

Formulario Solicitud de Declaración Zonas de Interés Turístico

Nuevas Solicitudes

Formulario Solicitud de Declaración Zonas de Interés Turístico

Nuevas Solicitudes



Subsecretaría de Turismo Ministerio
de Economía, Fomento y Turismo

Agosto 2013

PRESENTACIÓN

El procedimiento para la declaración de una zona de interés turístico se inicia con la solicitud de la parte interesada a la Secretaría Regional Ministerial de Fomento Economía y Turismo competente al territorio al cual hace referencia dicha solicitud. Para estos efectos, la Subsecretaría de Turismo ha preparado este documento, a través del cual la parte interesada debe entregar todos los antecedentes requeridos para realizar la solicitud y así dar inicio al proceso de declaración de zona de interés turístico.

Para realizar esta tarea se ha elaborado además la Guía de Apoyo a la solicitud de declaración de una Zona de Interés Turístico, la que debe ser consultada por la parte interesada previo a al trabajo de recopilación de información solicitado en este formulario. Dicha guía de apoyo se encuentra disponible en el sitio web de la Subsecretaría de Turismo.

¿Quién debe completar este formulario?

Este formulario debe ser completado por la parte interesada en la declaración de zona de interés turístico, y que de acuerdo a lo establecido en la letra h del Artículo 2 del Reglamento que fija el procedimiento de declaración de una Zona de Interés Turística, la parte interesada en la declaración de una ZOIT puede ser una Corporación o fundación de derecho privado, constituida por las normas del Título XXXIII del Libro Primero del Código Civil, o asociación gremial constituida de acuerdo a las normas del decreto Ley N° 2757 del año 1979, las que por sí o en conjunto, solicitan a la autoridad competente la declaración de un área determinada como Zona de Interés Turístico.

¿Cómo completar este formulario?

Todos los campos y preguntas son obligatorios, a menos que se refieran a ámbitos que no apliquen a la solicitud de la propuesta.

INTRODUCCIÓN

El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de determinados territorios, permitiendo dinamizar las actividades tradicionales y valorizar las particularidades culturales y ofreciendo oportunidades de empleo a sus habitantes. Sin embargo, el turismo no es la forma de solucionar los problemas que plantea el desarrollo, y tampoco todos los territorios tienen el potencial para esta actividad.

La única forma de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique la coordinación de acciones concretas y determinadas inversiones por parte del sector público y privado, es a través de un proceso analítico y descriptivo que permita evaluar en base criterios definidos estas aptitudes.

Una evaluación precisa del potencial turístico de un territorio constituye una excelente base para la toma de decisiones, ya que permite conocer por una parte las oportunidades que presenta para el desarrollo del sector turístico y elaborar posteriormente un plan de acción acorde a las necesidades que plantea ese desarrollo.

La Ley del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo (20.423) y el Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de zonas de interés turístico (ZOIT), las define como los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado.

En este sentido, los fundamentos que justifican la declaración de una zona de interés turístico van asociados a la detección de determinadas oportunidades basadas en el potencial turístico del territorio en cuestión, y ligadas a un posible desarrollo del turismo. Sin embargo, además de lo anterior, el análisis de situación de sector turístico para el territorio propuesto permite establecer una visión de desarrollo, donde es necesaria la participación activa de distintas instituciones del sector público y el sector privado.

Por otra parte, el Artículo 17 de la Ley N° 20.423, señala que las zonas de interés turístico se presentan como aquellos territorios que debido a estas condiciones especiales tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos.

A partir de lo anterior, se entiende que la declaración de una Zona de Interés Turístico requiere un trabajo en conjunto para poder lograr los objetivos y criterios definidos en este nuevo reglamento, por lo que solicitamos de su institución establecer las condiciones y compromisos que permitan contribuir a este proceso.

La declaración de las ZOIT se efectuará mediante decreto supremo expedido por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, por orden del Presidente de la República, previo acuerdo del Comité de Ministros del Turismo, informe del Servicio Nacional de Turismo e informe vinculante del o de los municipios cuyos territorios, o parte de ellos, sean afectados por aquella; y previo cumplimiento del procedimiento señalado en el Reglamento.

TABLA DE CONTENIDOS

1. Identificación de la zona a postular

- 1.1. Información territorial
- 1.2. Entorno territorial
- 1.3. Ubicación geográfica

2. Antecedentes generales

- 2.1. Antecedentes de la parte interesada
- 2.2. Antecedentes de la solicitud
 - 2.2.1. Visión
 - 2.2.2. Objetivos generales de la propuesta
 - 2.2.3. Objetivos específicos de la propuesta
 - 2.2.4. Estrategia de desarrollo turístico
 - 2.2.5. Oportunidades de inversión
 - 2.2.6. Conservación del patrimonio turístico
- 2.3. Diagnóstico

3. Antecedentes turísticos

- 3.1. Oferta turística
 - 3.1.1. Atractivos turísticos
 - 3.1.2. Servicios culturales
 - 3.1.3. Áreas Silvestres Protegidas del Estado
 - 3.1.4. Iniciativas de conservación privada
- 3.2. Planta turística
 - 3.2.1. Prestadores de servicios turísticos
 - 3.2.2. Servicios de alojamiento turístico
 - 3.2.3. Restaurantes
 - 3.2.4. Agencias de viaje y tour operadores

4. Demanda turística

- 4.1. Establecimientos de alojamiento turístico
- 4.2. Estadísticas por llegadas
 - 4.2.1. Ingreso pasajeros por vía área según año

4.2.2.Vuelos diarios llegados al aeropuerto

4.2.3.Ingreso pasajeros – Llegadas vía aérea según mes

4.3. Ingreso por pasos fronterizos

4.3.1.Llegadas turistas extranjeros por año

4.4. Ingreso por puertos

4.4.1.Llegadas de cruceros turísticos

4.5. Sistema nacional de áreas silvestres protegidas del Estado 4.5.1.Parques
nacionales – Reservas nacionales – Monumentos naturales

4.6. Tipificación de la demanda

4.6.1.Perfil del turista

4.6.2.Motivación del viaje

4.6.3.Estadía y gasto

4.6.4.Lugares visitados y actividades realizadas

5. Infraestructura

5.1. Servicios básicos, transporte, caminos y otros

5.1.1.Servicios básicos

5.1.2.Transporte

5.1.3.Caminos

5.1.4.Otros servicios

6. Actores locales

6.1. Actores públicos

6.2. Actores privados

1. IDENTIFICACION DE LA ZONA A POSTULAR.

1.1. Información Territorial.

Señalar si la Zona a postular cuenta con instrumentos de planificación vigentes. Además, se debe indicar el año de elaboración de dichos documentos, autores e instituciones involucradas en su elaboración. En el caso del Plan Regulador Intercomunal (PRI) y del Plan Regulador Comunal (PRC), indicar si estos instrumentos están orientados a potenciar el aspecto turístico del territorio. **(Máximo 50 palabras)**

La comuna de Casablanca cuenta con diversas herramientas de ordenamiento territorial y planificación, sin embargo las estrategias y planteamientos en torno al desarrollo turísticos son insuficientes como para generar un crecimiento importante de la actividad. Es necesario plantear modificaciones en algunas de estas herramientas a nivel comunal que apunten al desarrollo turístico.

INSTRUMENTO	SI	NO
Plan Regional de Desarrollo Turístico (Año 2011- 2014)	X	
Plan Regulador Intercomunal (PIV 1965, PREMVAL 2012)	X	
Plan Regulador Comunal (Vigente, año 1990)	X	
Pladeco (Año 2010 - 2013)	X	
Pladetur (Año 2009)	X	
Otro (indicar)		X

1.2. Entorno territorial.

Descripción del entorno territorial a través de un análisis del paisaje, identificando situación geográfica, geológica, condiciones climáticas, hidrografía, flora y fauna. Lo anterior debe ser representativo del atractivo turístico del territorio. **(Maximo 100 palabras por ítem)**

En caso de ser procedente, se deben señalar los elementos o componentes ambientales que puedan constituir condiciones especiales para la atracción turística. En este punto se deben indicar:

a- Características físicas del entorno territorial, tales como: geomorfología, geología, clima, flora, fauna, medio marino, entre otros.

La comuna de Casablanca se localiza en la V Región de Valparaíso y ocupa la parte meridional de ésta entre los 33° 15' sur y los 71° 30 oeste. Geomorfológicamente, la comuna está conformada por la cuenca del estero Casablanca-Vinilla y sus prolongaciones septentrionales que se integran en la Cordillera de la Costa y en parte de las planicies litorales. Se caracteriza por un clima templado mediterráneo con influencia marítima directa, caracterizado por una estación seca en verano e inviernos cortos y relativamente lluviosos. En cuanto a flora y fauna, Casablanca está inserta en la denominada Zona de Matorral Mediterráneo.

b- Relación con otros destinos y atractivos turísticos cercanos a la Zoit, pero ajenas a esta.

La comuna de Casablanca, además de contar con atractivos diversos potencialmente importantes y de caracterizarse por su destacada actividad vitivinícola. Se encuentra entre polos turísticos relevantes a nivel nacional como lo son Santiago, y Valparaíso y Viña del Mar, con estos últimos, existen buenas relaciones a nivel municipal y turístico, lo que permite una buena asociación estratégica en distintos niveles. Además su ubicación la sitúa como excelente punto conector entre Santiago y parte de los balnearios del litoral central, lo que es bastante conveniente para potenciar los atractivos turísticos existentes en la comuna.

c- Comunidad local, en lo referido a: fuerza laboral, composición poblacional, porcentaje poblacional vinculado directamente al turismo, porcentaje población urbana y rural, estadísticas laborales, grupos etarios, datos censo 2012, proyección de crecimiento poblacional (según INE), etc. www.ine.cl. (Se utilizarán en este punto los datos del censo 2002 debido a los errores y retiro del censo del 2012)

Acorde al censo 2002, la comuna de Casablanca cuenta con 21.748 habitantes cifra que al 2015 debería aumentar a 32.860 según las proyecciones de crecimiento poblacional realizadas por el INE. En los últimos 30 años, la población de la comuna pasó de ser predominantemente rural a predominantemente urbana, registrando en 2002 una proporción de 69,3% urbana y 30,7% rural, cifras que acorde al municipio local actualmente llegan a 75% urbana y 25% rural. Al 2002, la PEA a nivel comunal corresponde al 37,5% (8.556 personas) donde las principales actividades económicas son la agricultura, industria y manufactura y comercio respectivamente. El turismo no representa ser aun una actividad económica relevante en la comuna.

d- Otros sectores productivos existentes en el territorio, incluyendo turismo. Proporción del sector turismo en relación a los otros sectores productivos.

Dentro de la comuna de Casablanca, el sector productivo predominante es el agrícola debido a la fuerte actividad vitivinícola existente principalmente en la zona centro de la comuna. Sin embargo en los últimos años ha habido un aumento considerable respecto a la industria y manufactura, construcción y transporte, este último se debe a la ubicación estratégica de Casablanca entre Santiago y el puerto de Valparaíso. Respecto al turismo, se evidencia año a año un incremento en esta actividad que se da principalmente por la apertura de las viñas al turismo, sin embargo aun no representa importancia en comparación con las actividades de mayor desarrollo en la comuna.

1.3. Ubicación Geográfica.

Se deben identificar los límites con las coordenadas geográficas del área propuesta*, y su representación cartográfica geo-referenciada formato A2, a escala 1:2.000 a 1:10.000 para área urbana y 1:25.000 a 1:50.000, para área rural o interurbano, además, se deberá adjuntar archivo digital (kmz, shape o similar) con la delimitación de la ZOIT.

En caso de ser procedente, la ubicación geográfica deberá incorporar la ubicación geo-referenciada de:

- a) comunidades indígenas;
- b) sitios de significación cultural y patrimonial;
- c) áreas de desarrollo indígena;
- d) Atractivos naturales y culturales;
- e) Circuitos turísticos;
- f) Proyectos en ejecución;

Esta información también deberá estar incluida en el archivo digital respectivo, identificando los elementos relevantes considerados en el Plan.

* Las coordenadas (latitud/longitud) deberán estar en una planilla.

2. ANTECEDENTES GENERALES.

A partir de este punto se debe entregar la información correspondiente a la nueva solicitud de declaración de información, restringiéndose al territorio de dicha solicitud en caso de ser rectificado en relación a la Zona de Interés Turístico o Centro de Interés Turístico declarado bajo el D.L N° 1224, de 1975.

2.1. ANTECEDENTES DE LA PARTE INTERESADA.

Datos e información.

Nombre / Razón Social	Corporación para el desarrollo del valle de Casablanca.
Rut	En tramitación
Giro	
Región	V región de Valparaíso
Dirección	Punta Arenas 35
Comuna	Casablanca
Provincia	Valparaíso
Representante legal / Contacto	Alfonso Jiménez Contreras
Teléfono de contacto	+569xxxxxxx
E-Mail	xxxxxxx@gmail.com

2.2. ANTECEDENTES DE LA SOLICITUD.

2.2.1. Visión.

Definir cuál es la visión de desarrollo de la comuna en relación a la vocación turística y el Plan de Desarrollo Turístico Comunal. *(Máximo 200 palabras)*

Casablanca es reconocida a nivel mundial por su actividad vitivinícola. Su cercanía con destinos turísticos reconocidos como Valparaíso y Santiago y el reciente nombramiento de la comuna como capital mundial del vino por la Great Wine Capitals, genera una excelente oportunidad para potenciar la oferta turística existente y transformar al destino en un destino de alta relevancia tanto a nivel nacional como internacional.

Si bien hoy en día existe un desarrollo turístico importante ligado a la industria vitivinícola, Casablanca es considerado como un destino de paso o medio día, lo que significa que la oferta existente no es aun lo suficientemente atractiva como para generar un nivel de turismo que implique una permanencia más prolongada por parte de los visitantes.

En términos de desarrollo, el objetivo principal es potenciar el atractivo turístico más relevante en la comuna, el vino. La idea es coordinar a los actores turísticos tanto públicos como privados, en pos de generar mecanismos y productos que cumplan con mejorar y aumentar la oferta turística actual.

Además de lo anterior, y en paralelo, creemos que es necesario potenciar otros atractivos y productos turísticos dentro de la comuna además de los ligados al vino, pero que cumplan la función de potenciar y complementar al mismo. El objetivo de esto es crear un destino integral con una oferta turística variada y atractiva, que invite a los visitantes a vivir la experiencia del destino y que sea capaz de justificar estadías más prolongadas por parte de los mismos.

2.2.2. Objetivos generales de la propuesta.

Definir cuáles son los principales objetivos que se esperan alcanzar con la propuesta, así como definir aspectos relevantes para la comunidad y la visión que se quiere alcanzar y el tiempo en que se quiere alcanzar (3 prioritarios). *(Máximo 200 palabras)*

- Potenciar los atractivos turísticos más representativos existentes en la comuna de Casablanca, poniendo especial énfasis en aquellos que complementen de mejor manera la oferta turística actual. El objetivo es potenciar en primera instancia aquellos valores patrimoniales y culturales existentes y que representen de mejor manera la identidad de la comuna. Además se busca generar productos turísticos integrales que cumplan con diversificar la oferta, buscando además potenciar el destino mediante la asociatividad con otros polos turísticos existentes en la región.

- Establecer el desarrollo del turismo como uno de los principales pilares de la economía local, tomando en cuenta los beneficios que el turismo puede traer a una localidad. Al establecer el turismo como uno de los ejes de desarrollo a nivel comunal, se busca fomentar la inversión tanto pública como privada, lo que conlleva a un desarrollo económico y a la generación de empleos.

- Posicionar la comuna de Casablanca a mediano plazo como un destino turístico relevante tanto a nivel nacional como internacional mediante el desarrollo de una estrategia de promoción del destino acorde a su oferta y características.

2.2.3. Objetivos específicos de la propuesta.

Definir cuáles son los objetivos específicos que se esperan alcanzar (entre 3-7 objetivos).

(Máximo 200 palabras)

- Identificar y clasificar los atractivos según prioridad de desarrollo y potencial, con el propósito estructurar una planificación adecuada y sostenible para el desarrollo turístico del destino.
- Realizar un diagnóstico del equipamiento e instalaciones turísticas existente actualmente en la comuna y las condiciones en que estas se encuentran. El objetivo es identificar lo que hay que mejorar y determinar los elementos importantes que pudiesen faltar para priorizar su implementación.
- Desarrollar una planificación estratégica para potenciar los atractivos prioritarios y para mejorar al corto plazo el equipamiento e instalaciones existentes en torno a los mismos.
- Generar un vínculo asociativo entre los actores turísticos locales y entre los distintos atractivos existentes que forman parte de la oferta turística actual, con el objetivo de crear un producto turístico integral que incluya los puntos más relevantes dentro de la comuna.
- Potenciar los eventos culturales relevantes existentes dentro de la comuna y que sean de connotación turística. Con esto se busca diversificar la oferta y darle al destino una identidad a través de sus rasgos culturales y patrimoniales más característicos.
- Generar una estrategia de promoción y marketing para el destino que sea acorde a los atractivos y a las características del mismo, se debe incluir también un plan de promoción en conjunto con otros polos turísticos existentes dentro de la región

2.2.4. Estrategia de Desarrollo Turístico.

Definir la estrategia preliminar que se establecerá para la implementación del Plan de Acción, incluyendo actores relevantes, compromisos intersectoriales, áreas prioritarias de desarrollo y metas esperadas.

(Máximo 200 palabras)

Como se mencionó anteriormente, Casablanca, además de poseer atractivos turísticos importantes y de ser reconocida a nivel mundial por su actividad vitivinícola, se encuentra en una ubicación privilegiada entre dos núcleos turísticos como lo son Santiago y Valparaíso.

Al apostar por el turismo como uno de los principales pilares de desarrollo en el mediano plazo, se busca generar un desarrollo sostenible que incorpore a la comunidad local como actor principal entre otros. El innegable potencial existente, sumado con un proyecto concreto de desarrollo turístico para el destino, busca generar un aumento en la inversión tanto pública como privada, lo que es sumamente beneficioso ya que además de mejorar la oferta y hacer más atractivo el destino, potencia las virtudes de la comuna, genera ingresos económicos importantes y empleos a nivel local.

Además de generar estrategias para el desarrollo y mejora de la oferta turística, y de promover la inversión, es de vital importancia poseer un mecanismo de difusión efectivo que sea capaz de promocionar el destino adecuadamente tanto a nivel nacional como internacional, y que tenga como objetivo posicionar el mismo en el corto plazo, lo que se traduce eventualmente en un aumento considerable en la cantidad de visitantes que se espera recibir anualmente.

2.2.5. Oportunidades de Inversión.

Identificar oportunidades de inversión para el territorio propuesto, definiendo el tipo de servicios turísticos y equipamiento asociado necesario para fortalecer el turismo en dicha área, en el ámbito público y privado, definiendo prioridades y diferenciando áreas de inversión.

(Máximo 200 palabras)

Actualmente Casablanca posee los atractivos y herramientas suficientes como para convertirse en un destino turístico de importancia. Al no estar aun desarrollado y al existir iniciativas que plantean un desarrollo turístico a corto y mediano plazo, es que se generan innumerables oportunidades de inversión en todos los niveles.

- Primero que todo existe una oportunidad entorno a los escasos servicios turísticos existentes, la necesidad de oficinas turísticas, paquetes y tours locales, operadores y servicios de transporte adecuados es obvia y representa una alternativa de inversión atractiva a nivel local.
- La oferta gastronómica reconocida se encuentra concentrada principalmente en las viñas y lugares específicos como Quintay. Al desarrollar la ciudad de Casablanca y sus atractivos, se abrirán opciones de posicionar la gastronomía local en torno a nuevos puntos de interés turístico.
- En lo que respecta a hotelería, la oferta actual es muy baja. Actualmente Casablanca se considera un destino de paso, lo que se traduce en una escasa oferta nocturna. Al fomentar dicha oferta, además de nuevos puntos de interés dentro de la zona, se espera generar atractivos suficientes como para generar movimiento en la hotelería, lo que representaría una oportunidad de inversión.

2.2.6. Conservación del Patrimonio Turístico.

Señalar las medidas de conservación que sean necesarias para el desarrollo del turismo en el área propuesta, indicar como la declaración de ZOIT beneficiará a la comunidad. *(Máximo 200 palabras)*

Respecto a la conservación del patrimonio turístico, hay que destacar la importancia de proyectar un desarrollo turístico sustentable que proteja los atractivos existentes con el fin de que estos perduren en el tiempo.

Al plantear iniciativas concretas de desarrollo turístico se deben incorporar mecanismos de protección para resguardar los atractivos, además de gestionar la infraestructura y equipamiento adecuados para explotar turísticamente los mismos.

En este punto es importante trabajar con el municipio, así como también con actores privados y con la comunidad, planteando medidas de protección concretas que aseguren el resguardo del patrimonio al momento de abrirlo al público como parte de la oferta local y haciendo que la misma comunidad se identifique con los atractivos y valore su importancia.

Al ser nombrados ZOIT, se busca una serie de beneficios; desarrollar el turismo, fomentar la inversión pública y privada, y posicionar a Casablanca como un destino relevante tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, se plantea como un objetivo importante en el desarrollo, incluir a la comunidad local y fomentar el desarrollo a nivel local, con el fin de aumentar el empleo y fomentar el emprendimiento turístico, lo que aumentaría directamente la calidad de vida de los habitantes de la comuna.

2.3. DIAGNÓSTICO.

A continuación, se debe entregar un diagnóstico del sector turístico (en base a los resultados del análisis de situación) que permita identificar las fortalezas y debilidades del territorio propuesto en su solicitud.

(Máximo 200 palabras)

El diagnóstico solicitado en este punto puede ser entregado a través de una matriz FODA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

DEBILIDADES <i>(Máximo 50 palabras)</i>	OPORTUNIDADES <i>(Máximo 50 palabras)</i>
<ul style="list-style-type: none">-Escasa integración y asociatividad del sector privado con el sector público.-Deficiencias en infraestructura, servicios y falta de regulación y calificación de los mismos. Además de una planificación local insuficiente.-Ausencia de un plan para recuperación de patrimonio histórico-cultural.-Insuficiente capacitación del recurso humano disponible dentro de la oferta.	<ul style="list-style-type: none">-Cercanía estratégica con polos turísticos desarrollados como Santiago y Valparaíso.-Difusión nacional como internacional de Casablanca debido a sus productos vitivinícolas.-Interés de entidades y organizaciones estatales regionales para desarrollar el turismo regional.-Variedad y disponibilidad de instrumentos de fomento productivo relacionados con la actividad turística.
FORTALEZAS <i>(Máximo 50 palabras)</i>	AMENAZAS <i>(Máximo 50 palabras)</i>
<ul style="list-style-type: none">-Existencia de elementos naturales, culturales y productivos turísticamente reconocidos a nivel nacional e internacional.-Existencia de recursos arqueológicos, históricos y culturales con potencial turístico importante.-La actividad turística es prioritaria para las autoridades locales y la comunidad, como generadora de empleos y dinamizadora del sector agrícola y rural.	<ul style="list-style-type: none">- Existencia de otros destinos de similar oferta pero con mayor grado de consolidación.-Competencia de destinos turísticos más desarrollados y mejor preparados ya existentes en la región.-Extrema sensibilidad del turismo ante cambios políticos económicos y sociales que pueden llegar a afectar el desarrollo de esta actividad.

3. ANTECEDENTES TURÍSTICOS (análisis situación actual).

3.1. OFERTA TURÍSTICA.

3.1.1. Atractivos turísticos.

A continuación, entregue una lista de los principales atractivos turísticos dentro del territorio. Debe señalar además el código, jerarquía y categoría de acuerdo a las fichas de atractivos turísticos regionales 2011, disponibles en www.sernatur.cl.

Nombre del atractivo	Código	Jerarquía	Categoría
Quintay	R05084	Regional	Folklore
Santuario Lo Vásquez	R051111	Nacional	Folklore
Purísima de Lo Vásquez	R051139	Nacional	Acontecimiento programado
Tranque lo Orozco	R05114	Local	Museo o manifestación cultural
Encuentro internacional de payadores	R051144	Internacional	Evento misceláneo
Tranque lo Ovalle	R05115	Local	Museo o manifestación cultural
Casablanca	R05122	Internacional	Realización técnica, científica o artística contemporánea
Tunquén	R05183B	Local	Arquitectura popular espontanea
Viña Indómita	R05733	Internacional	Explotación agropecuaria
Ruta del vino	R05982	Internacional	Camino pintoresco

En caso de incluir atractivos que no se encuentren en las fichas de atractivos regionales elaboradas por el Servicio Nacional de Turismo, señalar aquellos atractivos que no se hayan considerado en la tabla anterior, pero que de todas formas se encuentran en el área propuesta y no están incluidos en las fichas de atractivos regionales elaboradas por el Servicio Nacional de Turismo.

Nombre del atractivo	Tipo de Atractivo	Localización	Observaciones
Humedal de Tunquén	Sitio Natural	Tunquén	Corredor biológico, flora y fauna característica de la zona y en estado de conservación
Lagunillas	Pueblo, arquitectura post-colonial	Lagunillas	Pueblito pintoresco, monasterio de Carmelitas.
San Jerónimo	Agrícola y ganadero	San Jerónimo	Se destaca por su actividad agrícola y ganadera, combinada con turismo rural.
Las Dichas	Agrícola y cultural	Las Dichas	Pequeño pueblo agrícola. Se destaca por poseer lavaderos de oro incas.
Monasterio Belén	Artesanía	Lo Ovalle	Monasterio que se caracteriza por un régimen de silencio y por su artesanía reconocida.

*Anexar cartografía de los atractivos turísticos mencionados en esta sección (Anexo N°1), estos también deberán estar geo referenciados.

3.1.2. Servicios culturales.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a levantamientos de información propia y diversas fuentes de información. Se deben señalar las fuentes y metodología utilizada, las cuales serán verificadas. Se recomienda consultar para esto a información disponible en la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (www.dibam.cl / www.museoschile.cl / www.biblioredes.cl).

	Clase (tipo) de servicio	Fuente	Total
1	Museos	Municipalidad de Casablanca	1
2	Galería de Arte		
3	Centro Cultural	Municipalidad de Casablanca	1
4	Viñas y Bodegas	Asociación de viñeteros / Municipalidad de Casablanca	18
5	Bibliotecas	Biblioredes.cl / Municipalidad de Casablanca	1
6	Artesanías	Municipalidad de Casablanca	10+ (indeterminado)
7	Productores Gourmet	Municipalidad de Casablanca	10+ (indeterminado)

3.1.3. Áreas silvestres protegidas del Estado.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo los registros y datos entregados por la institución encargada de la administración del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas (SNASPE). La categoría de conservación se debe señalar en la primera columna según: Parque Nacional, Reserva Nacional, Monumento Natural. Se recomienda acercarse para esto a la Corporación Nacional Forestal, institución encargada de la administración de las áreas silvestres protegidas del Estado (www.conaf.cl). Además, se debe indicar si cuenta con infraestructura turística y servicios turísticos.

La comuna de Casablanca no cuenta con Áreas Silvestres Protegidas por el Estado por lo que no se puede entregar información con datos relacionados en este punto.

3.1.4. Iniciativas de conservación privada.

Corresponden a aquellas iniciativas de conservación privada que ofrecen productos y servicios turísticos, por lo que podemos considerarlos dentro de la oferta turística del área propuesta. Además, se debe indicar si cuenta con infraestructura turística y servicios turísticos

Nombre	Categoría de Conservación	Potencial existente	Infraestructura	Servicios
Humedal de Tunquén	En peligro - Por la representatividad ecológica del lugar y por las especies que lo habitan	Flora y fauna característica, principalmente aves. Alto valor paisajístico.	NO	NO

3.2. PLANTA TURÍSTICA.

3.2.1. Prestadores de servicios turísticos.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a las siguientes categorías. Se han destacado los campos obligatorios (*), sin embargo en caso de contar con la información correspondiente a aquellos que no están destacados se recomienda entregar los datos. Es necesario Incluir la información de los prestadores de servicios que no se encuentran registrados, lo cual debe estar en una tabla complementaria.

	Tipo de Servicio Turístico
1	Servicios de Alojamiento (*4 Total, 2 Hoteles y 2 Residenciales)
2	Servicios de Restaurantes y Similares (*48, todos catalogados restaurant acorde a municipio)
3	Servicios de Agencias de Viaje y Tour Operadores (*0 acorde a municipio)
4	Servicios de Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana
5	Servicios de Transporte de Pasajeros por vía Marítima
6	Servicio de Transporte de Pasajeros por vía aérea
7	Servicio de Transporte de Pasajeros al Aeropuerto
8	Servicios de Transporte de Pasajeros por Ferrocarril
9	Servicio de Taxis y Buses de Turismo
10	Servicio de Arriendo de Vehículo (*0 acorde a municipio)
11	Servicios de Teleféricos y Funiculares
12	Servicios Culturales (*4 acorde al municipio y contabilizando servicios y eventos anuales)
13	Servicios de Turismo Aventura (*3 Centros de buceo recreativo, Quintay)
14	Servicios de Esparcimientos
15	Servicios de Artesanía
16	Servicios Guías de Turismo (*0 acorde a municipio y sin considerar guías de buceo)
17	Servicios Deportivos

3.2.2. Servicios de alojamiento turístico.

Para completar la información solicitada a continuación, se sugieren las siguientes fuentes:

- Anuario de Instituto Nacional de Estadísticas disponible en www.sernatur.cl.
- Informe de Estadísticas de Alojamientos Turísticos (EAT) por comunas.

Además de las fuentes señaladas se esperaría un levantamiento de información por parte de los proponentes con el fin de entregar información acabada y actualizada del territorio para el cual se está haciendo la solicitud. Se deben señalar las fuentes y metodología utilizada, las cuales serán verificadas.

	Clase (tipo) de establecimiento	Fuente	Total
1	Albergue, Refugio u Hostel		
2	Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast		
3	Apart-Hotel		
4	Camping o recinto de campamento		
5	Lodge o centro de turismo de naturaleza		
6	Complejo turístico o Resort		
7	Departamentos turísticos, suites ejecutivas y departamentos ejecutivos		
8	Hacienda o Estancia		
9	Lodge		
10	Hospedaje Rural		
11	Hostales y residenciales	Catastro municipal, oficina de patentes.	2
12	Hostería		
13	Hoteles	Catastro municipal, oficina de patentes.	2
14	Motel o Cabañas	Catastro municipal, oficina de patentes	4
15	Termas		
16	Segunda vivienda		

3.2.3. Restaurantes.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a levantamientos de información propia y diversas fuentes de información. Se deben señalar las fuentes y metodología utilizada, las cuales serán verificadas.

	Clase (tipo) de servicio	Fuente	N° mesas	Total
1	Bar			
2	Cocinería			
3	Comida rápida			
4	Discoteca			
5	Fuente de soda			
6	Peña			
7	Picada			
8	Pub			
9	Restaurant	Catastro municipal, oficina de patentes		48
10	Salón de té - café			

3.2.4. Agencias de viaje y tour operadores.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a levantamientos de información propia y diversas fuentes de información. Se deben señalar las fuentes y metodología utilizada, las cuales serán verificadas.

La comuna de Casablanca no cuenta con agencias de viajes y tour operadores locales por lo que no se puede entregar información con datos relacionados en este punto.

4. DEMANDA TURÍSTICA.

En el análisis de la demanda se debe relevar información de tipo cuantitativo y cualitativo.

(Máximo 200 palabras)

Actualmente Casablanca se considera un destino de paso y la demanda turística está centrada en torno a la actividad vitivinícola presente en Casablanca y reconocida a nivel mundial. Acorde a las cifras aportadas por la municipalidad y la asociación de viñeteros, en el año 2005 se registraron 48.719 visitas a viñas, cifra que a la fecha ha aumentado a cerca de 180.000 y considerando que solamente 12 viñas reciben turistas. El origen de los visitantes es principalmente extranjero, los que representan cerca del 81% de las visitas, provenientes principalmente de Brasil, Estados Unidos y Europa respectivamente. En contraparte, el turista nacional representa solo un 19% y proviene principalmente de la misma región y de la región Metropolitana. En los últimos años se ha observado un importante aumento del flujo de turistas que visitan atractivos patrimoniales como el centro de Casablanca y el santuario de Lo Vásquez, además de un incremento notable de visitantes que llegan a Quintay a conocer la caleta y a disfrutar de la gastronomía local. Actualmente y además de apuntar al mercado internacional, el objetivo a corto y mediano plazo está en la diversificación de la oferta y la creación de nuevos productos turísticos que apunten a atraer al turista nacional.

4.1. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.

Para completar esta información dirigirse al estudio de Llegadas a Establecimientos de Alojamiento por Comunas SERNATUR-INE disponible en www.sernatur.cl

La siguiente tabla muestra la cantidad de Llegadas a establecimientos de alojamiento turístico en la comuna de Casablanca durante el año 2011 y el año 2012 respectivamente.

Región	Provincia (s)	Comuna (s)	Chilenos	Extranjeros	Total
Valparaíso	Valparaíso	Casablanca	240	61	301
Valparaíso	Valparaíso	Casablanca	308	45	353

4.2. ESTADÍSTICAS POR LLEGADAS.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a los datos de llegadas de turistas a los aeropuertos, puertos y pasos fronterizos utilizados para acceder al territorio de la propuesta.

La comuna de Casablanca no cuenta con aeropuerto por lo que no se puede entregar información con datos relacionados en los siguientes puntos:

4.2.1. Ingreso pasajeros por vía aérea según año.

4.2.2. Vuelos diarios llegados al aeropuerto.

4.2.3. Ingreso pasajeros – Llegadas vía aérea según mes.

4.3. INGRESO POR PASOS FRONTERIZOS.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a los datos de llegadas de turistas a los pasos fronterizos relevantes utilizados para acceder al territorio de la propuesta. Las fuentes de información recomendadas son la Jefatura nacional de Extranjería, Policía Internacional y Carabineros de Chile.

La comuna de Casablanca no cuenta con pasos fronterizos por lo que no se puede entregar información con datos relacionados con el siguiente punto:

4.3.1. Llegadas Turistas extranjeros por año

4.4. INGRESO POR PUERTOS.

En caso de encontrarse puertos importantes de ingreso por vía marítima de pasajeros que acceden al territorio de la propuesta, incluir la información correspondiente a llegadas de cruceros, barcasas u otro tipo de transporte de pasajeros extranjeros de acuerdo a los datos entregados por cada uno de los terminales portuarios.

La comuna de Casablanca no cuenta con puertos para el ingreso de pasajeros. Sin embargo una parte importante de los visitantes que recibe la comuna actualmente provienen de cruceros que llegan al puerto de Valparaíso, razón por la cual se considera pertinente incorporar los siguientes datos:

Nombre Puerto	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Valparaiso Terminal de Pasajeros	37	29	37

4.4.1. Llegadas de cruceros turísticos.

En caso de ser procedente, entregar información detallada de recaladas de cruceros turísticos internacionales para puertos específicos y periodos de tiempo determinados.

La comuna de Casablanca no cuenta con puertos para el ingreso de pasajeros. Sin embargo una parte importante de los visitantes que recibe la comuna actualmente provienen de cruceros que llegan al puerto de Valparaíso, razón por la cual se considera pertinente incorporar los siguientes datos:

Año	Total Recaladas	Total Pasajeros	Crecimiento Anual (%)
2005	43	65.205	22%
2006	42	65.054	0%
2007	48	89.783	38%
2008	47	104.152	16%
2009	37	66.423	-36%
2010	29	51.138	-23%

4.5. SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS DEL ESTADO.

4.5.1. Parques Nacionales – Reservas Nacionales – Monumentos Naturales.

En caso de existir Áreas Silvestres Protegidas del Estado en el área propuesta, señalar la demanda turística de acuerdo a la llegada de visitantes para los últimos 4 años disponibles, señalando el total mensual para ese periodo según la información entregada por la Corporación Nacional Forestal.

La comuna de Casablanca no cuenta con Áreas Silvestres Protegidas por el Estado por lo que no se puede entregar información relacionada en este punto.

4.6. TIPIFICACIÓN DE LA DEMANDA.

Revisar "Perfil del Turista Receptivo 2010: Según Motivo del Viaje, Tramo de Gasto y Aeropuerto Internacional de Santiago". Estudios de tipificación de la demanda. Flujos de turismo interno. Estadísticas del Turismo Receptivo

4.6.1. Perfil del turista.

Para completar esta información entregar datos de origen de turistas según lugar de residencia, edad y género. Además, se deben señalar criterios de composición grupal. *(Máximo 200 palabras)*

Como se mencionó con anterioridad, la comuna de Casablanca se caracteriza por su fuerte actividad vitivinícola y el turismo en torno a la misma. Se estima que actualmente el 81% de los visitantes que recibe la comuna son extranjeros, provenientes principalmente de Brasil, Estados Unidos y Europa respectivamente, lo que se explica por el reconocimiento del vino chileno a nivel mundial y por la ubicación estratégica de la comuna entre los dos lugares de mayor recepción turística internacional como lo son Santiago y Valparaíso. Además, lo mencionado anteriormente es también la razón de que la mayoría de los visitantes internacionales llegue a la comuna vía tour, y preferentemente de paso.

Respecto a la edad, los visitantes extranjeros que visitan Casablanca se encuentran predominantemente entre los 25 y los 54 años y pese a que no existe caracterización del sexo predominante, se cree que el público es principalmente masculino.

Respecto al turista nacional, los visitantes a viñas cumplen un perfil socio-económico alto y representan un porcentaje bajo respecto al número total de visitantes. Sin embargo, respecto a otros atractivos dentro de la comuna, la tendencia cambia, ya que el turista nacional representa una mayor cantidad de visitas y un promedio de estadía mayor con respecto al turista extranjero.

4.6.2. Motivación del viaje.

Para completar esta información entregar datos que reflejen el motivo de la visita así como factores que más influye en la visita. *(Máximo 200 palabras)*

En lo que respecta a la motivación del viaje, esta puede ser bien variada ya que por la cercanía de Casablanca con Santiago y Valparaíso, y por los diversos atractivos que posee, se transforma en un destino de fácil acceso. Además cabe mencionar que anualmente en la comuna existen eventos culturales de alta convocatoria como lo son Purísima de Lo Vásquez y el Encuentro de Palladores, que convocan visitantes que vienen con motivos religiosos y culturales.

De la totalidad de los turistas que visita la comuna, un 77,9% lo realiza por razones vacacionales considerando los distintos puntos de interés existentes tanto en el centro de Casablanca como en el sector costero y en zonas rurales, sin embargo, hay que destacar que este alto porcentaje no se refleja en estadías prolongadas principalmente a la poca diversidad de la oferta y a la cercanía con otros destinos más atractivos. Además, un 10,2% lo hace por motivos de negocios y principalmente relacionado con el sector agrícola e industrial, un 7,4% por motivos familiares y un 4,5% por diversas razones no especificadas.

4.6.3. Estadía y gasto.

Para completar esta información entregar datos cantidad de días de estadía, tipo de hospedaje preferencial, de gasto diario promedio, gasto según lugar de residencia y gasto per cápita. *(Máximo 200 palabras)*

Actualmente, Casablanca es considerado mayormente un destino de paso o medio día, y transitorio entre Santiago y Valparaíso, lo que se ve reflejado en el bajo promedio de pernoctaciones promedio en los visitantes tanto nacionales como extranjeros. Entre los años 2004 y 2011, se estimó que el promedio de estadía del turista nacional fue de 1,28 días, mientras que el del visitante extranjero fue de 1,36 días aproximadamente, cifras que no son sorpresivas tomando en cuenta las características de la oferta en la comuna y la localización de la misma.

En lo que respecta al gasto promedio, existe poca información relativa a este ítem a nivel comunal y sobre todo respecto al comportamiento de gasto del turista nacional.

En relación al turista internacional, existen cifras respecto al gasto que se genera en los destinos enoturísticos a nivel país, donde de la totalidad de los visitantes, un 52,1% de los visitantes gasta en promedio USD\$120 o mas, 23,8% gasta entre USD\$30 y USD\$80, un 19% gasta entre USD\$80 y USD\$120 y un 5,1% gasta menos de USD\$30. Sin embargo, para la comuna de Casablanca estas cifras solo se pueden utilizar como un indicador relativo ya que los montos obtenidos incluyen también otros destinos similares que cuentan con una oferta hotelera más consolidada lo que conlleva un aumento en el gasto por persona.

4.6.4. Lugares visitados y actividades realizadas.

Definir lista de los lugares visitados y cruzar la información con las tipologías de turistas, grupos etarios, nacionalidad, etc. *(Máximo 200 palabras)*

Dadas las características de la comuna y de la oferta turística de la misma, se puede decir que los principales lugares visitados son los que están relacionados con la actividad vitivinícola, además de otros destinos característicos y reconocidos dentro de la comuna como lo son el centro de Casablanca, donde los turistas realizan visitas a la plaza, iglesia y museo. Caleta Quintay que se caracteriza por su gastronomía y donde los principales atractivos son la caleta, la antigua ballenera y donde se pueden realizar actividades como el buceo recreativo, además en los últimos años se ha transformado en un foco de la investigación científica a nivel nacional. El sector de Tunquén se caracteriza por su un atractivos naturales y se considera un atractivo de carácter local y vacacional dentro de la comuna, mientras el Santuario de Lo Vásquez recibe muchas visitas debido a su representatividad religiosa reconocida ampliamente a nivel nacional.

Respecto a las viñas, de las que se encuentran actual abiertas al turismo, el 100% ofrecen degustaciones y venta de productos y en menor porcentaje las que ofrecen visitas a sus bodegas y viñedos, medidas que están cambiando debido al gran número de visitantes que reciben anualmente.

5. INFRAESTRUCTURA.

La información solicitada a continuación se refiere a los bienes y servicios con que cuenta el territorio propuesto en la solicitud de declaración, condicionando los aspectos de accesibilidad y conectividad que a su vez influyen sobre el desarrollo turístico. Esta información debe ser entregada de acuerdo los siguientes criterios.

Las respuestas de este apartado permitirán conocer las necesidades existentes con respecto a la infraestructura, por lo que es relevante contestar de manera consciente y objetiva.

5.1. SERVICIOS BÁSICOS, TRANSPORTE, CAMINOS Y OTROS.

Análisis de las redes de servicios básicos, transporte, comunicación y otras.

5.1.1. Servicios básicos.

	Servicios Básicos	Si	No	Observaciones Generales
1	Agua Potable	X		
2	Alcantarillado	X		
3	Alumbrado Público	X		Renovado recientemente en algunas localidades
4	Recolección de residuos sólidos	X		
5	Relleno sanitario	X		En Casablanca zona rural
6	Planta tratamiento aguas servidas	X		En Casablanca
7	Telefonía	X		
8	Electricidad	X		
9	Reciclaje de residuos sólidos		X	
10	Acceso a Internet		X	

5.1.2. Transporte.

	Transporte	Si	No	Cantidad	Observaciones Generales
1	Puertos/caletas/otros	X		1	
2	Aeropuertos/Aeródromos		X		
3	Terminales de buses	X		1	Requiere mejoras de infraestructura
4	Buses	X			
5	Taxis	X			Requieren mejor organizacion

5.1.3. Caminos.

	Caminos	Si	No	Estado	Kms.
1	Pavimento	X		Bueno	
2	Ripio		X		
3	Tierra		X		
4	Senderos	X		Pocos y privados	
5	Ciclovías/ciclorutas	X			

5.1.4. Otros servicios.

	Otros Servicios	Si	No	Cantidad	Observaciones Generales
1	Comercio	X			Ejes comerciales en distintas partes de la ciudad
2	Salud	X		8	1 consultorio / 4 PSR (Postas de Salud Rural)/ 3 centros privados
3	Educación	X		26	Considera jardines infantiles, escuelas, colegios, liceos, centros de educacion para adultos y escuelas especiales para niños con deficiencias de a
4	Comunicaciones	X			
5	Seguridad policial	X		2	Casablanca/Quintay
6	Cajeros	X		13	Cajeros automaticos y cajas vecinas
7	Bancos	X		4	Banco Estado, BCI, Santander, Banco de Chile
8	Bencineras	X		2	En Casablanca
9	Baños públicos		X		
10	Oficina de Información Turística		X		

6. ACTORES LOCALES.

Análisis de los actores públicos y privados, asociados al turismo.

6.1. ACTORES PÚBLICOS.

Se deben identificar los actores públicos e incluir las acciones que realizan, estos pueden ser: Seremis, municipios, Gore, entre otros. *(Máximo 200 palabras)*

Los principales actores públicos asociados al turismo en la comuna de Casablanca son:

- La Ilustre Municipalidad de Casablanca mediante su presente administración, ha demostrado su interés mediante hechos concretos de insertar el turismo como una de los pilares de desarrollo a nivel comunal en el mediano plazo. Con el reciente nombramiento de Casablanca como una Capital Mundial del Vino y la disposición municipal de apuntar al desarrollo turístico, hace que la misma se una actor fundamental.
- El Servicio Nacional de Turismo, a través de su oficina a nivel regional principalmente, es el ente encargado de promover los destinos y la actividad turística en Chile y de velar por el crecimiento turístico armónico de los destinos que promueve.
- El Gobierno Regional de Valparaíso es el encargado de la planificación territorial y de las políticas de gestión para el desarrollo turístico para todos los destinos turísticos relevantes dentro de la región y que puedan ser alternativas de desarrollo a nivel local.
- Todas aquellas entidades públicas que apuntan a asistir y aportar recursos para el desarrollo de proyectos, ya sea turísticos u otros que aporten al desarrollo a nivel comunal y que indirectamente benefician la actividad turística.

6.2. ACTORES PRIVADOS.

Se deben identificar los actores privados relevantes e incluir las acciones que realizan dentro del ámbito turístico, estos pueden ser: asociaciones gremiales, empresas turísticas, fundaciones, cámara de turismo, entre otros. *(Máximo 200 palabras)*

Además de las instituciones públicas, y en conjunto con las mismas, hay que agregar la gestión de la Cámara Regional de Comercio la cual fomenta el desarrollo económico a nivel regional incluido el desarrollo turístico, con iniciativas e instancias concretas que promueven el intercambio de experiencias y modelos de desarrollo beneficiosos para el turismo.

Dentro de los actores privados hay que destacar la gestión de la Asociación de Viñeteros de Casablanca, entidad que vela por la promoción del destino en relación a su actividad vitivinícola. Además de todos aquellos negocios ya sea consolidados o no, y a todos los emprendimientos que aporten con ofrecer productos turísticos dentro de la comuna aportando al desarrollo turístico comunal.