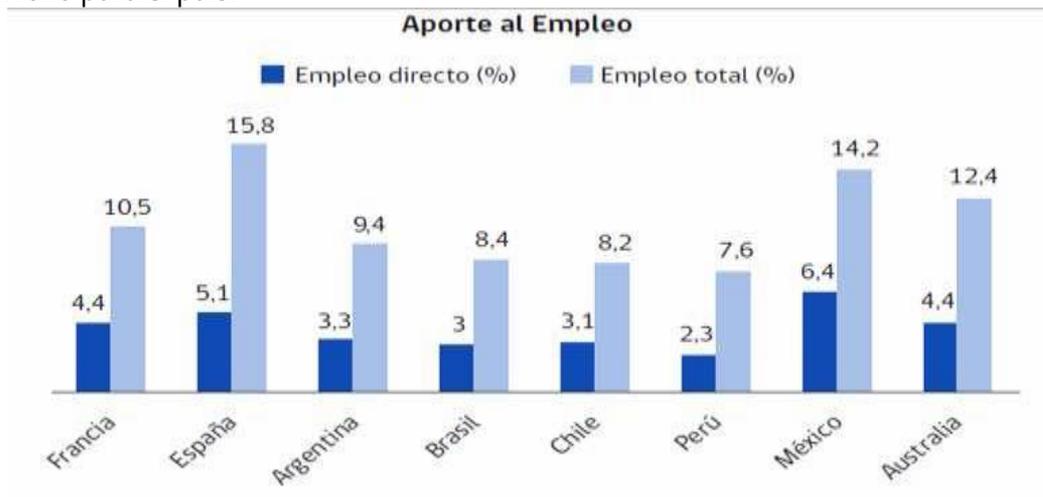


Figura 6. Relevancia del turismo en el empleo como porcentaje del total. Fuente: Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), 2013.

¹ *Diálogo para la Productividad con la Industria Turística Nacional, Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, Mayo 2015.*

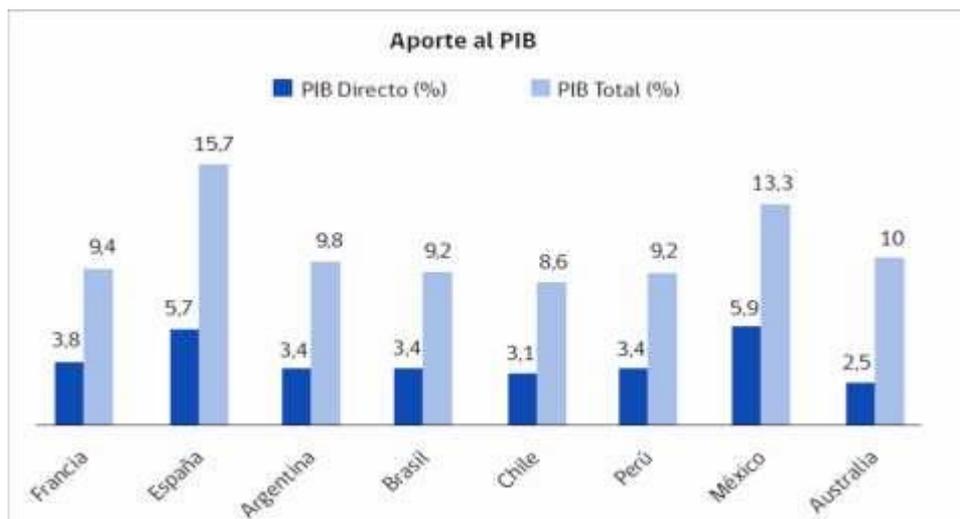


Figura 7. Relevancia del turismo en el PIB como porcentaje del total. Fuente: Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), 2013.

2.2-Relación con políticas, planes y programas nacionales, regionales y locales

2.2.1-Ley 20.423 del Sistema Institucional para el desarrollo del Turismo

La presente ley tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales.

El turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo del país, siendo prioritaria dentro de las políticas de Estado, por lo que éste deberá promoverla de modo armónico e integral, impulsando su crecimiento sustentable en conformidad con las características de las regiones, comunas y localidades del país.

Los órganos del Estado que diseñen, ejecuten, coordinen o participen en el desarrollo de actividades o programas asociados al turismo, deberán considerar en sus planes y programas el sistema institucional establecido en la presente ley.

El Estado impulsará la asociatividad entre los actores del sector privado y establecerá programas encaminados a fortalecer las organizaciones empresariales, especialmente de las empresas de menor tamaño.

El 4 de febrero de 2010, y tras dos años de debate en el Congreso Nacional, se promulga la Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. Dicho sistema contempla nuevas organizaciones con roles y responsabilidades en turismo, incluyendo, además del Servicio Nacional de Turismo, una Subsecretaría de Turismo, un Consejo Consultivo de Promoción, y un Comité de Ministros del Turismo, presidido por el Ministro de Economía, Fomento y Turismo.

2.2.2-Estrategia Nacional de Turismo

Esta Estrategia define la siguiente visión: “Al 2020 Chile será reconocido como un Destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”. La industria del turismo tendrá carácter estratégico y prioritario en el desarrollo económico del país, asegurará la prosperidad de las localidades y regiones donde está inserta y contribuirá a una mayor equidad social, equilibrio regional y a la superación de la pobreza.

El turismo será el principal promotor de la conservación del Medio Ambiente y del patrimonio y la identidad cultural de las comunidades. Chile asumirá el liderazgo turístico en la región, convirtiéndose en un destino reconocido y admirado en todos aquellos aspectos en que posee ventajas distintivas como belleza natural, autenticidad, gastronomía, seguridad, calidad de su oferta, sustentabilidad y profesionalismo. Todo esto, sumado a una institucionalidad política-económica estable que contribuirá a forjar una potente y valiosa identidad de Chile como destino turístico.

Los 5 pilares de esta Estrategia son:

- Promoción: vive la experiencia Chile.
- Sustentabilidad: hacia un Chile sustentable por medio del turismo.
- Inversión y competitividad: la oportunidad de emprender y crecer.
- Calidad y Capita humano: una oferta turística de calidad.
- Inteligencia de mercado: conociendo al turista.

La Estrategia Nacional define además tres Objetivos estratégicos:

- 1.- Aumentar la importancia que tiene el turismo en la economía nacional. Esto se debe traducir concretamente en duplicar la contribución directa del turismo al PIB, pasando del 3,2% del 2011 al 6% el 2020.
- 2.- Promover la creación de un gran número de pequeñas y medianas empresas especialmente en regiones. Esto se debe traducir concretamente en generar 40.000 nuevos empleos directos y 160.000 empleos indirectos al 2020.
- 3.- Aumentar la llegada de turistas extranjeros. Esto se debe traducir concretamente en incrementar en un tercio la llegada de visitantes al 2014, pasando de los 3 millones a 4 millones a fines del año 2014, y adicionalmente, llegar a 5,4 millones de turistas al 2020, elevando su gasto promedio en un 50%.

2.2.3- Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable 2014-2018

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable 2014-2018 es un instrumento de planificación de corto y mediano plazo que se enmarca en una visión de largo plazo, la cual ha sido expresada en el Programa de Gobierno 2014-2018.

El turismo no es sólo una actividad económica cuya importancia ha ido creciendo en el tiempo, sino que además tiene características que hacen de su fomento un objetivo de alto interés público, pues contribuye a construir identidad nacional y territorial, genera desarrollo local incluso en las áreas más apartadas, crea actividad económica relacionada, aporta a la protección de recursos naturales y favorece el intercambio cultural.

El Plan tiene como objetivo general “dar un impulso sustantivo al sector y crear trabajos de calidad (...), mediante el desarrollo de la diversificación de experiencias; infraestructura habilitante; acciones de promoción y fomento productivo”. Para el logro del objetivo general, se plantean cuatro objetivos específicos, en torno a los siguientes ámbitos de acción:

- Promoción
- Desarrollo de Destinos
- Diversificación de experiencias
- Calidad y Capital humano

2.2.4-Estrategia Regional de desarrollo

Este instrumento plantea que para el año 2020, la Región de Los Lagos logrará su desarrollo sobre las particularidades de la macro zona sur austral, considerando la integración y cohesión territorial como eje central para potenciar la región, entendida esta como la generación de condiciones materiales y humanas para alcanzar su crecimiento y desarrollo territorial. La gestión territorial estará enfocada en generar la infraestructura, conectividad intermodal y equipamiento necesarios para el desarrollo de las personas y los distintos territorios, logrando una integración territorial intra y supraregional. Así mismo, será relevante fortalecer las capacidades de las personas a través de la formación del capital humano pertinente con las realidades y desafíos productivos, sociales y medioambientales de la región y de esta manera lograr un sistema de empleo más justo y sustentable en el tiempo. Además se aspira a una sociedad regional que ejerza sus derechos ciudadanos, con énfasis hacia los grupos sociales más vulnerables de la región. Lo anterior, estará sustentado en el funcionamiento de una institucionalidad público-privada que asegure un desarrollo territorial equitativo y con altos niveles de participación ciudadana.

Los ejes de desarrollo regional definidos en esta Estrategia son:

- Desarrollo humano y calidad de vida
- Comunidad pluricultural
- Competitividad regional (fortalecimiento de competencias técnicas del recurso humano de las empresas y servicios vinculados al *cluster turístico* para adecuarlas a los requerimientos de la demanda, fortalecimiento y optimización de las relaciones entre los agentes en la cadena de valor de *servicios y productos turísticos* para incrementar la eficiencia, calidad, seguridad, homogeneidad y oportunidad que exige el cliente)
- Democracia y gobernabilidad regional

- Sustentabilidad regional (fomento y reforzamiento de iniciativas tendientes a la *protección de la biodiversidad, la preservación de ecosistemas y el uso sustentable del territorio regional*).

2.2.5- Estrategia Regional de Innovación 2014-2019

Define como visión: “Los Lagos Región sustentable, importante productora de alimentos, *con notables recursos para el turismo*, con potencial de desarrollo tecnológico e innovación, con un capital humano cualificado y avanzado, con cultura asociativa y colaboración ciencia-empresa y un gran potencial de diversificación productiva”.

Sus objetivos estratégicos son:

- Innovar para que la Región de Los Lagos sea reconocida a nivel global por la calidad de su medio ambiente y la riqueza de su biodiversidad.
- Alcanzar un posicionamiento competitivo en el contexto global como productora de alimentos de calidad.
- Convertirse en un *Destino turístico a nivel internacional*.
- Conformar un sistema de innovación regional dinámico e integrado.

2.2.6- Política Regional de Turismo

La Política regional de Turismo busca ser un instrumento articulador de los recursos y los actores vinculados al turismo, y orientadora de la inversión pública, promoviendo la colaboración, la coordinación y la asociatividad; constructora de Región, promoviendo la imagen conjunta de la Región y la cohesión territorial; Nacional e Internacional, apostando por el posicionamiento de la Región como referente de turismo sustentable en el mundo; sustentable, integrando los ámbitos económico, social y medioambiental; orientada al desarrollo regional, reforzando la complementariedad entre las actividades económicas de la Región e impulsando el desarrollo local.

En base a su naturaleza y a su legado histórico y cultural, se quiere que el turismo sustentable sea una fuente de desarrollo y empleo, contribuya a generar la identidad para el posicionamiento y la diferenciación de la Región a nivel nacional e internacional, y sea una plataforma para el bienestar de sus habitantes y la cohesión regional.

La visión y misión de la Política regional de turismo se basa en 6 pilares:

- | | |
|---|---|
| -la oferta de servicios turísticos | -los destinos turísticos priorizados en la región |
| -los agentes de conocimiento | -los habitantes de la región |
| -los servicios públicos vinculados al turismo | -los mercados objetivo |



Figura 8. Objetivos de la Política Regional de Turismo, Región de Los Lagos, 2015.

2.2.7-Plan Urbano Estratégico de Frutillar

Los Planes Urbanos Estratégicos son instrumentos generadores de procesos de transformación en la ciudad a través de intervenciones en el espacio público. Su objetivo es potenciar y/o recuperar la capacidad de los territorios urbanos, conformar áreas socialmente integradas y con mejores estándares de calidad de vida. En definitiva, se trata de pensar globalmente sobre la ciudad para actuar puntualmente, pero con repercusiones sobre el total y con efectos incentivadores de nuevas inversiones.

Los Planes Urbanos Estratégicos tendrán como objetivo principal detonar procesos de transformación urbana en diversas localidades, para lo cual buscarán generar, potenciar y/o recuperar la capacidad de los territorios urbanos a través de una cartera de proyectos consistente con una visión estratégica, y realizables en el corto y mediano plazo.

El Plan Urbano Estratégico para Frutillar es una labor realizada en conjunto con la Secretaria Regional del Ministerio de Vivienda y Urbanismo de los Lagos y de la División de Desarrollo Urbano (DDU) del mismo ministerio.

La elaboración del Plan Urbano Estratégico persigue desencadenar nuevas dinámicas de mejora y transformación urbana, dando respuesta a las demandas ciudadanas mediante actuaciones a corto y mediano plazo, coordinadas entre sí, de amplia repercusión para la comunidad de Frutillar.

El Plan Urbano Estratégico busca convertir a Frutillar en un destino turístico sustentable mediante la protección y multiplicación de sus atributos turísticos.

El plan maestro del Plan Urbano Estratégico para Frutillar se enmarca en la transformación de los polos de Frutillar en puntos de atracción turística y local.

La visión del PUE es aprovechar las ventajas que constituyen los atributos históricos y naturales para potenciar el desarrollo turístico de frutillar y así contribuir a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Se establece que el Plan Urbano Estratégico tendrá el propósito de asegurar condiciones, transversales a todas las propuestas, que permitan consolidar la vocación productiva en torno al turismo, protegiendo los atributos naturales e históricos actuales. Estas condiciones son:

- i. Protección Atributos Históricos y Naturales
- ii. Multiplicación de Atributos Turísticos

Se busca por un lado, proteger, para que los nuevos desarrollos y crecimiento proyectado no superen las cargas máximas, convirtiendo a la ciudad en un destino turístico sustentable. Por otro lado, el multiplicar los atributos turísticos, permite diversificar la oferta actual, aumentar el número de turistas y así mismo, los empleos.

Mejora Borde Costero/ Costanera Frutillar	SERVIU
Plaza Carlos Springer / Frutillar Alto	Municipalidad
Estacionamientos desplazados de costanera a	Municipalidad
Estudio Mejoramiento Gestión de Transito	SECTRA
Ciclo Vía F. Alto -Bajo por Av. Alemania y	Municipalidad
Ciclo Vía Frutillar-Playa Maqui	MOP
Ciclo Vía Frutillar- Playa Punta Larga	MOP
Ensanche Av. Pérez Rosales	SERVIU
Av. Circunvalación Frutillar Alto (Bypass)	SERVIU
Mejora Espacio Público Peatonal Centro	SERVIU/ Municipalidad
Puntos Limpios para Reciclaje	Municipalidad
Gestión Zona Típica (aprobación y	CMN/MINEDUC
Catastro Sistema Aguas Lluvias	Municipalidad
Demarcación Piuvial	Municipalidad
Plan Seccional Frutillar Bajo	Municipalidad
Pavimentación Tercera Vía Av. C Richter	SERVIU / Municipalidad
Parque Urbano 3Há Frutillar Alto	MINVU
Elaboración Plan Intercomunal Llanquihue	
Red áreas verdes Frutillar Alto	Municipalidad
Centro de Conservación Forestal U. Chile	Municipalidad
Pavimentación Ruta V-155 S:Frutillar Bajo-CR. Ruta U-55-V	MOP
Terminal de Buses Interurbanos F. Alto	SECTRA

Cuadro 1: Listado Proyectos Validados Plan Urbano Estratégico Frutillar.

2.2.8-Plan de desarrollo comunal PLADECO 2015-2018

Este Plan define como visión que: "Frutillar es una comuna sustentable, que protege, fortalece, transmite y aprovecha el patrimonio tangible e intangible; sus ciudadanos y ciudadanas participan activamente, junto al gobierno local en el desarrollo de su territorio, con el fin de lograr una convivencia armónica entre los seres humanos, su cultura y su medio; cuenta con un Sistema local de protección social que brinda bienestar a sus habitantes, que se encuentra en un proceso constante de crecimiento e integración en beneficio de sus habitantes y del territorio, que desarrolla y potencia su capital humano, fomentando la cultura y las artes, el desarrollo productivo local, *el turismo sustentable*, valorando la diversidad, la inclusión social, de género, etarea y étnica en pos de mejorar la calidad de vida de sus habitantes".

En el eje estratégico "Desarrollo Productivo" se plantea como objetivo general: Impulsar, promover y fortalecer el desarrollo productivo de la comuna de Frutillar, teniendo *como ejes principales el desarrollo del turismo* y la agricultura en sus diferentes niveles de desarrollo, generando estrategias de fomento productivo, formalización y profesionalización de los emprendedores locales; propiciando formas de producción asociativa y comercio justo. Por medio de uso eficiente de recursos energéticos y la minimización del impacto ambiental de sus procesos productivos. En este mismo eje estratégico y como objetivos específicos se encuentran: crear un Plan estratégico de desarrollo productivo, generar espacios de comercialización para productores locales, impulsar la producción local con valor agregado, trazabilidad y sello de origen, entregar herramientas y capacitaciones a los productores locales para fortalecer la cadena de valor de su producción y *elaborar un Plan de Desarrollo turístico*.

2.3-Análisis de Instrumentos de Planificación

2.3.1- Plan Regulador Comunal / Zonificación ²

El Plan Regulador Comunal de Frutillar entró en vigencia el año 2004 con un límite urbano de 867,67 has. Posteriormente, en el año 2008 fue aprobada la modificación que incorporaba al interior de límite urbano 198,59 has del sector de Punta Larga llegando a un total de 1.066,26 has.

El PRC se estructura en macro-áreas definidas a partir del grado de consolidación de los distintos sectores, de acuerdo a la siguiente clasificación: zonas consolidadas, zonas de extensión urbana, zonas especiales y zonas de restricción.

-Normativa Urbanística y Desarrollo del Turismo.

Dada la *importancia de la actividad turística para Frutillar*, es fundamental entender como la normativa urbana afecta o permite el desarrollo de esta actividad.

El PRC define la "*Actividad de Turismo*" como la combinación de usos de suelo residencial, hospedaje (hoteles, moteles, hosterías, hospederías, residenciales, albergues, camping) y los equipamientos complementarios como restaurantes, fuentes de soda, bares, casinos de juego, juegos electrónicos, centros

de convenciones, gimnasios, multicanchas, piscinas, saunas, baños turcos. Esta definición es amplia, sin precisar el tipo de turismo que se quiere promover.

Desde el punto de vista de la "Imagen de la Ciudad" y con el objetivo de preservar los estilos y fachadas en el área consolidada de Frutillar Bajo, el PRC establece una normativa de estilo arquitectónico. Esta obliga a cumplir con exigencias de materialidad, forma y elementos arquitectónicos. Para Frutillar Alto establece la implementación obligatoria de portales y marquesinas en las siguientes calles: Carlos Richter (entre Av. A. Alessandri y calle San Pedro), Cristino Winkler (entre Diego Portales y Pedro Montt), Av. A. Alessandri Costado oriente (entre Diego Portales y Juan Antonio Ríos). Para estas estructuras se define tanto la materialidad de su cubierta, estructura y piso, como la forma de las mismas a través de alturas, pendientes de cubierta, profundidades específicas.

2.3.2- Declaración Zona Típica ²

En Frutillar, existe un fuerte vínculo entre los habitantes y su entorno, especialmente con el legado arquitectónico y cultural que heredaron de los colonos alemanes.

Frutillar mantiene un soporte cultural, patrimonial y natural que le otorgan cierta identidad a la ciudad. A partir del estudio para la declaratoria Zona Típica de Frutillar Bajo, estos elementos notables de Frutillar se consideran un capital cultural que refuerza la identidad de la ciudad y van generando un impacto positivo en las actividades de la comunidad. Algunos ejemplos son la Reserva Forestal Edmundo Winkler, el cementerio Municipal, el Museo Colonial Alemán, el Teatro del Lago y la Chulera Weil.

En cuanto al patrimonio paisajístico, uno de los valores más importantes del entorno urbano, tiene relación con el contexto que rodea el área urbana tanto a un nivel inmediato como a nivel de macro paisaje. En el primero se destaca la relación de la ciudad con el borde lago – descrito por la ciudadanía como la mejor playa del Lago Llanquihue- y las laderas de los cerros; en el segundo, la vista a los volcanes Osorno, Puntiagudo, Tronador y Calbuco.

En la zona media de la ciudad, donde se une Frutillar Alto con Frutillar Bajo, las vistas escénicas hacia el lago y volcán son el mayor patrimonio o atributo urbano que debe ser protegido.

En cuanto a la identidad histórica cultural, patrimonio intangible de la comuna, se destacan las tradiciones gastronómicas alemanas, los clubes alemanes, las asociaciones deportivas, religiosas, el cuerpo de bomberos y todas las instancias que se generaron para el encuentro de la comunidad y acentuar las costumbres originarias de los colonos alemanes. En esta área, el desarrollo de distintas actividades musicales ha logrado trascender hasta hoy en día como un aspecto primordial y reconocible en la ciudad, siendo además las Semanas Musicales el principal evento turístico de Frutillar. En función de lo anterior, la actividad cultural y musical tiene su máxima expresión en el Teatro del Lago, construido entre 1998 y 2012.

² *Plan Urbano estratégico de Frutillar. MINVU-Municipalidad de Frutillar.*

Hacia mediados del 2013 se aprobó la declaratoria de Zona Típica de Frutillar Bajo cuyo objetivo es preservar los recursos naturales y paisajísticos de la comuna que junto al patrimonio arquitectónico, conforman la identidad histórica de Frutillar. Adicionalmente a esta declaratoria, resulta importante también rescatar las edificaciones patrimoniales de Frutillar Alto, ya que hoy en día se encuentran visiblemente deterioradas, y es fundamental para que el atractivo y los aportes que el cuidado de la identidad y el patrimonio conlleva, involucren a toda la ciudad y a la población.

Respecto a la Zona Típica de Frutillar Bajo, el 5,88% del Área Urbana de Frutillar es denominada dentro de esta categoría según el Expediente para Declaratoria Zona Típica de Frutillar Bajo (Architektur Studio, 2011); de las cuales 27,6 há son edificaciones patrimoniales y 24,5 há corresponden a bienes nacionales de uso público incluido el borde lago.

3. DIAGNOSTICO TERRITORIAL



3.1.1-Ubicación Geográfica

La Comuna de Frutillar posee una superficie de 831.4 km² y se encuentra en la X^a Región De Los Lagos, al Norte de la Provincia de Llanquihue. En el Norte colinda con las Comunas de Purranque y Puerto Octay, ambas pertenecientes a la Provincia de Osorno; en el Este el límite comunal se encuentra en el Lago Llanquihue, siendo la Comuna vecina la de Puerto Varas; en el Sur colinda con la Comuna de Llanquihue; y en el Oeste con la Comuna de Fresia.

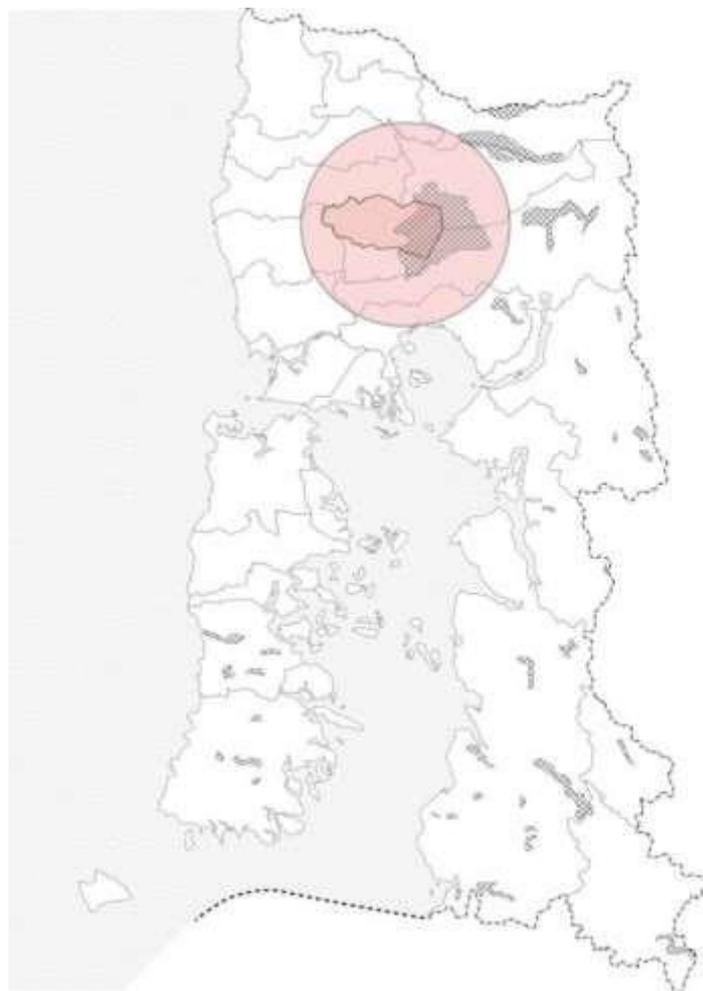


Figura 9. Mapa Región de Los Lagos.

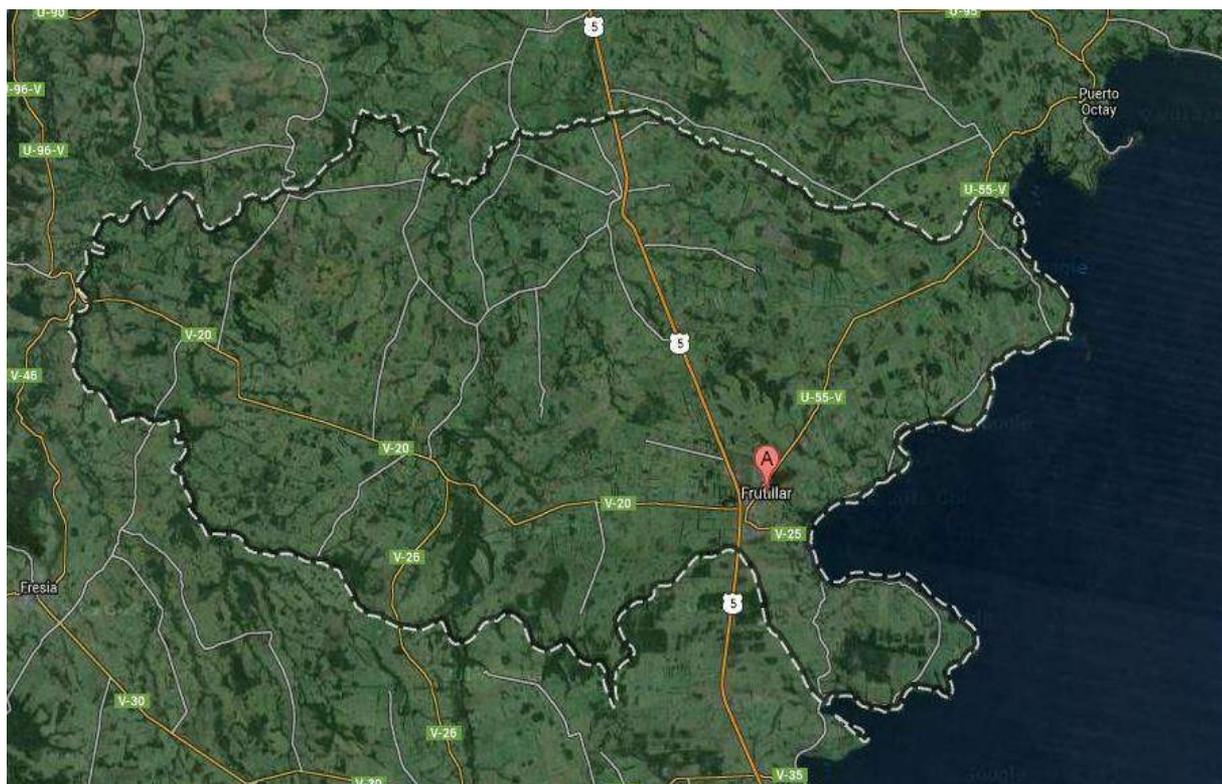


Figura 10. Mapa comuna de Frutillar.

3.1.2-Clima

La latitud y la influencia marítima son los factores que determinan un clima templado lluvioso para la comuna de Frutillar. Las condiciones climáticas que afectan al sector corresponden al clima de costa occidental con influencia mediterránea.

Las temperaturas promedio van desde los 0° C a los 7,7° C en los meses más bajos y un promedio de 14,9° C en los meses más calurosos. Las precipitaciones se producen durante todo el año, siendo más intensas en invierno; las oscilaciones térmicas no presentan contrastes extremos, ya que el lago Llanquihue actúa como regulador, las tierras cercanas al lago poseen mayor humedad por los que las heladas no les influyen mayormente.

3.1.3-Hidrografía

La Hidrografía comunal se compone por la Cuenca del Lago Llanquihue en el oriente de la Comuna, a la cual se evacuan algunos esteros de escaso caudal desde las colinas ribereñas y un complejo sistema de esteros y

riachuelos en el área central y occidental del territorio comunal, casi todos afluyentes al Río López, perteneciente éste último a la cuenca alta del Río Rahue-Río Bueno, con excepción del Río Colegual y su afluyente mayor, el Estero Kuschel, que evacuan sus aguas al Río Maullín.

3.1.4-Vegetación

La vegetación presente en la comuna está representada por el tipo siempre verde y turberas la cual se ubica en la zona de altas precipitaciones y temperaturas relativamente bajas especialmente desde el norte de Valdivia al extremo meridional de la provincia de Chiloé y por la Cordillera de los Andes desde el sur del Lago Todos los Santos hacia el extremo austral. En lugares planos y de mal drenaje, predomina el bosque húmedo de galería compuesto principalmente por canelo, coigüe y patagua.

La formación siempre verde más importante es el bosque de coigue, asociado con ulmo, tepa, tineo en el estrato superior y con una rica cubierta inferior de arbustos, trepadoras, quila y helechos.

3.1.5- Fauna

En la comuna y alrededores se pueden encontrar especies como el puma, el quique, el pudú, el chucaco, el huet-huet, el coli larga, el diucón, el rayadito, el choroy, comadreja trompuda, la huiña; en las praderas se pueden observar las bandurrias, el caiquén, el Zorzal, pato silvestre, picaflor, el tiuque, el triele, la liebre y el chingue.

En los lagos, ríos y mallines se pueden observar en huairabo, el pato jergón, el pato quetro, el pato real, el cormorán negro, el martín pescador, el pimpollo, el picurio, el yeco, el huaravillo, la garza boyera, el pidén, la tagua, la becasina, el pejerrey, la peladilla, la trucha café, la trucha fario, salmón coho del pacífico, la trucha arco iris, puye, el salmón del atlántico, la pesca trucha, el huillin, el coipo y el visón.

3.2-Antecedentes históricos de la comuna

3.2.1-Antes de la Colonización en la Décima Región

En lo referente a la historia comunal, las investigaciones señalan que antes de la llegada de los españoles, gran parte de la Xª Región, estaba poblada por comunidades Mapuches Huilliches, quienes se dedicaban principalmente a la horticultura temporera.

A mediados del siglo XVI, recién iniciada la conquista, la región es visitada por los españoles. Jerónimo Vivar, cronista de Pedro de Valdivia, anotó que caminaron por tierra muy poblada, hasta llegar a un gran lago, a 30 leguas al sur de la recién fundada Valdivia. Desde aquí observaron dos cerros altos y nevados puestos de Norte a Sur y que había una abertura entre ambos. Probablemente contemplaban desde el vértice norponiente del Lago Llanquihue. Es el inicio de un poblamiento europeo que sometió a la población aborigen al sistema de encomiendas hasta el levantamiento de fines del siglo XVI en que desaparecen las

ciudades fundadas al sur del Bio-Bio, entre ellas Osorno y Valdivia. El actual territorio de la provincia de Llanquihue se transforma en un corredor bélico por las luchas entre los aborígenes de Osorno y los españoles que permanecen en Chiloé. Esa guerra, las epidemias y probablemente las actividades volcánicas causan el despoblamiento de esta zona cubriéndose de un espeso bosque.

El 27 de julio de 1848 se firmó un decreto que autorizaba a Bernardo Phillipi para viajar a Europa y contratar cerca de 200 familias alemanas. De esta manera comenzaron a llegar los primeros alemanes a la zona, los que en un principio se instalaron en Valdivia, para posteriormente irse distribuyendo por el resto de la Región.

En tanto Vicente Pérez Rosales (otro impulsor del proceso) determinó la necesidad de construir un puerto en la zona y para ello fue elegido un sector conocido como Astilleros de Melipulli, la que era utilizada por leñadores chilotes para obtener madera de alerce.

En noviembre de 1852 llegan a Melipulli -por mar- los primeros colonos alemanes los que se instalan en un galpón de madera. Posteriormente, en enero de 1853 arriba una nueva nave con más colonos. De esta manera el 12 de febrero de ese año se funda en este lugar la ciudad de Puerto Montt en honor al presidente de la época Manuel Montt.

3.2.2-La colonización en el Lago Llanquihue

El poblamiento de las orillas del Lago Llanquihue se realiza en condiciones distintas por las características del terreno y las rudas exigencias de la sobrevivencia que tuvieron por enfrentar los colonos. Con el decreto del 27 de junio de 1853 y usando las facultades que les confería la Ley del 2 de julio de año anterior, el presidente de la República, declaraba la zona del Lago Llanquihue como Territorio de Colonización.

Se estableció un espacio territorial de siete leguas alrededor de la laguna Llanquihue que permitía en condiciones excepcionales asignar tierras a colonos. Por el norte, se excluía la ciudad de Osorno. La tierra fue dividida en parcelas simétricas de 100 cuadradas quedando cada una de ellas con 5 de ancho por 20 de largo. La distribución de los terrenos a orillas del lago generó el transporte de productos por vía fluvial, sistema que postergó por décadas el acondicionamiento de los caminos hacia el interior.

Durante cinco décadas se establecieron colonos siendo los flujos más importantes los ocurridos entre 1850 y 1875. Los primeros inmigrantes se radicaron en las áreas más accesibles al lago, ocupando primero el Norte, con las localidades de Muños Gañeron y Playa Maitén, para luego incursionar desde Melipulli por el Sur hacia la Laguna Llanquihue, paulatinamente desde el año 1853 hasta 1864 todas las riveras del lago, salvo al pie del Volcán Osorno fueron habitadas.

En el año 1854, con el propósito de seguir adelante el Plan de Colonización de Llanquihue, la apertura de un camino al lado poniente del Lago Llanquihue entre Puerto Varas y Puerto Octay, a donde ya habían llegado colonos, fue encomendado a Juan Currieco, conocido como Pichi Juan. En seguida, en 1855, Don José Decher recibió la orden de mensurar chacras en el territorio, que hoy día pertenecen a la Comuna de Frutillar,

situadas al norte de la Quebrada Honda en las localidades de Punta Larga, Frutillar Bajo y Playa Maqui, y en 1856 llegaron los primeros colonos, en su gran mayoría procedentes de Silecia y Hessen.

Respecto a la Colonia de Frutillar durante los primeros años no se podía hablar más que de un centro de vecindad, al cual el Gobierno prestaba el servicio de enseñanza primaria bajo el concepto de una escuela temporal atendiendo en forma ambulante a las colonias del lago. A iniciativa de los mismos colonos y a base de un decreto del Intendente, a partir del año 1858 al currículum de estas escuelas se agregó la enseñanza del idioma alemán.

La vida comunal de aquellos años se delimitaba a reuniones de los colonos en una especie de asamblea de vecinos. En el caso de Frutillar las casas donde se concentraron las actividades comunales fueron las de Karl Richter y Christian Winkler, siendo estas dos las familias que además dieron el primer impulso a una vida económica más compleja a la colonia, instalando a comienzos de los años 70 de este siglo las primeras pequeñas industrias y un negocio para provisiones y ferretería.

Durante los años 80 del siglo XIX, en el sentido económico Frutillar aumentó su importancia cuando Robert Klenner y Hermann Winkler fundaron la primera curtiembre en la región del Lago. En forma paralela al desarrollo económico de estos años, se consolidó la vida social y cultural de la colonia frutillarina. De este decenio datan la formación del Club Alemán - Deutscher Verein (1882), la instalación de una biblioteca y la fundación de una sociedad escolar, con el fin de contratar en Alemania un profesor que debía radicarse en Frutillar.

La gran dinámica económica y cultural que se demostró en esta colonia, impulsó al Supremo Gobierno de prestarle ayuda oficial en la construcción del edificio escolar, inaugurado en 1892 y, un año más tarde, de otorgar a la pequeña villa de Frutillar el privilegio de ser sede de una Comuna Autónoma. Esta Comuna abarcaba el territorio comprendido entre la desembocadura del Río Negro al Río Rahue hasta Puerto Varas, incluyendo a Fresia. En los años de fines del siglo XIX la Comuna seguía destacándose por su dinámico desarrollo económico con la instalación de nuevas industrias pequeñas, la consolidación y ampliación de la vida comercial de la villa, la instalación de una sucursal de la gran Empresa "Chile-Argentina" y de dos hoteles modernos, dinamismo que seguía a comienzos del nuevo siglo. Pero, a pesar de esta dinámica económica bajo el Gobierno del Presidente Pedro Montt en 1908, debido a la baja densidad poblacional, la sede de la Comuna fue trasladada a Puerto Varas.

A partir del año 1910, con la llegada de la línea de Ferrocarriles del Estado pasando a 5 Km. del Lago por el sector alto de Frutillar, la villa de Frutillar, ubicada a orillas del Lago, perdió su dinámica de crecimiento como centro económico y la escala obligada para los viajeros entre Osorno y Puerto Montt, trasladándose el desarrollo económico-industrial y comercial hacia el lugar de la estación de ferrocarriles, lo que dió origen a Frutillar Alto. Las actividades productivas y comerciales se trasladaron a esta localidad y Frutillar Bajo durante las siguientes décadas paulatinamente se transformó en una villa residencial, de veraneo y encuentro cultural de colonos alemanes de la zona.

En 1936, Frutillar llegó de ser nuevamente comuna propia, aunque con un territorio considerablemente más pequeño, dentro de los límites actuales.

A raíz de la crisis agraria, en 1937 un importante número de agricultores frutillarinos se agrupan en una cooperativa de elaboración de productos lácteos, la Cooperativa Agrícola y Lechera de Frutillar (CAFRA), con el fin de obtener un mayor valor agregado de su producción. Esta Cooperativa, hasta hoy en día, representa un importante motor de desarrollo económico y social dentro la Comuna.

En la administración pública se instalan el funcionamiento de los servicios públicos, Municipalidad, Carabineros. Registro Civil y otros. Para la década de los 60 se amplía la cobertura educacional con la creación del Liceo Industrial Chileno Alemán y el Liceo Ignacio Carrera Pinto.

A raíz de la tradición cultural de los colonos en el año 1968 por primera vez se organizaron las Semanas Musicales como evento de entretenimiento para la gente de la zona. Tuvo cada año un mayor desempeño y alimentaba la imagen de un lugar de recreo y veraneo entre la comunidad alemana-chilena a nivel nacional. Esto dió inicio al futuro desarrollo turístico de Frutillar, así que a partir de fines de los años 70 se estableció la primera Pensión con fines comerciales. Pero de un real desarrollo turístico en Frutillar Bajo no se puede hablar antes del año 1986, cuando un concesionario de la agencia de viajes Andina del Sur construyó el Hotel Frutillar.

3.3-Diagnóstico Oferta turística

3.3.1-Atractivos turísticos

Un atractivo turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, que es capaz de motivar el desplazamiento de turistas. En este sentido, la comuna de Frutillar cuenta con una serie de atractivos, los cuales pueden ser categorizados en base a los 5 criterios establecidos por Roberto Boullón:

Categoría	Descripción
Sitios naturales	Considera los lugares de interés como paisajes.
Museos y manifestaciones culturales e históricas	Aquellos cuyo valor reside en acontecimientos relevantes de la historia nacional o local.
Folclore	En virtud de la diversidad de objetos de cada región y de las distintas designaciones locales, de forma muy generalizada.
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Aquellos atractivos que por su singularidad o algunas características excepcionales tienen interés turístico, además de un carácter actual histórico.
Acontecimientos programados	Comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales que pueden atraer turistas.

Cuadro 2: Categoría de atractivos turísticos.

Junto con esta categorización y dependiendo del tipo de atractivo y la capacidad que este tiene para atraer mercados, es posible jerarquizarlos según la siguiente tabla:

Jerarquía de atractivos turísticos	
III	Internacionales: motiva corriente turística por sí solo
II	Internacionales/nacionales: motivan corrientes por sí solos o en conjunto con otros atractivos
I	Con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a turistas que viajan a la zona o motivar corrientes locales
o	Sin méritos para ser incluido en alguna categoría

Cuadro 3: Jerarquización de atractivos turísticos.

Para la categorización y jerarquización de atractivos de la comuna de Frutillar, se procedió a la realización de un catastro comunal, además de revisión bibliográfica al respecto, lo permitió establecer las características, condiciones y grado de explotación de dichos atractivos.

ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	JERARQUIA	GRADO DE EXPLOTACIÓN
Lago Llanquihue	Sitios naturales	Lagos y lagunas	II	Actual
Balneario de Frutillar	Sitios naturales	Costas y riberas	I	Actual
Reserva Forestal Edmundo Winkler	Sitios naturales	Lugares de observación de flora y fauna	I	Actual
Museo Colonización Alemana	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Museos y bibliotecas	II	Actual
Teatro del Lago	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Obras de arte y técnicas	III	Actual
Iglesia Católica	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Iglesia Luterana	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Conjunto patrimonial Zona típica	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	II	Potencial

Gruta de Lourdes	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	I	Potencial
Playa Maqui	Sitios naturales	Costas y riberas	I	Potencial
Casa patrimoniales Ruta de los Colonos	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	II	Potencial
Media luna	Folklore	Arquitectura popular espontánea	I	Potencial
Fiesta Criolla Colonia La Radio	Folklore	Feria	I	Potencial
Muelle	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de arte y técnicas	I	Potencial
Cementerio Municipal	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Iglesia Cristiana y Misionera	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Semanas musicales	Acontecimientos programados	Artístico	III	Actual
Río López	Sitios naturales	Ríos y otros cursos de agua	I	Potencial
Cementerio Luterano	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Cementerio Católico	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Humedal Río López	Sitios naturales	Ríos y otros cursos de agua	I	Potencial
Iglesia Católica Quilanto	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Iglesia Católica Los Bajos	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Iglesia Luterana Los Bajos	Museos y manifestaciones culturales e históricas	Lugares históricos	I	Potencial
Corrida Desafío del Lago	Acontecimientos programados	Deportivo	I	Potencial
Feria de verano Frutillar	Folklore	Feria	I	Potencial

Cuadro 4: Catastro atractivos turísticos comuna de Frutillar. PLADETUR Frutillar.

De los 26 atractivos turísticos reconocidos en la comuna, sólo 2 son Jerarquía III, por lo cual es necesario desarrollar iniciativas que permitan poner en valor a nuevos atractivos, de manera individual o en conjunto y que sean capaces de atraer mayores flujos de turistas, en especial en temporada baja. Muchos de los atractivos se encuentran en un grado de explotación potencial, por lo que es necesario evaluar las condiciones necesarias para ser transformados en un producto de interés para los turistas.

3.3.2-Servicios turísticos

3.3.2.1-Alojamientos

La oferta de alojamientos que posee la comuna de Frutillar es muy variada, pudiendo encontrar servicios de altos estándares, calidad e infraestructura. Es importante destacar que el destino cuenta diversos tipos de alojamiento turístico tanto en el sector urbano como en el sector rural, pudiendo encontrar: hoteles, cabañas, apart-hoteles, hostales, residenciales, hospedajes y campings.

Alojamientos		
Apart Hotel Loft and Lake Frutillar	Cabañas Vermont	Hostal y cabañas Cinco Robles
Cabañas del Pescador	Cabañas Yayi	Hospedaje y Cabañas Jardín de las Rosas
Cabañas del Teatro	Camping la Gruta	Hostal y departamentos Betty
Cabañas Doña Isabel	Camping y Cabañas Vermontt 3	Hosteria Trayen
Cabañas Doña Juanita	Hospedaje y Cabañas San Pedro	Hosteria Winkler
Cabañas Edelweiss	Hospedaje y Cabañas Sra. Mariela	Hotel Am See
Cabañas El Avellano	Hospedaje El Estero	Hotel Amadeus
Cabañas El Bosque Patagónico	Hospedaje Frutillar	Hotel Ayacara
Cabañas Entre Verdes	Hospedaje Irma	Hotel Casa de La Oma
Cabañas Erica	Hospedaje Juvenil	Hotel Elun
Cabañas Frutillar	Hospedaje Michelle	Hotel Frau Holle S.A.
Cabañas Jardín de los Cerezos	Hospedaje Mitchell	Hotel Frutillar Ltda
Cabañas Lomas del Lago	Hospedaje Tia Clarita	Hotel Paraíso del Lago
Cabañas Los Bajos	Hospedaje Toirkens	Hotel Serenade
Cabañas Mindanao Housing	Hospedaje Von Bischoffshausen	Hotelera Laguneclub
Cabañas Ruf Mal An	Hospedaje y Departamento Vivaldi	Lodge Playa Maqui
Cabañas San Pedro 680	Hospedaje y Cabañas Angélica	
Cabañas Sra. Rosa	Hostal Tante Imelda	

Cuadro 5: Alojamientos turísticos. Fuente: Municipalidad de Frutillar, Base de datos Patentes comerciales y alcohol, 2º semestre 2015.

En base de catastro realizado por la Oficina de Turismo Municipal durante el segundo semestre del 2015, la comuna de Frutillar cuenta con 52 empresas formales de alojamiento, con un total de 1.128 plazas, además de 314 cupos en camping.

3.3.2.2-Alimentación

En la comuna es posible encontrar una variada oferta de servicios gastronómicos desde comida tradicional hasta gourmet, pasando por comidas rápidas, tradicionales, “picadas” y productos internacionales como pizzas o sushi. Además una particularidad específica de Frutillar es que se puede encontrar una variedad gastronómica marcada por dos culturas: la chilena y la alemana, teniendo al “kuchen” en sus diversas preparaciones, como el protagonista de la oferta que reconocen quienes nos visitan.

A esta oferta, además se han sumado durante el último tiempo una variada oferta de productos gourmet de elaboración tradicional, con productos locales y rescatando usos y tradiciones de la zona, como cervezas, quesos, mermeladas, licores, entre otros.

Servicios de alimentación		
Café Cap Puccini	Restaurante Frau Holle	Restaurante Don René
Café Chocolate	Restaurante Guten Appetit	Salón de Té Am See
Café Restaurante Andes	Restaurante Hotel Elun	Salón de Té Trayen
Cafetería Duendes del Lago	Restaurante La Terraza del volcán	Sushi Delivery Frutillar
Casa de té Lavanda	Restaurante Meli	Restaurante y Sandwicheria Cuéntame
Café Restaurant Colonos del Lago	Restaurante O´Clock	Deli Restobar
Club Alemán Frutillar	Restaurante Se cocina	Colaciones Buenas Pizza
Di Parma	Restaurante Don René	La Terraza del Sabor
El Broceliande	Salón de Té Am See	La Picá de Norita
Escondite Restaurante	Salón de Té Trayen	El Rincón de las Delicias
Pub Restaurante Avenida 360	Sushi Delivery Frutillar	Completito al Paso
Pub Restaurante Ibiza	Restaurante La Terraza del volcán	Bookcafe Emmanuel
Restaurante Ayacara	Restaurante Meli	Onde Coty
Restaurante Casa de la Oma	Restaurante O´Clock	
Restaurante El Ciervo	Restaurante Se cocina	

Cuadro 6: Servicios de alimentación. Fuente: Municipalidad de Frutillar, Base de datos Patentes comerciales y alcohol, 2º semestre 2015.

La comuna cuenta con un total de 1.636 sillas, distribuidas en 43 establecimientos formales de alimentación.

3.3.2.3-Agencias de turismo y Tour Operadores

La comuna de Frutillar cuenta actualmente con 6 empresas, segmentadas entre tour operadores y agencias de turismo.

Estas empresas ofrecen principalmente actividades y circuitos, tanto dentro de la comuna como en la Región. Algunas de ellas se especializan en algún tipo de turismo o tipo de segmento en especial.

Estas empresas son las que permiten diversificar la oferta de servicios con los cuales el turista reconoce a la comuna, por lo que han asumido el gran desafío de diversificar las actividades posibles de desarrollar en nuestra comuna y alrededores.

Agencias de turismo, Tour operadores y Servicio de guías

Agencia de Turismo Hornig	Expeditions	Boreal Expeditions
Frutitour	Servicio Turismo y Transfer Andes	Sailor

Cuadro 7: Agencias de turismo. Fuente: Municipalidad de Frutillar, Base de datos Patentes comerciales y alcohol, 2° semestre 2015.

3.4-Análisis de Demanda

3.4.1-Contexto nacional

3.4.1.1-Llegada de turistas

La llegada de turistas al mes de julio de 2015 fue de 2.556.207, lo que representa un crecimiento del +20,3%, en relación al mismo periodo del año 2014. Al igual que durante el mes de junio, la baja base comparativa del año anterior sumado al positivo efecto en las llegadas de turistas por la Copa América durante el mes de junio, explican este particular crecimiento.

En específico, julio registró 331.061 llegadas de turistas, esto es un +22,4% mayor a la cifra del mismo mes del año 2014, destacando el incremento del +60,5% de los turistas del mercado argentino. Asimismo, mercados de América del Sur como Brasil, Ecuador, Venezuela registran crecimientos de dos dígitos (+18,2%, +10,1% y +26,2%, respectivamente). Respecto a los principales mercados de larga distancia, Norteamérica registra cifras positivas en julio (+6,6%), totalizando una variación acumulada a este mes de +9,4%. Europa por su parte, prácticamente no registró crecimiento, alcanzando una variación durante julio de +0,2%. Por último, destaca positivamente el alza registrada por el mercado asiático, totalizando un crecimiento acumulado a julio de +12,3%.



Figura 11: Llegada de turistas al país según mes, año 2015. Barómetro de Turismo. SERNATUR.



Figura 12: Participación porcentual de la llegada de turistas extranjeros al país acumulado a julio 2015. Barómetro de Turismo. SERNATUR

3.4.1.2-Motivación del viaje

El 65,5% de las llegadas a Chile fueron motivadas por las vacaciones y el ocio. Estas llegadas significaron ingresos por US\$ 442,1 millones, lo que representa el 65,5% del total de ingresos de divisas generados por los turistas. El gasto promedio diario individual (GPDI) de los turistas de este segmento fue de US\$ 495,1, 34,3 dólares menos que lo registrado en 2014, en valores corrientes.

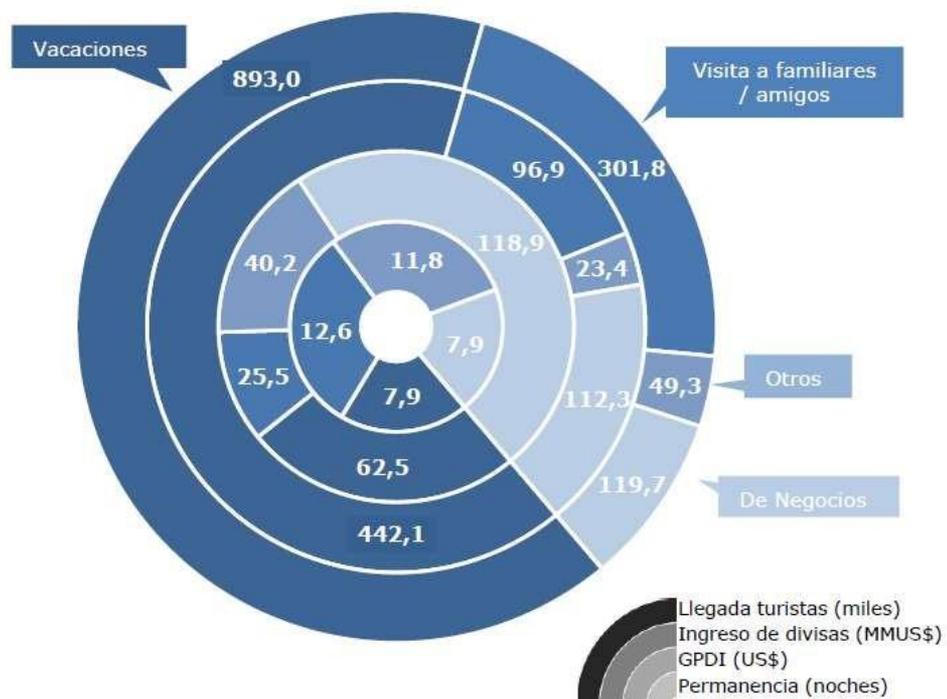


Figura 13: Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje. Informe turismo receptivo 2015. SERNATUR

3.4.2-Perspectiva del desarrollo turístico regional

La Región de Los Lagos posee una gran riqueza en recursos naturales y culturales, lo que ha permitido identificar numerosos atractivos entre los que cuentan su patrimonio (tangibles e intangibles), arquitectura, fiestas costumbristas y religiosas, eventos, artesanía, gastronomía, rutas patrimoniales, turismo rural y su gente. Todos accesibles a través de la infraestructura y oferta de servicios, la que se ha ido implementando para desarrollar numerosas actividades y a la conformación de productos que le sitúan con una imagen objetivo de Turismo de Naturaleza.

La infraestructura habilitada, ha incidido en las condiciones básicas de accesibilidad en áreas y circuitos con potencial, atractivos naturales y culturales, identificación y conformación de productos, asociados a modalidades de turismo emergentes que realizan cada vez un mayor número de turistas extranjeros con un alto nivel de gasto y permanencia promedio, como asimismo atender con fluidez una mayor movilidad de turistas nacionales, motivación para seguir avanzando en la evolución de la planta turística, con una mayor inversión en infraestructura y una prestación de servicios de calidad considerando además la calidad del entorno.

Para incrementar la demanda y aumentar la permanencia es importante avanzar en la puesta en valor del patrimonio, con actividades innovadoras que resguarden la identidad y tradiciones y que puedan ser ofrecidas al visitante, diversificando la oferta y desarrollando productos y actividades de turismo rural, cultural, vinculados a la artesanía, patrimonio y gastronomía regional, a objeto de aumentar la demanda y fidelizarla.

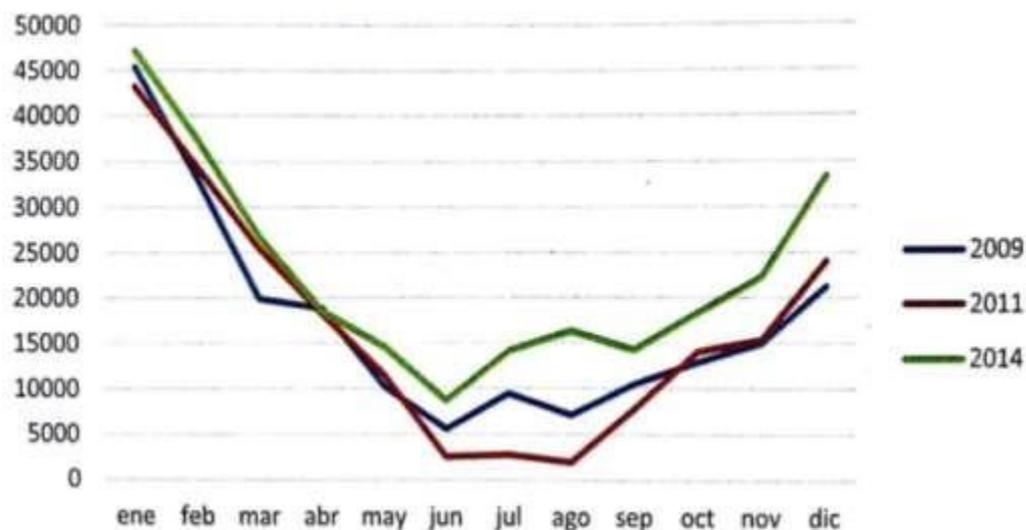


Figura 14: Llegadas de turistas extranjeros ingresados por la Región de Los lagos. Plan de acción 2014-2018.SERNATUR

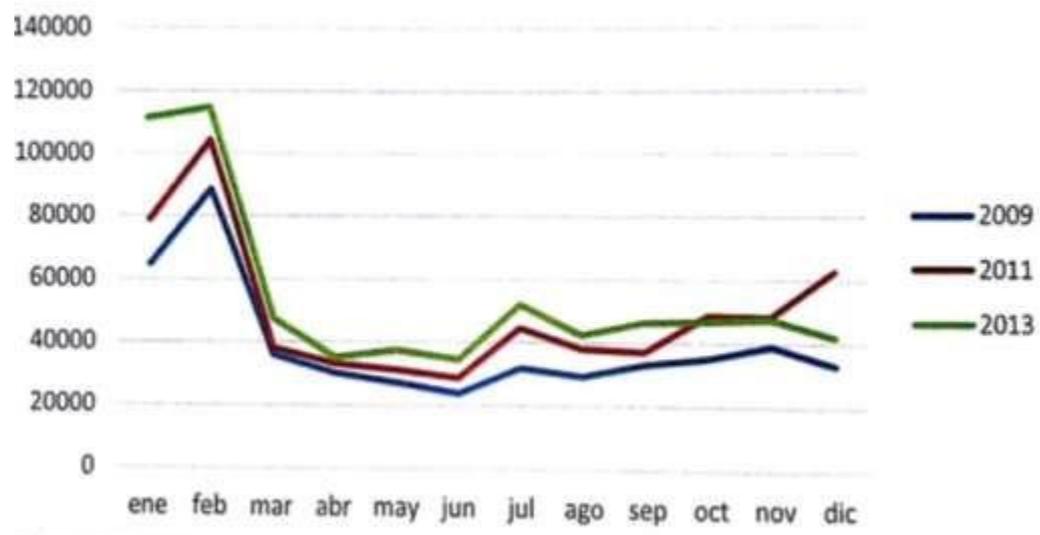


Figura 15: Evolución de Pernoctaciones Chilenos Región de Los lagos. Plan de acción 2014-2018.SERNATUR

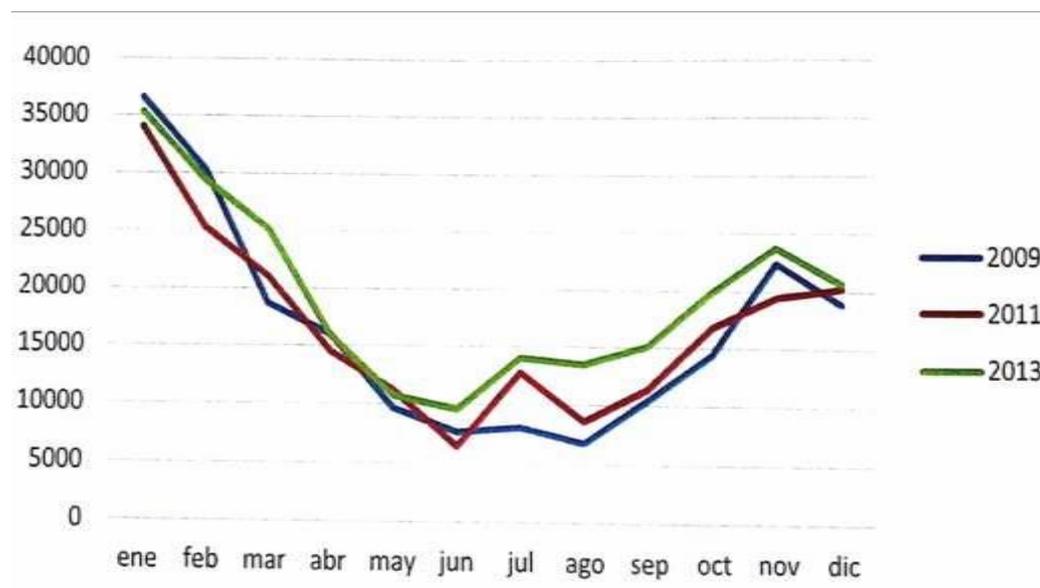


Figura 16: Evolución de Pernoctaciones Extranjeros Región de Los lagos. Plan de acción 2014-2018.SERNATUR

A nivel de la Cuenca del Lago Llanquihue, el Instituto Nacional de Estadísticas desarrolla una Encuesta mensual de alojamiento turístico (EMAT), el cual corresponde a la medición mensual de los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por periodos inferiores a un año y que hayan pernoctado al menos una noche en el establecimiento, tanto para chilenos como para extranjeros.

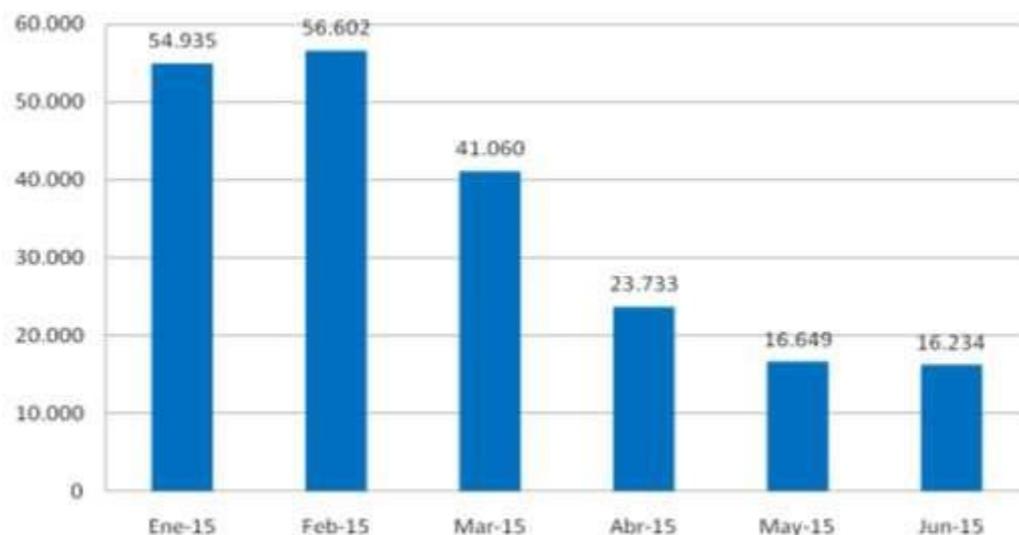


Figura 17: Número de llegadas de pasajeros chilenos y extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico. Cuenca del Lago Llanquihue, 2015. EMAT. INE.

3.4.3-Estadísticas comunales

Para el análisis estadístico, se han revisado tres documentos que entregan algunos antecedentes orientadores de las características de quienes visitan la comuna de Frutillar. Si bien estos estudios no son específicos para conocer la demanda actual, permiten formarse una imagen de la demanda.

A nivel público y privado no se han desarrollados instrumentos concensuados y permanentes para la medición de la actividad turística. Por lo cual cobra relevancia considerarlo como uno de los Programas estratégicos a implementar a través del PLADETUR. Se deberán considerar, a lo menos, mediciones de impacto de la actividad (empleo, ingresos), caracterización de demanda o perfil del turista, satisfacción de la visita, medición de brechas, etc.

3.4.3.1-Encuesta a turistas para justificación proyecto Mercado Municipal

Durante los meses de julio y agosto de 2015 se aplicaron un total de 75 encuestas para conocer las principales características de quienes visitan la comuna para conocer al mercado potencial del futuro Mercado

Municipal. Se determinó aplicar las encuestas en el sector del balneario de Frutillar ya que es lugar más visitado por turistas. El proceso de análisis fue a través de la recopilación, cuantificación y tabulación de los datos, mediante métodos de estadística descriptiva.

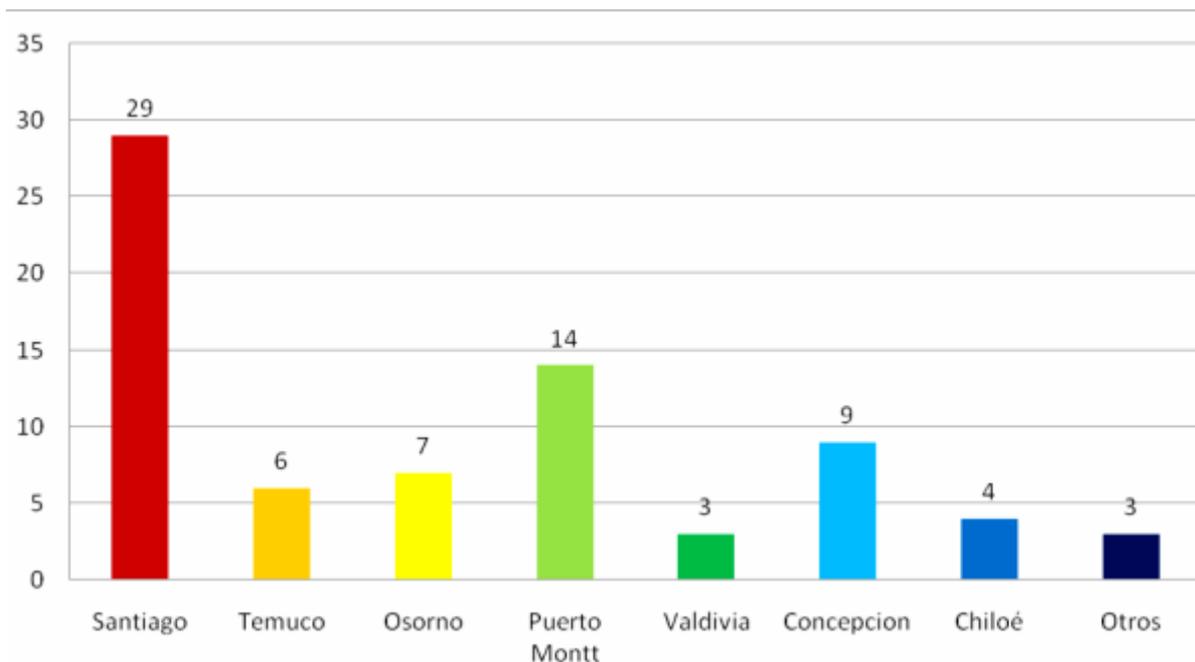


Figura 18: Procedencia de turistas. Encuesta prospección de mercado, Proyecto Mercado Municipal 2015. Oficina de Turismo. Municipalidad de Frutillar.

En la figura 18 se observa que la mayor cantidad de turistas proviene de Santiago, con un 39% (29 encuestas). Luego con un 19% (14 encuestas) se encuentran los turistas provenientes de Puerto Montt y en tercer lugar con un 12% (9 encuestas). En este sentido, es importante la llegada de turistas de larga distancia nacional, ya que utilizan mayor cantidad de servicios (como alojamientos y transporte), para esto además es necesario mejorar y ampliar la oferta de actividades para que la permanencia en el destino sea mayor. También se debe considerar a los turistas de corta distancia o de comunas cercanas, como Puerto Montt u Osorno, ya que son quienes generalmente visitan la comuna los fines de semana y pudieran ser un mercado interesante de abordar en especial en temporada baja.

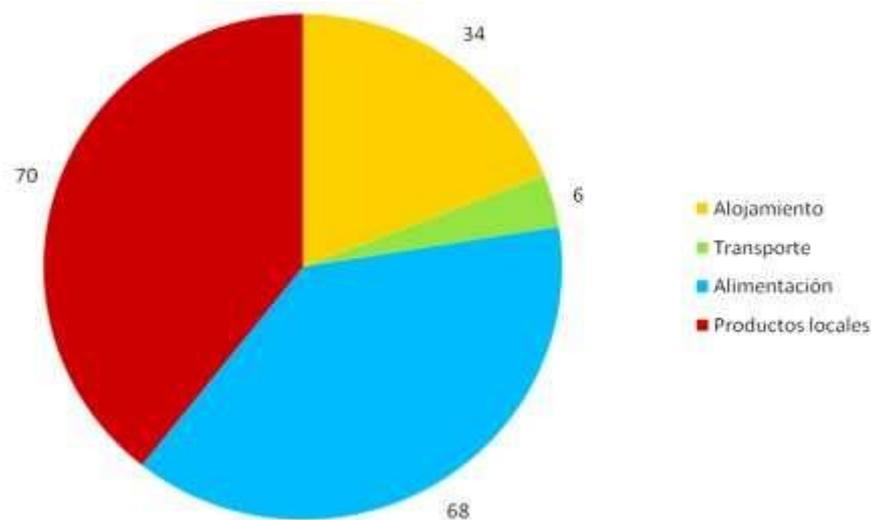


Figura 19: Principales servicios utilizados. Encuesta prospección de mercado, Proyecto Mercado Municipal 2015. Oficina de Turismo. Municipalidad de Frutillar.

Los principales servicios que utilizan quienes nos visitan son Productos locales y alimentación. En este sentido es necesario mejorar los estándares de nuestros productos (artesanía, productos gourmet).

3.4.3.2- Brief Marca turística de Frutillar

Al alero de la elaboración de la Marca turística de frutillar, trabajo encargado a la Consultora Otros Pérez por la Fundación PLADES Frutillar, se desarrolló durante el verano del 2015 una encuesta a 153 turistas y residentes. El proceso de investigación consistió en recolectar las características principales de la ciudad, especialmente aquella que la hacen distinta y le entregan una personalidad única. Para reunir esa información se estudia cómo es la ciudad, quienes viven en la ella y quienes la visitan, cómo se percibe, con qué conceptos y características la relacionan.

Concepto
Lago 21%
Frutilla 12,6%
Música 10,5%
Tranquilidad 9,8%
Playa — Balneario 8,4%
Belleza — Hermoso 7%
Otros 7%
Volcán 4,2%
Paz — Armonía 2,8%
Paisajes 2,8%
Teatro del Lago 2,1%
Kuchen — Tortas 2,1%
Naturaleza 2,1%
Relajo — Descanso 2,1%
Cultura 1,4%

¿Cuál es la primera palabra que se le viene a la mente al decir Frutillar?



Figura 20: Concepto a que asocia Frutillar. Brief Marca turística de Frutillar. PLADES.

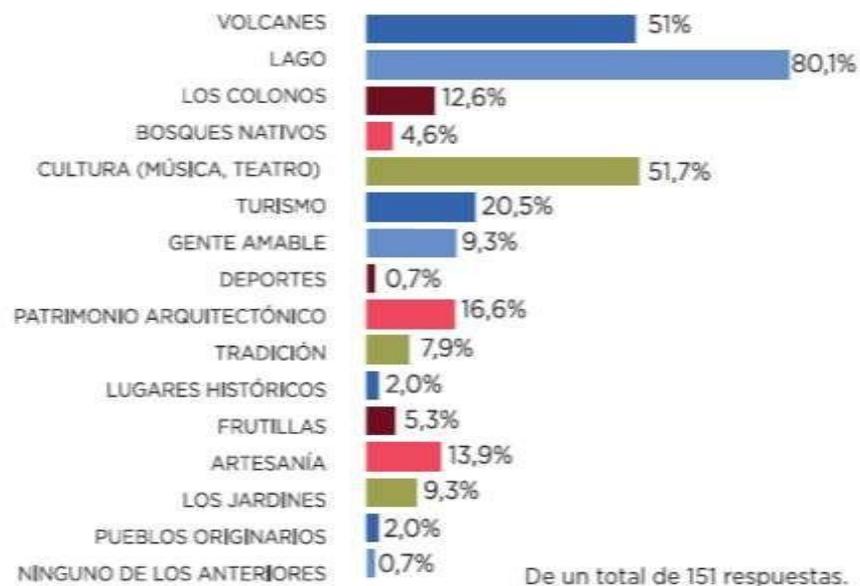


Figura 21: Conceptos que evoquen Frutillar. Brief Marca turística de Frutillar. PLADES.

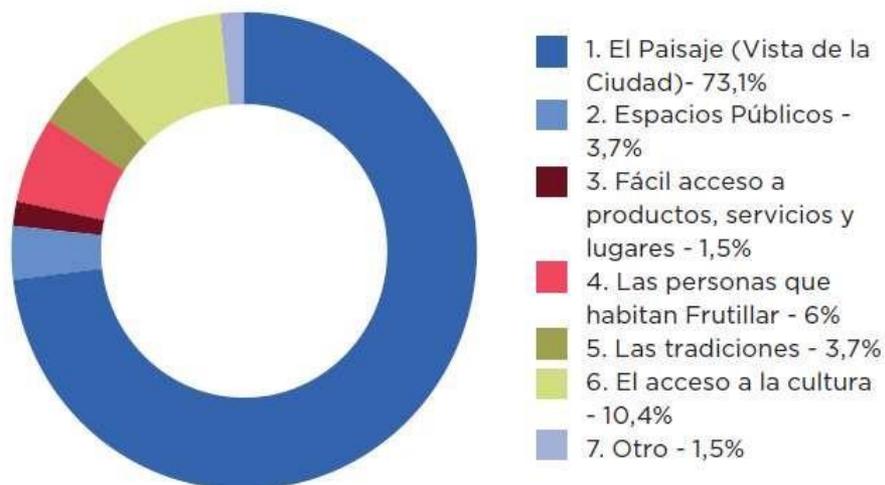


Figura 22: Lo que más le gusta de Frutillar. Brief Marca turística de Frutillar. PLADES.

3.4.3.3-Turismo en Frutillar. Plan Urbano Estratégico

Los datos del SERNATUR indican que la localidad de Frutillar captura un 1,13% de los turistas que se alojan en la Región de Los Lagos (2.240 de 196.784 per). La siguiente figura muestra las estadísticas generales de alojamiento turístico.

	Total	Llegada de chilenos	Extranjeros	Total	Pernoctación chilenos	Extranjeros	Capacidad habitacional	Días ofrecidos en camas	Personal ocupado
Total Nacional	2.359.052	1.689.016	669.136	5.049.822	3.525.923	1.523.899	14.021.918	14.021.918	21.674
Región de Los Lagos	196.784	143.710	53.074	346.379	251.941	94.438	624.176	1.253.016	1.925
Frutillar	2.240	1.441	789	6.477	4.604	1.873	17.873	32.191	45

Cuadro 8: Llegada de turistas y pernoctaciones. PUE Frutillar.

Estas cifras sólo representan a los turistas que alojan en Frutillar, por lo que es necesario incluir también a quienes lo visitan por el día.

Para la definición de la demanda turística en Frutillar se utiliza el cálculo realizado por Bähre, A. et al (2013). Debido a la inexistencia de datos oficiales sobre el ingreso de turistas a la localidad, ellos trabajan a partir de los siguientes supuestos:

“La estimación de la demanda objetivo considera como dato de referencia el peaje del tramo Río Bueno – Puerto Montt para estimar el flujo de vehículos que tiene la zona de Frutillar. Dicho peaje sólo considera la entrada de vehículos desde la Ruta 5 Sur, por lo que no incorpora entrada de vehículos que provienen del norte de Frutillar.

Para estimar la demanda turística en temporada alta, se eliminó del flujo de peajes a los residentes de Frutillar. Para ello, se toma como flujo de residentes el promedio de vehículos mensuales. El porcentaje de vehículos que van a Frutillar según la concesión es de 4,34%.” (Bähre, A. et al, 2013)

Datos	Vehículos	A Frutillar	Vehículos Turistas	Autos y camionetas	Personas por autos	Buses	Personas por buses	Total turistas/mes
Enero	1.424.090	61.806	7.717	6.163	12.203	588	11.761	23.964
Febrero	1.470.221	63.808	9.719	7.762	15.369	741	14.812	30.181
Marzo	1.248.301	54.176						
Abril	1.161.635	50.415						
Mayo	1.151.046	49.955						
Junio	1.104.663	47.942						
Julio	1.162.411	50.449						
Agosto	1.176.173	51.046						
Septiembre	1.160.103	50.348						
Octubre	1.288.945	55.940	1.852	1.479	2.929	141	2.823	5.751
Noviembre	1.277.935	55.462	1.374	1.097	2.173	105	2.094	4.267
Diciembre	1.329.719	57.710	3.622	2.892	5.727	276	5.519	11.246
Total	14.955.242	649.058	24.285	19.394	38.400	1.851	37.010	75.410

Cuadro 9: Flujo mensual vehicular 2012, descontando flujo base. PUE Frutillar.

El flujo de vehículos base se resta a los meses de octubre a febrero, para obtener el flujo de vehículos turistas y finalmente el número de turistas mensual que se tendrá en Frutillar. Se estima entonces que en total, Frutillar recibe 75.410 turistas al año. Por otro lado, para estimar el crecimiento de turistas que existe en Frutillar, Bähre et al (2013) utilizaron datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), el cual cuenta con la información desde el año 2004 hasta el 2011 de los turistas que han visitado la Región de Los Lagos. Se asume que este crecimiento promedio obtenido sería el mismo para Frutillar, debido a que no se cuenta con otra información para poder estimarlo.

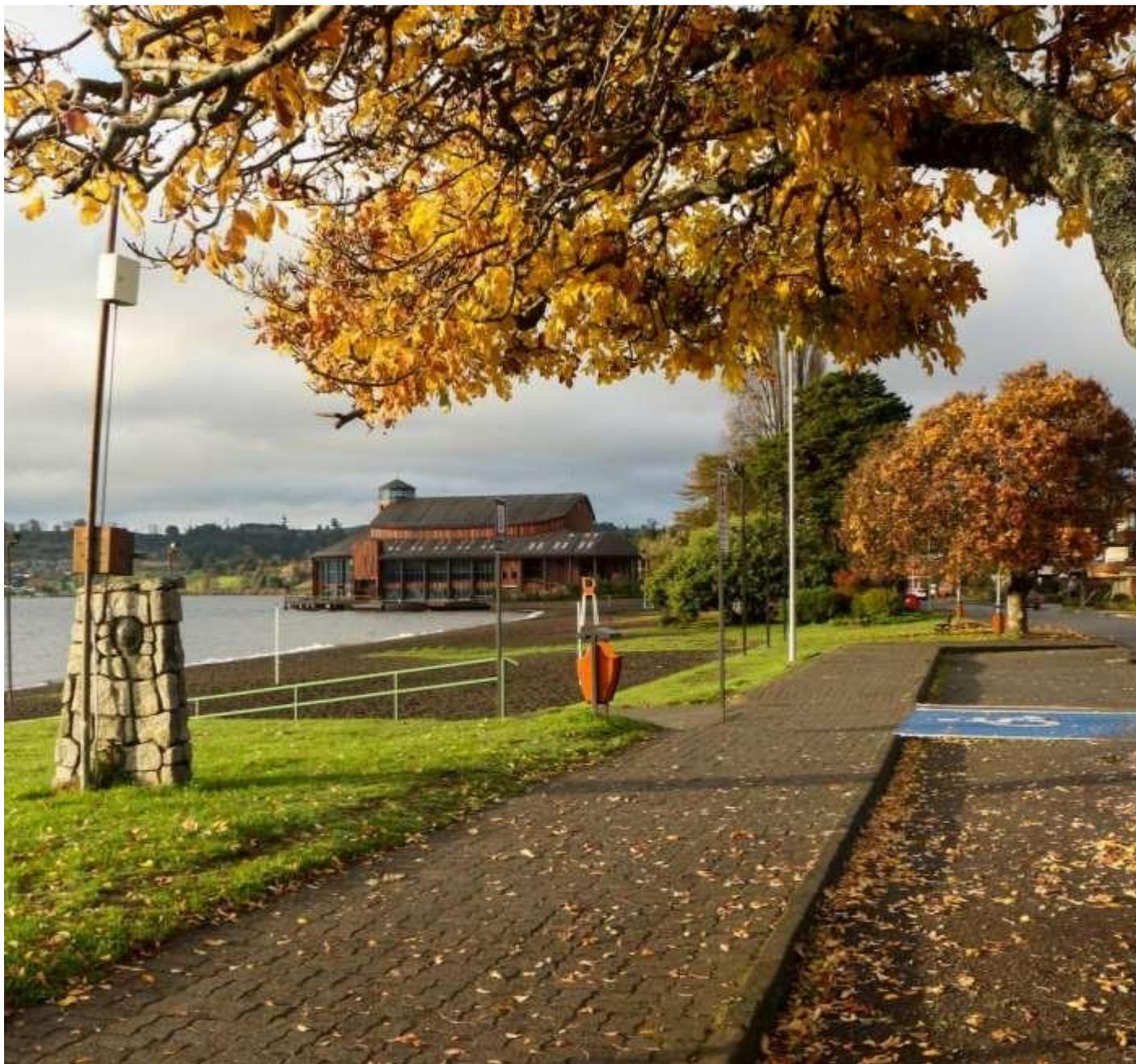
“Se calculó el crecimiento anual para el período mencionado y luego se promedió. Según este resultado, el crecimiento promedio de turistas entre los años 2004 y 2011 para la Región de los Lagos es de 4,6%.” (Bähre, A. et al, 2013)

Utilizando estos valores, es posible realizar una proyección de las llegadas de turistas a la comuna, considerando un crecimiento promedio anual de turistas constante de 4,6%.

Año	Proyección llegada de turistas a Frutillar
2012	75.410
2013	78.879
2014	82.348
2015	85.917

Cuadro 10: Proyección llegada de turistas a la comuna de Frutillar.

4. DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO



4.1-Participación Ciudadana

La creación de nuevas instancias de elaboración de instrumentos que afectan directamente a la ciudadanía, genera la necesidad de potenciar la inclusión de las personas en los procesos administrativos y decisorios, a fin de conseguir mejoras en su eficiencia, transparencia, equidad, diversidad, legitimidad, representación y control. Hoy en día, la postura frente a la participación ciudadana es que éste es un proceso que realmente contribuye a mejorar la calidad del sistema democrático.

La participación ciudadana, entendida, como la intervención directa de la ciudadanía en los asuntos de carácter público, o bien, como "la inclusión de los ciudadanos en las decisiones administrativas", será el medio para hacer posible que la ciudadanía tenga injerencia directa y control sobre las acciones y decisiones estatales, permitiendo sobre todo mejorar la calidad del sistema democrático, toda vez que fomenta la inclusión, la diversidad y la equidad.

Teniendo como base la importancia de la participación de la ciudadanía en el planteamiento de las necesidades y definición de proyectos, es que se desarrolla esta etapa.

Para la captura de las necesidades y requerimientos del territorio y de sus habitantes, es que se realizaron una serie de talleres con actores involucrados en la actividad turística, ya sea de manera directa o indirecta.

Esta etapa de Diagnóstico participativo recogió los principales requerimientos en el territorio comunal en base a talleres temáticos.

Para cada uno de las mesas de trabajo se definió una metodología específica, abordando temas específicos atinentes a cada rubro y dando énfasis a:

- los recursos existentes y potencialidades, estado actual del rubro
- necesidades, requerimientos y brechas
- visión futura del territorio

Mesa de Trabajo	Temáticas abordadas
Agencias de Viaje y Tour Operadores	<ul style="list-style-type: none">-Revisión de oferta actual de actividades y Productos turísticos de Frutillar-Nueva oferta de productos-Principales desafíos-Evaluación de los servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none">-Estado actual de la oferta de alojamiento-Desafíos de los servicios de alojamiento-Características de la Demanda (actual y potencial)-Requerimientos del rubro

Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> -Oferta actual de gastronomía -Factor diferenciador de nuestros productos gastronómicos -Análisis de la gastronomía local -Desafíos
Unión Comunal de Juntas de vecinos	<ul style="list-style-type: none"> -Principales atributos de la comuna -Falencias y debilidades a nivel comunal -Iniciativas de integración de la comunidad a la actividad turística
Sectores rurales	<ul style="list-style-type: none"> -Identificación de recursos con potencial turístico (naturales, culturales) -Necesidades y brechas para incorporarse a la actividad turística
Comunidades Indígenas	<ul style="list-style-type: none"> -Identificación de recursos con potencial turístico (naturales, culturales) -Necesidades y brechas para incorporarse a la actividad turística
Unión comunal de artesanos	<ul style="list-style-type: none"> -Oferta comunal de artesanía -Brechas y proyecciones de la artesanía local -Condiciones para transformar a la artesanía local en un producto turístico
Municipalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Desafíos como institución frente a la temática turística -Aporte desde sus Unidades al turismo -Necesidades desde sus Unidades para

Cuadro 11: Mesas y temáticas diagnóstico participativo PLADETUR Frutillar.

4.2- Análisis de brechas

4.2.1-Potencialidades de la comuna para el desarrollo turístico

Para la elaboración del Plan de Desarrollo turístico de Frutillar se ha realizado un diagnóstico que abarca las diferentes realidades del sector turístico local.

En primera instancia se analizaron aquellas potencialidades con que cuenta la comuna para el desarrollo de la actividad turística. No basta sólo con tener la intencionalidad de desarrollar en el territorio esta actividad económica.

Es necesario reconocer aquellas fortalezas con que un Destino cuenta, ya que estos son la base para implementar cualquier iniciativa turística. Estas fortalezas se encuentran principalmente en los atractivos

naturales y culturales, las empresas y servicios existentes, el recurso humano disponible y en la planificación y organización local que sustente la actividad turística.

Potencialidades de la comuna de Frutillar
Importante presencia de patrimonio material e inmaterial (histórico, arquitectónico, urbanístico, cultural y natural) que requiere ser puesto en valor.
Existencia de recursos naturales y paisajes que generan flujos de visitas a la comuna.
Destino asociado a tranquilidad y descanso, lo cual permite llegar a mercados específicos. Este concepto ya es reconocido en los turistas.
Cercanía a destinos turísticos de importancia nacional (Puerto Varas, Puerto Montt, Chiloé)
Se cuenta con una importante inversión privada a pequeña y mediana escala, principalmente en servicios de alojamiento, además de infraestructura turística pública.
Existe un extenso territorio rural el cual posee un enorme potencial para el desarrollo de iniciativas turística (actividades, servicios) como complementarias al rubro (producción de alimentos, elaboración de artesanías, rutas y circuitos, etc.)
La existencia del Teatro del Lago, el cual al desarrollar actividades durante todo el año, permite un flujo permanente de visitantes. Además es un producto posicionado nivel nacional e internacional.
Existencia de comunidades indígenas con potencial para el desarrollo de Turismo Comunitario.
Acceso directo al Lago Llanquihue, lo que permitiría el desarrollo de actividades náuticas.
La comuna de Frutillar está medianamente posicionada a nivel nacional como un Destino turístico y reconocido por productos específicos: Teatro del Lago, Semanas Musicales, Balneario y playa de Frutillar.
Acceso directo a Ruta 5, cercanía a Aeropuerto El Tepual de Puerto Montt, Aeropuerto Cañal Bajo Carlos Hott de Osorno, Paso Internacional Cardenal Samoré y Terminal Portuario de Puerto Montt.
Empresas con Sellos S y Q, y otras en proceso para su obtención.

Cuadro 12: Mesas y temáticas diagnóstico participativo PLADETUR Frutillar.

4.2.1-Brechas de la actividad turística a nivel comunal

El propósito del siguiente diagnóstico de brechas es resaltar los retos que permitirán alcanzar las metas del sector y sobre estos se definirán los ejes prioritarios y las líneas de acción del presente Plan.

Lineamientos	Descripción de brechas
Capital humano	<ul style="list-style-type: none"> -Déficit de capacitación y especialización del capital humano (PEC), en especial el vinculado a gastronomía y atención al cliente. -Deficiencia en el grado de profesionalización de la gestión interna de las empresas. -Poca pertinencia de la formación técnico profesional. -Falta de capacitaciones en temáticas específicas. -Carencia de identidad local (desconocimiento de la historia local). -Falta Conciencia turística en los habitantes de la comuna, ya que desconocen su rol como anfitriones. -No existen perfiles de cargo en las empresas para conocer requerimientos específicos. -Incorporar a la comunidad local en los procesos de desarrollo turístico o en iniciativas que se implementen. -Deficiencia en la cualificación del recurso humano.
Empresas, formalización y certificación.	<ul style="list-style-type: none"> -Gran número de servicios turísticos informales, falta de inspección. -Bajo nivel de cumplimiento de estándares para la obtención de certificaciones (Q, S). -Desconocimiento de los procesos para la regularización de empresas, falta claridad en los procesos. -Falta de líneas de financiamiento para la obtención de sellos.
Asociatividad y encadenamiento	<ul style="list-style-type: none"> -Escasas redes empresariales (de un mismo rubro o de diversos rubros) que permita articular iniciativas a nivel local. -Falta de redes de empresarios que ofrezcan productos turísticos integrados (Clubes de productos, circuitos, rutas temáticas). -Escasa relación y desarrollo de productos con otras comunas o territorios para la generación de productos integrales.
Productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> -No se ha puesto en valor el patrimonio cultural mapuche-huilliche (gastronomía, artesanía, tradiciones, etc.) -No hay innovación en el desarrollo de productos. -Marcada estacionalidad, debido a los productos que se ofrecen actualmente, saturación del destino en temporada alta y afectación en los niveles de satisfacción. -Falta potenciar a la gastronomía local como un producto diferenciador. -Desconocimiento sobre el patrimonio cultura de la comuna.

	<ul style="list-style-type: none"> -La comuna sólo se conoce como un Destino de sol y playa. -Deficiencia en los canales de comercialización de productos.
Ordenamiento territorial y gestión del territorio	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de instrumentos de Ordenamiento territorial que regulen el uso y el desarrollo armónico del territorio. -Escaso conocimiento y puesta en valor de Zona típica. -Falta de Ordenanzas que permitan regular algunas falencias del territorio (comercio ambulante, señalética, etc.) -Considerar a la actividad turística como eje estratégico en los instrumentos de Planificación. -Falta de antecedentes estadísticos y estudios (Caracterización de demanda, Satisfacción, ingresos de la actividad, etc.) para conocer el perfil y conducta del turista.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> -Insuficiente promoción de la comuna (como Destino) en actividades de difusión (Ferias de turismo, exposiciones, etc.) -Insuficiente material de promoción (tanto Municipal como privado) -Carencia de estrategias unificadas y coordinadas de comercialización y promoción de la comuna (Público-Privada) -Escaso uso de redes sociales para difusión. -Falta de una imagen turística como Destino. -Inexistencia de iniciativas que permitan romper la estacionalidad en temporada baja. -Acciones de promoción sin planificación adecuada. -Estrategias de marketing poco efectivas.
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> -Déficit de infraestructura turística (miradores, ciclovías, rutas paisajísticas, señalética) -Carencia de conectividad digital (Internet) en algunos sectores rurales. -Falta de una cartera integrada de proyectos turísticos a corto, mediano y largo plazo. -Si bien existen acciones que promueven el turismo accesible, se requiere mayor desarrollo de iniciativas, en especial en empresas del rubro.
Planificación	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de planificación conjunta entre servicios públicos relacionados con la actividad. -Esfuerzos institucionales dispersos. -No existe una instancia de trabajo público-privada.

Cuadro 13: Brechas de la actividad turística a nivel comunal. PLADETUR Frutillar.

Para la elaboración de las líneas de acción del PLADETUR, es necesario además reconocer los roles y responsabilidades de los actores a nivel local, ya que el óptimo resultado de cualquier iniciativa que se implemente dependerá única y exclusivamente de un trabajo en conjunto y mancomunado entre el sector privado y público.

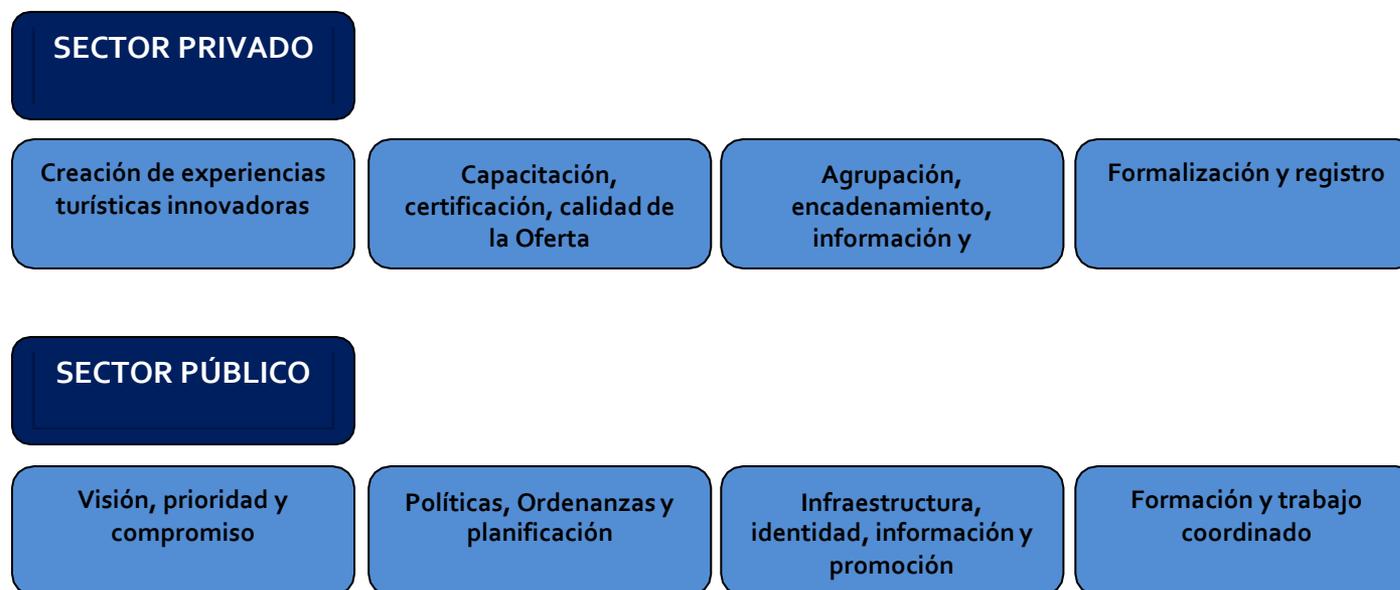


Figura 23: Roles y responsabilidades del turismo a nivel local. PLADETUR Frutillar.

5. PLAN DE ACCION



5.1-Definición de Líneas Estratégicas y Plan de Acción

5.1.1-Tendencias y desafíos de la actividad turística

Para la definición de las Líneas de acción del Plan de Desarrollo turístico de Frutillar, se han identificado las 5 principales tendencias del turismo, ya que estas orientarán las propuestas de programas y proyectos, así como las iniciativas que surjan desde el sector privado.

Turismo 2.0	Uso de las tecnologías de la información en pos de acercar la oferta a los clientes y generar servicios instantáneos.	-Comercio electrónico -Desintermediación. -Viajero "conectado" o pasajeros "digitales"
Competitividad	Creación e integración de productos con valor añadido lo que permite sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a los competidores.	-Más y mejores servicios de calidad. -Competir con diferenciación, calidad y precio.
Sustentabilidad	Actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes.	-Conservacionismo. -Gestión del agua. -Identidad local.
Innovación	Creación de valor a través de la transformación de nuevas ideas y conocimientos, en nuevos productos o productos o servicios, procesos, métodos de marketing o métodos organizacionales.	-Experiencias auténticas. -Transformación de recurso a producto. -Evolución tecnología-diseño.
Demanda dinámica	El mercado está cada vez más sensible a los cambios y espera que los productos y servicios se adecúen a las nuevas necesidades.	-Micro segmentación. -Paquetes o rutas dinámicas. -"Experiencias" turísticas.

Cuadro 14: Tendencias del Turismo. PLADETUR Frutillar.

5.2-Objetivos Plan de Acción

5.2.1-Objetivos Estratégicos y Objetivos Operativos

Los objetivos estratégicos son metas organizacionales a largo plazo. Estos ponen los puntos de referencia más importantes para el éxito y están diseñados para ser traducciones medibles, específicas y realistas para orientar la toma de decisiones. Los objetivos estratégicos se desarrollan normalmente establece las expectativas específicas que permiten a la empresa o Destino lograr su más amplia misión.

Los objetivos operativos son los puntos de referencia de los proyectos y son las iniciativas que nos permitirán alcanzar nuestros Objetivos Estratégicos.

Los Objetivos Estratégicos y Operativos que se esperan alcanzar con la implementación del Plan de Desarrollo turístico de la comuna de Frutillar son:

- 
- Generar una ***gobernanza local público –privada.***
 - Fomentar la ***calidad*** de los productos y servicios turísticos.
 - Implementar ***instrumentos de planificación territorial.***
 - Potenciar un ***desarrollo sustentable.***

- 
- Generar ***empleo.***
 - Atraer ***inversión pública,*** así como ***inversión privada local y externa.***
 - Aumentar la ***llegada de turistas y días de estadía.***
 - Aumentar las ***ventas*** de productos y servicios locales.

5.3-Plan de acción

Líneas de acción	Objetivo	Proyectos	Actividades
Gestión turística del territorio	Desarrollar una planificación estratégica, que permita atender las necesidades específicas del territorio y de los actores involucrados en la actividad.	a. Programa de Planificación estratégica.	-Incorporar a la actividad turística en diversos instrumentos de Planificación territorial que permita posicionarla como una de las actividades económicas más importantes del territorio. -Participación activa en instancias de planificación del desarrollo a nivel provincial, regional y/o nacional.
		b. Programa de Ordenamiento turístico territorial.	-Elaboración de Ordenanzas, en base a priorización comunal. -Implementación de instrumentos de protección de zonas patrimonial, natural.
		c. Gobernanza local del turismo.	-Generación de una instancia público-privada que coordine, supervise, priorice y gestione actividades y proyectos en pos del desarrollo turístico comunal.
		d.Sustentabilidad turística.	- Observatorio del turismo y la sostenibilidad, a través de la implementación de un modelo de evaluación continua. -Impulsar un programa de sensibilización y formación en sostenibilidad haciendo especial hincapié sobre la eficiencia, productividad, adaptación a los requerimientos de la demanda y valor medioambiental.

Inversión pública	Desarrollar una política de inversiones turísticas que mejore la competitividad de la comuna, por medio de la gestión del financiamiento y coordinación de la inversión pública para proyectos de infraestructura y equipamiento turístico.	a. Programa de detección y actualización de las demandas de infraestructura y equipamiento.	-Registro y actualización permanente de las demandas. -Elaboración de fichas técnicas y su presentación para la gestión del financiamiento.
		b. Programa de infraestructura y equipamiento turístico.	-Definición de requerimientos básicos para el desarrollo de la actividad turística y apoyo en la presentación de iniciativas. -Implementación de proyectos turísticos de infraestructura y equipamiento, en función de la planificación territorial existente y de las acciones priorizadas. -Seguimiento de las obras y proyectos elaborados por la Municipalidad.
		c. Turismo accesible	-Impulsar iniciativas en materia de mejoramiento de la accesibilidad de los turistas con movilidad reducida o discapacidad.
Habilitación de servicios turísticos y fomento a la inversión.	Evaluar y habilitar en el marco de las normativas vigentes locales y nacionales, las iniciativas que se implementen en el territorio comunal.	a. Programa de generación y puesta en marcha de empresas turísticas.	-Orientación para la habilitación de servicios turísticos en la comuna, con la finalidad de que cumplan con los requisitos establecidos por la legislación local y nacional (SERNATUR, Servicio de Salud, Dirección de Obras Municipales, etc.) -Elaboración de una Guía para la implementación de servicios turísticos (información para la creación de empresas).
		b. Programa de asistencia para el financiamiento turístico privado.	-Desarrollo de Guía de oportunidades de inversión privada. -Asesoramiento técnico de diversa índole para inversionistas actuales o potenciales. -Fomento y atracción de inversores.

Formación y capacitación turística.	Fortalecer el recurso humano vinculado al sector de manera directa e indirecta, mejorando las capacidades locales.	a.Programa de capacitación PEC.	-Fortalecer e impulsar la capacitación y formación del recurso humano vinculado al sector, en especial el PEC. -Gestión con diversas instituciones para el desarrollo de cursos, talleres o capacitaciones requeridas en el territorio comunal. -Capacitación para emprendedores y empresarios locales, en temáticas específicas.
		b.Programa de capacitación y fortalecimiento del recurso humano Municipal.	-Capacitación en diversas temáticas para funcionarios públicos para el conocimiento de la actividad turística y el rol que cada uno cumple dentro del rubro.
		c.Programa de sensibilización y Conciencia turística y anfitriónaje.	-Promover una conciencia turística colectiva y unificada de todos los actores sociales involucrados directa e indirectamente en el desarrollo turístico en la comuna. -Implementación del Programa de Conciencia turística en Establecimientos educacionales de la comuna.
		d.Programa de educación y formación del recurso humano local.	-Atraer, desarrollar y retener el talento dentro del sector turístico, valorizando la formación profesional y técnico-profesional. -Desarrollar un trabajo permanente y coordinado con el área de Educación Municipal para incorporar nuevas iniciativas de formación del recurso humano a nivel técnico. -Fomentar la inclusión del conocimiento sobre la actividad turística en los planes de formación escolar.
		e.Modelo de reconocimiento de la responsabilidad social	-Elaborar un plan de involucración del sector en prácticas responsables y establecer un modelo de reconocimiento de estos comportamientos.

<p>Desarrollo de Productos turísticos.</p>	<p>Diversificar y fortalecer la oferta turística de Frutillar, a través del desarrollo de productos turísticos innovadores para el mercado.</p>	<p>a. Programa de investigación y desarrollo de productos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Caracterización de la oferta actual y potencial la comuna: atractivos, prestadores de actividades y servicios turísticos, facilidades e instalaciones turísticas, etc. -Caracterización de la demanda para potenciales productos. -Propuesta de desarrollo de Productos en base a potencialidades comunales: Pesca Deportiva, Senderismo/Trekking, Turismo Rural, Turismo en Comunidades Mapuches, Gastronomía Local, Patrimonio, Actividades lacustres, etc. -Diseño de estrategias y/o pautas para la creación y desarrollo de rutas temáticas y circuitos turísticos que permitan la puesta en valor de atractivos y servicios. -Vertebrar y articular paquetes integrados de oferta de actividades turísticas (rutas especializadas, rutas temáticas, etc.). -Incentivar la realización de proyectos empresariales dirigidos a la creación y generalización de nuevos modelos de productos y de procesos de gestión y comercialización turística. -Desarrollo e impulso de actividades que enriquezcan la oferta actual. -Desarrollo de instancias para incentivar la integración de oferta de ocio y producción local en el turismo rural. -Promoción del consumo de gastronomía local y productos agroalimentarios en el sector Turístico.
---	---	---	---

		b. Revalorizar los productos tradicionales.	-Incrementar la competitividad de los productos existentes a través de un Programa de fortalecimiento del valor de las experiencias ofrecidas al cliente y aprovechando las tendencias de la demanda.
Calidad turística	Desarrollar e impulsar la cultura de la calidad en el servicio y la mejora continua en el sector turístico, como herramienta para mejorar la competitividad y fortalecer el posicionamiento de la actividad turística.	a.Programa comunal de calidad.	-Establecer un Sistema local de Calidad complementario al Sistema Nacional (SERNATUR) mediante la adopción progresiva de herramientas que permitan aumentar la competitividad turística de las empresas. -Implementación de Buenas Prácticas en empresas del rubro (ambientales, RSE, gestión, etc.) -Implementación de Programa de Capacitación destinado a prestadores turísticos para la certificación (Q, S).
Promoción y difusión	Posicionar y fortalecer la imagen de la Comuna-Destino en los mercados, por medio de la definición de una imagen e identidad del territorio.	a.Programa de vinculación con Municipios de la Cuenca y sector privado.	-Generar y optimizar la vinculación institucional para sumar esfuerzos, e impulsar los productos y servicios turísticos. -Comunicación permanente con referentes de municipios y organizaciones privadas que permitan generar nexos para la difusión de la comuna. -Coordinación de acciones conjuntas con entidades públicas (SERNATUR) y privadas (Asociaciones) local, regional, cuenca. -Realizar promociones de ofertas especializadas dirigidas a segmentos específicos de mercado.
		b.Programa de Promoción.	-Difusión y promoción mediante distintos soportes y medios de comunicación, buscando profundizar el posicionamiento de Frutillar en diversos mercados emisores de turistas. -Gestión y diseño de folletería. -Elaboración de web turística.

			<ul style="list-style-type: none"> -Intervención en publicaciones y eventos. -Desarrollo de presentaciones en formato multimedia para promoción institucional. -Elaboración de un Banco de imágenes. -Consolidación de las plataformas de las redes sociales. -Asesoramiento a empresarios en la elaboración y realización de material promocional. -Desarrollo de eventos turísticos, culturales y deportivos que permitan la difusión del Destino (Ferias de turismo, eventos de difusión, ruedas de negocios).
		c.Eventos y actividades programadas.	-Desarrollo/coordinación de actividades en temporada estival y temporada baja (calendarización, difusión)
Sistema de gestión de la Información turística local.	Implementar un sistema de gestión de la información turística de la comuna.	a.Programa de coordinación de Información turística.	<ul style="list-style-type: none"> -Generar un Sistema único y consensuado de Información turística, tendiente a disminuir las brechas en el acceso a la información a nivel comunal. -Implementación de un sistema de actualización permanente de la información.
		b.Programa de estadísticas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> -Evaluar el impacto de la actividad turística en el territorio y en las empresas del rubro y conocer los requerimientos del mercado. -Registro de los turistas y análisis de la información obtenida en las Oficinas de información a fin de que contribuya como herramienta para la toma de decisiones. -Implementación de un Estudio de Caracterización de la Demanda Turística comunal y monitoreo permanente de la información generada. -Sistema de monitoreo de Satisfacción de la Demanda.

5.4-Seguimiento y Evaluación del Plan

Finalmente, para dar certeza de que lo planeado se ejecuta, cumple lo esperado y genera resultados y logros, se requiere un sistema de seguimiento y evaluación. Este, además aportará en la retroalimentación y la posibilidad de hacer los ajustes necesarios que durante el desarrollo del plan se vayan requiriendo, para hacerlo más asertivo y para que siga dando ciertas luces de las prioridades y la realidad que se apuesta a mejorar.

Para que las estrategias propuestas en el PLADETUR sean ejecutadas, es necesario que se realice hagan un trabajo de monitoreo (seguimiento), acción que proporcionará la información que permitirá seguir el avance de los programas, proyectos y actividades, esto con el fin de adoptar medidas destinadas a identificar falencias y aplicar medidas correctivas.

La evaluación por su parte, hace posible conocer sistemática y objetivamente la pertinencia, eficacia y eficiencia de las actividades desarrolladas y sus efectos e impactos sobre los beneficiarios.

Se plantean dos tipos de Evaluación:

-Evaluación cualitativa: se recogen percepciones de los diferentes actores públicos y privados y se recogen las percepciones en cada actividad realizada de los destinatarios de las iniciativas (“evaluación de actividades”)

-Evaluación Cuantitativa: se evalúa de forma individual cada lineamiento lo que permite un análisis cuantitativo de la consecución de lo planeado en el PLAN de acción.

Este trabajo deberá ser llevado adelante por el equipo Municipal de Turismo y acompañado y supervisado por una instancia privada (Mesa de Turismo).

Proyecto	Actividad	Indicador	Fecha inicio	Fecha término	Estado avance año 1	Estado avance año 2	Estado avance año 3	Estado avance año 4

Cuadro 15: Matriz de evaluación y seguimiento PLADETUR Frutillar.

El Plan de desarrollo turístico PLADETUR de la comuna de Frutillar fue elaborado por la Oficina de Turismo de la Municipalidad de Frutillar y en él participaron empresarios, emprendedores y vecinos de la comuna a quienes se agradece su entrega y compromiso.

Además se reconoce y agradece a los funcionarios de la Municipalidad de Frutillar que apoyaron en la gestión, coordinación y entrega de información relevante para la elaboración de este Plan..

BIBLIOGRAFIA

- Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. 2010.
- Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. Ministerio de Economía, fomento y Turismo, Subsecretaría de Turismo. 2012.
- Estudios de Competitividad en Clusters de la Economía Chilena. Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad.
- Diálogo para la Productividad con la Industria Turística Nacional. Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. 2015.
- Informe turismo receptivo primer trimestre 2015. SERNATUR. 2015.
- Estrategia Regional de desarrollo Región de Los Lagos 2009-2020. Gobierno Regional de Los Lagos. 2009.
- Estrategia Regional de innovación 2014-2019 Región de Los Lagos. Gobierno Regional de Los Lagos. 2014.
- Política Regional de Turismo. Gobierno Regional de Los Lagos. 2015.
- Plan de desarrollo Comunal, PLADECO Frutillar. Municipalidad de Frutillar. 2015.
- Plan Urbano Estratégico de Frutillar. MINVU, Municipalidad de Frutillar. 2013.
- Diagnóstico PLADES Frutillar. PLADES, Urbana E&D. 2013.