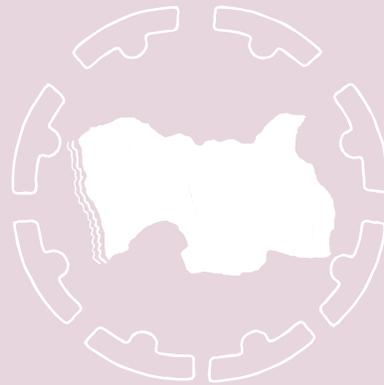




Plan de Desarrollo Turístico Comuna de Fresia



PladeturFresia2027
Fresia Comuna Natural



PladeturFresia2027



Ilustre Municipalidad de Fresia

www.munifresia.cl

Marzo 2024

El **Plan de Desarrollo Turístico de la Comuna de Fresia** ha sido elaborado en el año 2023, durante el periodo alcaldicio de José Miguel Cárdenas Barría, y aprobado por el Concejo Municipal integrado por: Carlos Alarcón Alarcón, Marcelo Barrientos Barrientos, Yoanna Ovando Nopai, Marcial Muñoz Nieto, Marcela Miranda Huenulef, Claudio Sanhueza Reyes, en marzo de 2024. En su formulación ha participado un equipo profesional de la Municipalidad (contraparte técnica) y el equipo de Exhi Consultoría, así como concejales, directivos y profesionales de la Municipalidad, representantes de la sociedad civil, además de actoras y actores del turismo de la comuna.

*Agradecemos a todos quienes han brindado su tiempo, opiniones y sugerencias durante este inolvidable proceso de elaboración del **Pladetur Fresia 2027**.*

Licitación 08.05.2023
Elaboración Pladetur Comuna de Fresia
Licitación Pública 4037-65-LE23
www.mercadopublico.cl

Contraparte Técnica
Pablo Gutierrez Mensing
Daniel Espinoza Muñoz
Daniela Rehbein Comigual

Equipo Consultor
Paulette Faure Fuenzalida
Marcia Cheuquelaf Morales
Eugenio Rivas Mansilla
Marcelo Ramírez Valenzuela
Javier González Galindo (Apoyo)

Consultora
Exhi Consultoría
exhi.consultoria@exhi.cl
www.exhi.cl



Presentación Pladetur Fresia 2027



Diversificar la matriz productiva, es uno de los compromisos que adquirimos con nuestra comunidad, para darle mayor dinamismo a nuestro desarrollo productivo y con la ayuda de DIOS, hoy lo estamos logrando y damos el inicio a una nueva forma de trabajo mancomunado entre el área pública y privada lo que permitirá que nuestro territorio pueda crecer hacia la actividad turística.

Este importante documento, que será la hoja de ruta en términos de gestión local por varios años, nos otorgará lineamientos de trabajo para generar una planificación estratégica que nos lleve a ser un destino turístico en el mediano plazo.

Dicho trabajo no lo hicimos solos, fueron 8 meses de gran labor, liderados por un empresa experta en el área y con la participación y miradas de muchos actores claves, que actualmente se dedican a la actividad turística y otros que sueñan con tener una ciudad más próspera, amigable y sustentable para todos los habitantes de nuestra tierra, ya sea de la zona urbana o rural y generar condiciones propicias en términos de seguridad, limpieza y hermooseamiento, para que nuestros visitantes puedan gozar, de la inagotable belleza de nuestros campos y praderas, admirar el patrimonio, cultura y tradiciones de nuestra comunidad y conocer los diversos paisajes de nuestros ríos, lagunas, parques, bosques y tantos otros destinos que nuestra comuna posee, y de los cuales nos sentimos orgullosos.

Vecinas y vecinos, como Alcalde, propuse potenciar la actividad turística, primero abrimos la oficina municipal de turismo, y hoy ya tenemos nuestro PLADATUR y tengo la convicción de que este plan, sumado al trabajo de los habitantes que están vinculados a esta hermosa actividad, podremos hacer crecer y seguir desarrollando **esta tierra llena de historia y cultura; la que se forjó con el esfuerzo y tenacidad de nuestros antecesores** que entregaron su espíritu y alma al desarrollo de lo que actualmente llamamos "**Comuna de Fresia**".



JOSÉ MIGUEL CÁRDENAS BARRÍA
ALCALDE DE LA COMUNA DE FRESIA

Índice

Capítulo 1	6
Presentación	
Introducción	
Desarrollo	
Capítulo 2	11
Comuna de Fresia	
Capítulo 3	27
Turismo	
Capítulo 4	35
Diagnóstico Turístico	
Capítulo 5	48
Normativa e Institucionalidad	
Capítulo 6	59
Estrategia	

Capítulo 1



Presentación Introducción Desarrollo

INTRODUCCIÓN



En Chile, se estima que la industria turística en 2022 generó ingresos por **US\$9.247** millones de dólares, aumentando un 52,9% respecto a lo registrado en el año 2021, y un **+87,8%** más que en 2020.

Cuando una comunidad y sus representantes deciden apostar por el turismo como uno de sus ejes de desarrollo económico, están en concordancia con tendencias mundiales y nacionales, ya que el turismo es una actividad económica transversal y flexible, factible de adaptarse a las condiciones particulares de diversos territorios.

Es un sector que presenta interesantes cifras económicas a nivel mundial y nacional. En Chile, se estima que la industria turística en 2022 generó ingresos por US\$9.247 millones de dólares, aumentando un 52,9% respecto a lo registrado en el año 2021, y un 87,8% más que en 2020.^[1] El INE cuantifica el aporte del sector al empleo en un 6,6% el 2022, en rápida recuperación al 7% que presentaba en 2019. El SII calculaba que en 2021 el 98,8% de las empresas que participaban en el sector eran Mipymes (contra un 95% del 2019); y que la participación de mujeres en empleo en turismo alcanzaba al 46,4% (vs 58% en 2019).

La unidad administrativa que puede llevar a cabo la planificación y ejecución de este desarrollo es naturalmente la municipalidad, en tanto muchas de sus actividades inherentes en cuanto a construcción o mejoramiento de infraestructura y equipamiento, medidas de ordenamiento territorial y otros instrumentos de planificación, inciden directa o indirectamente en la condición de destino turístico de una comuna.^[2]

En Chile, 27% de los 345 municipios cuenta con un instrumento de planificación en turismo (Pladetur o Zoit - Zona de Interés Turístico), y de acuerdo a datos del Servicio Nacional de Turismo (Sernatur)^[3], 32 municipios están en proceso de elaboración de uno de ellos (9%). Adicionalmente, existen 294 Coordinadores Municipales de Turismo en el país (85%).

Para planificar desarrollo turístico es conveniente consensuar qué se entiende por turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT), lo define como: “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”^[4]

DESARROLLO

Para la elaboración actualizada y colaborativa del Plan de Desarrollo Turístico se realizó un levantamiento de línea base de la comuna y de su actividad turística, en contexto de referencia con el desarrollo turístico regional, nacional y global.

Para ello, se realizó un levantamiento de información secundaria de la normativa y la institucionalidad que rige directa e indirectamente el desarrollo de la actividad turística en el país; se analizaron las estadísticas que caracterizan la comuna, las estadísticas de la actividad turística nacional, y las principales tendencias del turismo a nivel global.

El levantamiento de línea base de la actividad turística de Fresia se realizó con un recorrido de todo el territorio, incluyendo su sector costa, en el que se registraron los recursos turísticos, el equipamiento y las prestaciones turísticas de la comuna, mediante fichas, fotografías y georreferenciación.

La información de los prestadores de servicios turísticos y complementarios se recopiló mediante visita a sus emprendimientos y aplicación de encuesta. Se incluyó a emprendedores de la localidad de Llico Bajo, sector que si bien pertenece a la comuna de Los Muermos, la comunidad fresiana se siente identificada con su balneario. Se encuestó a 38 emprendedores turísticos de servicios de alimentación, alojamiento y esparcimiento, y a 9 emprendedores de servicios

complementarios, en el rubro de la artesanía, terapias alternativas y actividades outdoor. Se construyó una ficha resumen de cada emprendimiento que se entrega en Anexo. Igualmente se hizo un levantamiento de ferias libres y artesanales: Comité de Trabajo Feria Campesina de Fresia, Sindicato de Feriantes, Taller Laboral Fuerza Emprendedora y Asociación de Feriantes Agroartesanales El Progreso de Fresia.

Esta visión se complementó con la de actores clave mediante encuestas a 32 personas provenientes del sector turismo, de la municipalidad, del mundo de la cultura y dirigentes de juntas de vecinos. Se entrevistó a directores municipales, representantes de comunidades indígenas y a los concejales de la Comisión de Fomento y Turismo.

Con la participación de representantes del sector y de actores clave, se construyó colaborativamente el análisis Foda, la imagen objetivo (o visión) y los componentes estratégicos para el desarrollo turístico en Fresia, en trabajo grupal y presencial en un conversatorio y un taller.

Durante todo el desarrollo del proyecto, se mantuvo estrecha y colaborativa participación de la contraparte técnica municipal.



Bibliografía



Territorio



Encuesta



Emprendedores



Fichas



Ferias



Comunidades



Entrevistas



Talleres



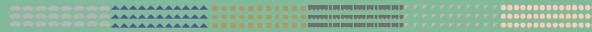
Visión



Estrategia



Capítulo 2



Comuna de Fresia

FRESIA

La Comuna de Fresia cuenta con una superficie de 1.278,1 km² y se ubica en el sector noroeste de la provincia de Llanquihue en la Región de Los Lagos. Limita con las comunas de Purranque por el norte, Frutillar y Llanquihue por el este; al sur limita con la comuna de Los Muermos y al oeste con el océano Pacífico. (Mapa 3)

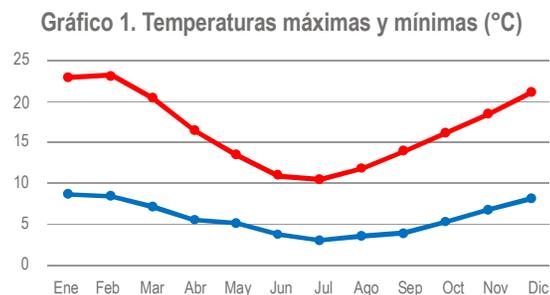
Aspectos medio físico

Clima. La comuna presenta un clima templado lluvioso con leve sequedad estival e influencia costera [Cb(s)(i)], según clasificación de Köppen.^[6] (Mapa 1)

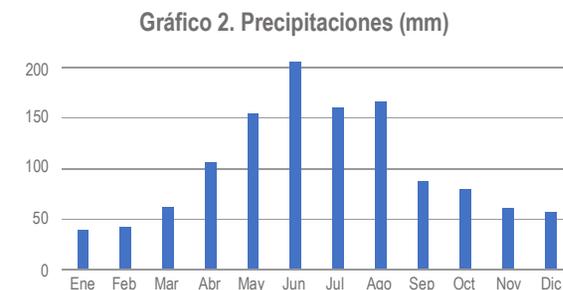


Mapa 1. Zona climatológica correspondiente al territorio comunal.

Fuente: Pablo Sarricolea. U. Chile



Distribución anual de precipitaciones. Promedio años 1991-2020. Fuente: Climatología.meteochile.gob.cl. Estación meteorológica Osorno, Cañal Bajo, de la Dirección Meteorológica de Chile.



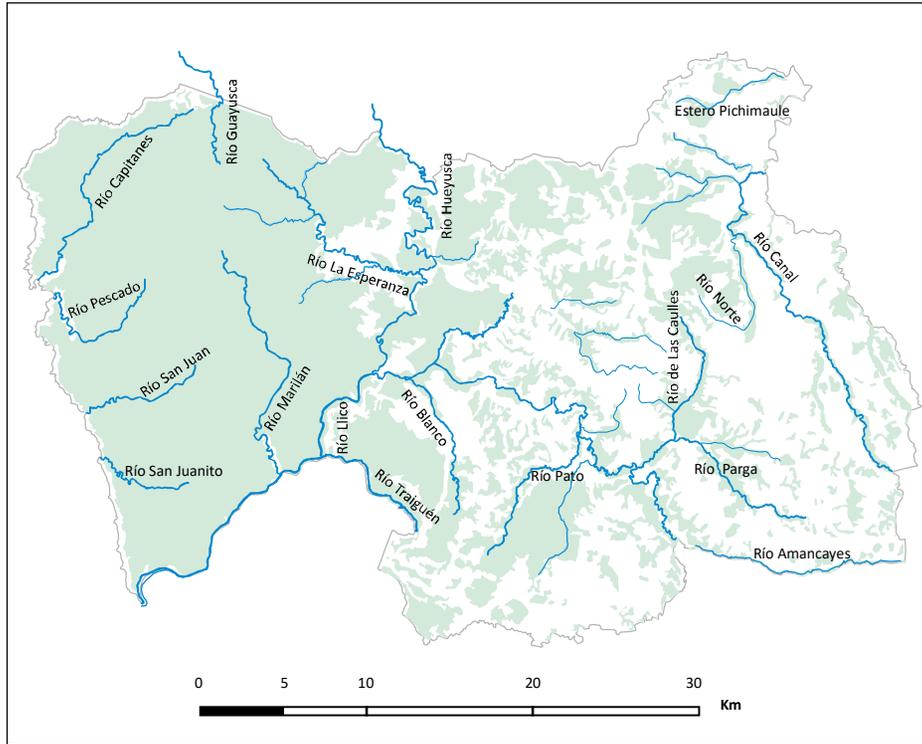
Distribución anual de temperaturas máximas y mínimas. Promedio años 1991-2020.

Fuente: Climatología.meteochile.gob.cl. Estación meteorológica Osorno, Cañal Bajo, de la Dirección Meteorológica de Chile.

Las temperaturas correspondientes a la zona climatológica mencionada, concentran los niveles más altos, tanto para la máxima como para la mínima, los meses de diciembre a marzo, con una temperatura media de 11°C y con bajas amplitudes térmicas. Gráfico 1.

Las precipitaciones en esta zona se producen por frecuentes sistemas frontales que provocan abundante nubosidad y baja cantidad de días despejados. Los promedios anuales de precipitaciones superan los 1.800 mm. El mayor volumen de agua caída se concentra entre los meses de mayo a agosto,

aunque de acuerdo a la literatura y según se muestra en el Gráfico 2, se registra ausencia de períodos secos,^[7] aunque los últimos años se han registrado períodos de semanas sin precipitaciones, posiblemente producto del cambio climático global.



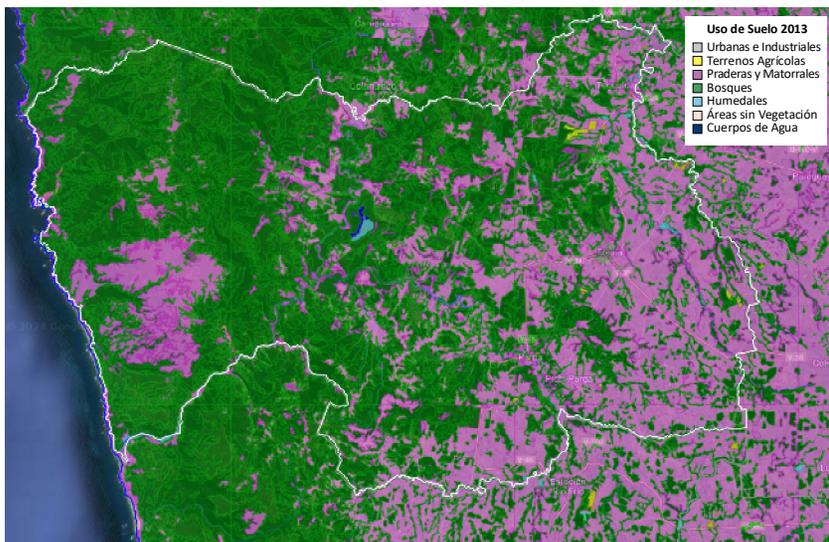
Mapa 4. Red hidrográfica comuna de Fresia.
Fuente: Red Hidrográfica de la BCN.

Uso de suelo

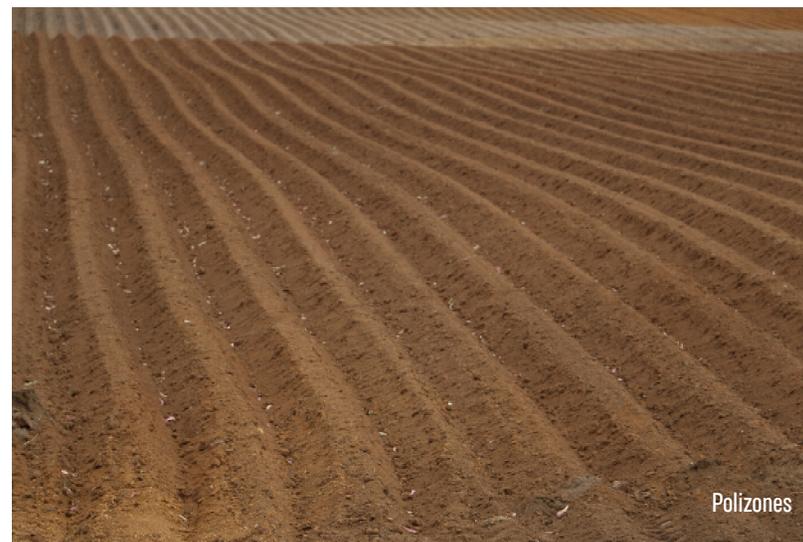
La comuna está principalmente cubierta de bosques, aproximadamente un 60% de la superficie, como se muestra en el Mapa 5, elaborado según los datos del catastro vegetacional de la Conaf^[9] del 2013 para la Región de Los Lagos. Es también importante la superficie de praderas y matorrales, que cubre más del 38% del territorio.

La comuna presenta diversidad de bosques nativos, incluyendo sectores de alerces, y la superficie de praderas da cuenta de su vocación ganadera. Aunque la información oficial de catastro de uso

de suelos está actualizada solo para 2013, la variación en la comuna no debiera ser significativa. Puede haber aumentado la superficie de plantaciones forestales, visible desde las principales rutas camineras, y sin duda las de parcelación de agrado, pero a grandes rasgos la información de Conaf es un referente válido.



Mapa 5. Uso de suelo. Comuna de Fresia.
Fuente: SIT CONAF



Ecosistemas terrestres^[10]

El Sistema de Información y Monitoreo de Biodiversidad (SIMBIO) del Ministerio del Medio Ambiente, describe para el territorio de la comuna de Fresia, 4 ecosistemas terrestres.^[11]

Bosque caducifolio de *Nothofagus obliqua* (roble) y *Laurelia sempervirens* (laurel)

Se localiza en sectores planos y piedemontes de la depresión intermedia. La categoría de relevancia del ecosistema es muy alta. Sistema muy intervenido con praderas para ganadería y agricultura. Destaca la presencia de especies arbóreas como olivillo, mañío de hoja larga, ulmo, e importante presencia de epífitas como copihue, pilpilvoqui, voqui colorado. Este ecosistema alberga varias especies de roedores pequeños como ratón

orejudo de Darwin y ratón arbóreo y numerosas especies de aves: bandurria, tiuque, chucao, picaflor chico, entre muchos otros.

En esta región, se encuentran los numerosos ríos de la comuna, así como la laguna Las Ortigas, que son complejos ecosistemas incluyendo humedales, con una rica diversidad biológica.

Bosque laurifolio templado costero de *Weinmannia trichosperma* (tineo)-*Laureliopsis philippiana* (tepa)

Se localiza en laderas bajas y medias de la vertiente occidental de la cordillera de la Costa. La relevancia del ecosistema es media. De las especies arbóreas destacan olivillo,

tineo, ulmo, avellano, arrayán, pitra, trevo. La estrata arbustiva está representada por chupón, arrayán macho, sauco del diablo. Son importantes epífitas como copihue, voqui canelilla, y botellita. Son también abundantes los helechos de la familia Hymenophyllaceae. Las especies animales que habitan el ecosistema corresponden a ratones pequeños como ratón arbóreo y murciélagos como el oreja de ratón del sur; así como especies mayores como puma, zorro, pudú, güiña. En la zona costera se pueden avistar lobo marino, chungungo y un sin fin de aves marinas como pato quetru no volador, playero y varias especies de golondrinas y delfines.

10. <https://simbio.mma.gob.cl/Ecosistemas>.

11. Basados en los pisos vegetacionales de Luebert, F. y Plissock, P. 2017. Sinopsis bioclimática y vegetacional de Chile. Segunda Edición. Editorial Universitaria 377 p.



- △ Bosque caducifolio de *Nothofagus obliqua* (roble) y *Laurelia sempervirens* (laurel)
- Bosque laurifolio templado costero de *Weinmannia trichosperma* (tineo)–*Laureliopsis philippiana* (tepa)
- ⬡ Bosque laurifolio templado interior de *Nothofagus dombeyi* (coigüe) – *Eucryphia cordifolia* (ulmo)
- Bosque resinoso templado costero de *Fitzroya cupressoides* (alerce)

Mapa 6. Cobertura de ecosistemas en la comuna de Fresia.
Fuente: <https://simbio.mma.gob.cl/Ecosistemas>.

Bosque laurifolio templado interior de *Nothofagus dombeyi* (coigüe) – *Eucryphia cordifolia* (ulmo)

Se sitúa en lomajes y laderas medias de la vertiente oriental de la cordillera de la Costa y en algunas zonas de la depresión intermedia. La relevancia del ecosistema es alta. De importante presencia son lingüe, mañío de hoja larga, tineo, tepa, trevo, arrayán, canelo y otras especies de estratas más bajas como quila, maqui, varias especies de voqui y helechos.

En el reino animal se identifican especies de cetáceos como delfín austral, carnívoros como puma y zorro, roedores pequeños y murciélagos. Las especies de aves son muy numerosas: chucao, hues-hues, nuco, noncón.

La amplia **biodiversidad** del territorio comunal se manifiesta en los ecosistemas descritos, cuya enumeración de especies ha sido solo somera, pues se debe considerar además la diversidad en especies de hierbas, helechos, musgos, líquenes y hongos que pueblan los ecosistemas descritos. Algo similar ocurre con las especies del reino animal, que se encuentran altamente representadas en mamíferos pequeños (murciélagos, de alta importancia para la sustentabilidad de los ecosistemas), mamíferos grandes y acuáticos; además de insectos, aves y anfibios.

Esta descripción da cuenta del valor patrimonial de la naturaleza que preserva el territorio de la comuna de Fresia y que puede combinarse con un alto valor turístico desarrollando un **turismo sustentable**.

Bosque resinoso templado costero de *Fitzroya cupressoides* (alerce)

Se localiza en las cumbres de la cordillera costera del Sarao. De relevancia media. Además del roble, son característicos de este sistema bosques de ciprés de las Guaitecas, de coigüe de Chiloé y de coigüe de Magallanes, y otros como coicopihue, katalapi, tepu y taique.

Este ecosistema alberga varias especies de roedores pequeños como ratón orejudo de Darwin y ratón arbóreo y numerosas especies de aves: bandurria, tiuque, carpinterito, chucao, picaflores chico.



Alerce

ECMPO - Espacios Costeros Marinos de los Pueblos Originarios

Los Espacios Costeros Marinos de los Pueblos Originarios, definidos por la Ley N°20.279^[12] como “espacio marino delimitado, cuya administración es entregada a comunidades indígenas o asociaciones de ellas, cuyos integrantes han ejercido el uso consuetudinario de dicho espacio”, otorgados para la comuna de Fresia corresponden al ECMPO Punta San Luis, decretado para la Comunidad Indígena Altue en 2019, y ECMPO Punta Capitanes, decretado para la misma Comunidad en 2014. Están representadas como áreas en azul en el Mapa 7 del Centro de información de Recursos Naturales (Ciren).

La comuna cuenta con una zona costera poco explotada, de características abruptas y rica en especies marinas, acuáticas y aves, interesante para el desarrollo de un turismo de aventura. Para cualquier desarrollo productivo en las zonas costeras se debe considerar las zonas ECMPO, tanto las existentes como las solicitudes en tramitación o planificadas.

El desarrollo debe ser inclusivo con las comunidades indígenas que administran dichos espacios, y en particular para el turismo, esta singularidad puede convertirse en un valor agregado para los visitantes del denominado turismo de intereses especiales.



Mapa 7. ECMPO Punta San Luis y Punta Capitanes. Fresia.
Fuente: SitRural Ciren. Información actualizada a 2020.



12. Ley N°20.249 Crea el Espacio Costero Marino de los Pueblos Originarios (F.D.O. 16/02/2008).



ASPECTOS MEDIO HUMANO

Reseña histórica

Hace más de 18.000 años, grupos de cazadores y recolectores recorrían parte del actual territorio de la Región de Los Lagos, de acuerdo a evidencias arqueológicas como el sitio Monte Verde, ubicado a unos 40 kilómetros de la comuna de Fresia y el sitio arqueológico de Pilauco en Osorno, a 70 kilómetros de la comuna.

Previo a la conquista española, la población mapuche ocupaba gran parte del actual territorio de Chile, desde Illapel a Chiloé. Aunque existían diferencias de costumbre y dialectos entre las comunidades ubicadas a lo largo de ese territorio, culturalmente constituían un solo pueblo. La población que se asentaba en la actual Región de Los Lagos se denominaba williche (gente del sur), que reconocía a su territorio como el Butahuillimapu (gran territorio del sur), abarcando desde el río Toltén por el norte, hasta la isla de Chiloé por el sur.^[13]

“Ellos practicaban la agricultura y sembraban sementeras, practicando un estilo de vida casi sedentario en que una vez que se agotaban los recursos por la quema de los bosques, se trasladaban a otras tierras circundantes. Vivían en rucas que agrupaban a las familias y entre ellas se designaba a un lonco el que era el líder de esa comunidad y que mantenía su independencia completa

respecto a otros loncos salvo en tiempos de guerra o de conmoción por alguna razón”. (Fábrega, P. 2013).

A algo más de una década de iniciada la conquista, los españoles fundaron las ciudades, inicialmente fuertes, de Valdivia (1552) y de Osorno (1558). Posteriormente fundan Castro en 1567, incorporando el territorio al sur del Biobío, a la Capitanía General de Chile.

En 1598, se inicia la gran rebelión mapuche con la destrucción de varias ciudades españolas, entre otras Osorno, culminando en la Batalla de Curalaba, que implica la derrota de los españoles, quienes deben desplegarse al norte del río Biobío. El régimen español pone en práctica entonces, una estrategia de guerra defensiva con una política de acercamiento y acuerdos con los mapuches, basada en los “parlamentos”. En 1793 se celebra el Parlamento y Tratado de Paz de Las Canoas entre la Corona Española y las tribus williche que tuvo una gran influencia social, económica y cultural para la población nativa, por cuanto significó que cedieron territorio entre los ríos de Las Canoas (actualmente Rahue) y Damas, hasta la cordillera andina; la refundación de Osorno y la apertura del Camino Real, que cruza la actual Comuna de Fresia.

Durante el proceso de independencia de Chile, el 6 de marzo de 1820, se produce la Batalla de El Toro en Polizones. Las tropas patriotas provenían desde Valdivia, al mando de Jorge Beauchef con la misión de derrotar a fuerzas españolas que se desplegaban en el actual territorio de la provincia de Llanquihue. La victoria patriota de El Toro, significó que los españoles se replegaran a Chiloé, permaneciendo allí hasta la rendición de la guarnición realista en 1826.

En el gobierno de Manuel Bulnes (1841-1851) se implementaron diferentes acciones para incorporar definitivamente las tierras al sur del río Maule, declarando en 1845 como propiedad del Estado todas las tierras vacantes. Paralelamente el Gobierno de Chile inicia una política de atracción de inmigración alemana, a cargo de Vicente Pérez Rosales. En 1852 arriban los primeros colonos alemanes a la rada de Tengl, quienes inicialmente reciben tierras en torno al Lago Llanquihue.

Posteriormente familias alemanas, algunas en segunda generación, comienzan a desplazarse hacia las actuales comunas de Fresia y Los Muermos producto que el Estado licitaba tierras a particulares, o en su defecto reclamaban y obtenían títulos de dominio. “Descendientes de alemanes de Puerto Montt y Puerto Varas, comenzarán a invertir los capitales que habían reunido, en la adquisición de grandes extensiones de tierra” (Fábrega, P. 2016).

El territorio también recibió emigración chilota, un fenómeno migratorio no suficientemente reconocido, que implicó un

masivo desplazamiento de chilotes durante el siglo XIX e inicios del siglo XX, hacia la Región de Los Lagos y hacia la Patagonia chilena y argentina.

La comuna de Fresia fue creada en 1927 bajo el primer gobierno de Carlos Ibáñez del Campo, quien impulsaba una nueva división política administrativa del país. Su nombre fue adoptado en recuerdo de la esposa del toqui mapuche Caupolicán. El 13 de febrero de 1928, se nombra la primera junta de vecinos o junta de alcaldes, recayendo la nominación en los vecinos Teodoro Schafer, Nicolás Añazco y Juan Schnettler. La municipalidad funcionó inicialmente en el sector de Las Beatas.

Un resumen gráfico de los principales hitos históricos que han acontecido en la comuna, desde la construcción del Camino Real a la época actual, se presenta en la siguiente ilustración.



Ilustración 1. Principales hitos históricos de la Comuna de Fresia.

Población

El Censo de Población y Vivienda del año 2017, arrojó un total de 12.261 habitantes para la comuna de Flesia, de los cuales 50,4% (6.181) son hombres y 49,6% (6.080) mujeres. Las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) para 2021 esperaban un total de 12.638 habitantes (3,1% de incremento, poblacional), con un 63% de población urbana y 47% rural.

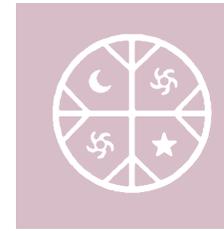
De acuerdo al mismo Censo, aproximadamente un 23,9% de los habitantes de Flesia declara pertenecer a algún pueblo originario; la mayoría de la etnia mapuche, lo que corresponde a un 23,2% de la población total comunal. El porcentaje a nivel nacional correspondió a 12,4% (Censo 2017). El **Mapa 8** representa la localización de las comunidades indígenas registradas en la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi).

El INE reconoce 14 centros poblados en la comuna: la ciudad de Flesia, Tegualda como aldea, y como caseríos (**Mapa 9**) a Colonia La Isla, Parga, Las Beatas, Polizones, El Repil, Club Pesca y Caza, La Pobla, Alto Bonito, El Cañal, Colonia La Isla, Amancayes, El Pantanal y Línea Sin Nombre.

Ilustración 2. Datos demográficos. Flesia.



Censo 2017 **12.261** Habitantes
Proyección 2021 **12.593** Habitantes

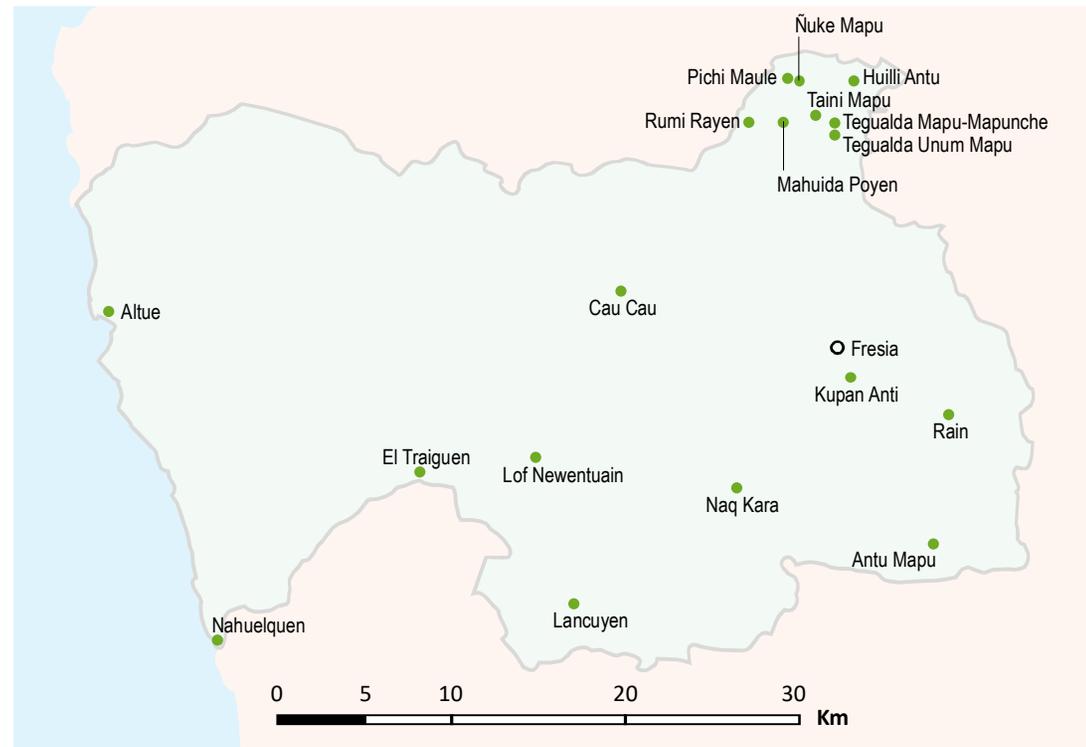


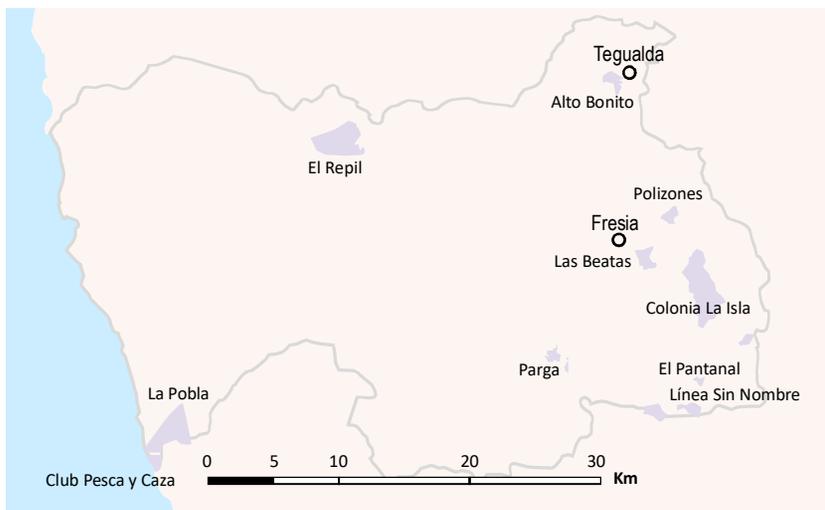
Pueblos originarios
23,9%



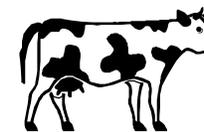
Tasas de natalidad y mortalidad.
(Tasas c/1.000 hab. 2019)
Natalidad **8,2%**. Mortalidad **8,2%**

Mapa 8. Localización de comunidades indígenas mapuche-williche, comuna de Flesia.





Mapa 9. Centros poblados comuna de Fresia. Caseríos.
Fuente: INE, Censo 2017.



Número de empresas (*)	Tamaño	2019	2020	2021
(*) Servicio de Impuestos Internos (SII)	Micro	613	576	604
	Pequeña	115	137	157
	Mediana	9	8	15
	Grande	1	1	2
	Sin Ventas/Sin Información	151	154	160

Tabla 1. Evolución de las empresas de la comuna de Fresia por tamaño y año.
Fuente: Estadísticas de Empresas del SII. 2022.

Seguridad

Los datos estadísticos de la Subsecretaría Prevención del Delito del Ministerio del Interior de los últimos 3 años, muestran una variación que se presenta en la Ilustración 2. En cuanto a la violencia intrafamiliar (VIF), esta variación refleja el aumento ocurrido durante el periodo de pandemia (2021), tanto a nivel local, regional y nacional; no obstante la tasa de denuncias de 586,6 es menor que la regional (685,9), es mayor que la nacional (457,6) para 2022.

En cuanto a los delitos de mayor connotación social (DMCS: homicidio, lesiones, violación, robo con fuerza y robo con violencia), la tasa de denuncias es significativamente menor que en la Región de Los Lagos (975 vs 1.242,9) y también que a nivel país (1.562,3). La comparación se refiere al año 2022. (Ilustración 3).

La comuna presenta una densidad poblacional relativamente baja, de 10 hab/km². Como referencia, la densidad de la Región es de 17,06 hab/km² y la del país de 26 hab/km². Esto representa una característica de la comuna, que sumado a sus favorables estadísticas de seguridad, la perfilan como una comuna tranquila, segura, rural.

Sistema productivo

De acuerdo a estadísticas del Servicio de Impuestos Internos del año 2021, la comuna cuenta con 938 empresas, el desglose por tamaño se presenta en la Tabla 1. El total de trabajadores dependientes de todas las empresas registradas ante el SII asciende a 1.370 personas y a honorarios corresponde a 748.

Ilustración 3. Estadísticas de seguridad, comuna de Fresia, últimos 3 años.
Fuente: Reporte Comunal. Biblioteca del Congreso Nacional. 2023.



Tasa Denuncias c/100.000 hab. por Violencia Intrafamiliar (VIF, Total)
2020: 458,3 2021: 775,4 2022: 586,6



Tasa Denuncias c/100.000 hab. por Delitos de Mayor Connotación Social (DMCS, Total)
2020: 782,2 2021: 791,3 2022: 975,0

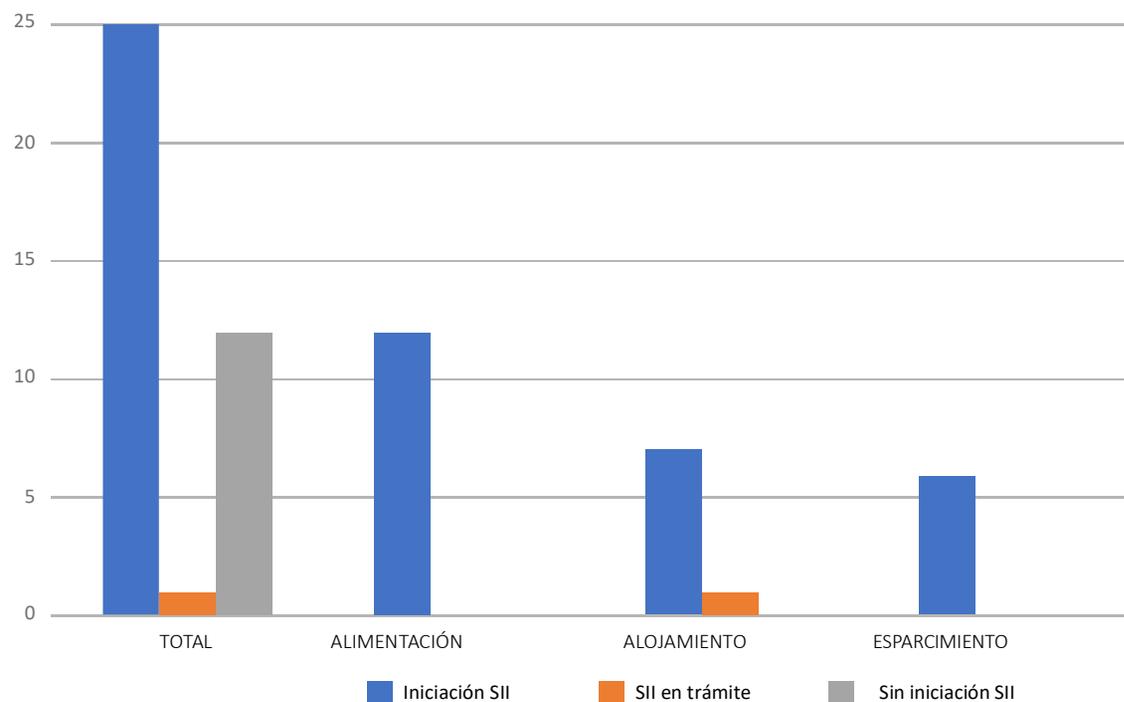


Gráfico 3. Emprendedores turísticos con iniciación de actividades ante el SII.
Fuente: Levantamiento de Terreno. 2023.



Tal como indica el Pladeco comunal, Fresia desarrolla su economía local fundamentalmente a partir de la ganadería y agricultura, potenciándose la lechería y sus subproductos. Según estadísticas presentadas por Ciren,^[14] el 43,4% del mercado lo ocupaba la cría de animales el año 2018. En cuanto a la empleabilidad, persiste un escenario inestable y estacional.

El sector productivo más importante es la ganadería, desarrollada principalmente por empresas pequeñas, lo que puede constituir una sinergia con el sector turismo, tanto para

empresas que desarrollen ambas actividades, como para venta de subproductos atractivos para el turista, por ejemplo productos lácteos, curtiembre, visitas a granjas.

En el sector Esperanza se localiza la piscicultura CERMAQ, en actividad desde 2003. Cultiva el *salmón cojo*; su funcionamiento es estacional, desde el mes de julio a enero.

En cuanto al sector turismo, y de acuerdo al levantamiento en terreno de 38 emprendedores turísticos realizado durante

este estudio, prácticamente la totalidad (excepto 1) de los prestadores de servicios turísticos clasifica en el rango de micro empresa. El 66% de ellos, y liderando el rubro alimentación, cuenta con iniciación de actividades ante el SII. Gráfico 3. En cuanto al tipo de contribuyente que registran las empresas ante el SII, el 79% se presenta como persona natural.

Plaza de Armas. Fresia



Ilustración 4. Estadísticas de caracterización de hogares y establecimientos de salud. Comuna de Fresia.

Fuente: Reporte Comunal. Biblioteca del Congreso Nacional. 2023.



Población carente de Servicios Básicos **34,7%** (a junio 2022)



Hogares Hacinados **7,1%** (a diciembre 2020)



Número de establecimientos de salud, según tipo al 03.01.2023
1 Hospital
1 Consultorio General Rural (CGR)
8 Postas de Salud Rural (PSR)

Nivel de pobreza^[15]

De acuerdo a los resultados de la Encuesta CASEN años 2015, 2017 y 2020, la variación de la tasa de pobreza por ingreso ha fluctuado de 18%, a 18% y 19,1% respectivamente, siendo mayor a las tasas regional (11,3%) y nacional (10,8%) del año 2020. La pobreza multidimensional para el año 2017, era de 32,6% para la comuna, más alta que la de la Región (25,5%) y del país (20,7%).^[16]

En abril de 2023, la plataforma ADIS^[17] del Ministerio de Desarrollo Social, arroja un nivel de detalle mayor para la situación social de un universo de 12.553 personas inscritas en el Registro Social de

Hogares de la comuna de Fresia. El porcentaje de población registrada perteneciente a la tercera edad alcanza al 24%, mayor al 18,1% estimado por el INE^[18] a nivel nacional para 2022.

El porcentaje de hogares perteneciente al tramo más vulnerable que abarca este Registro en Fresia es de 63%, más alto que para la Región donde la misma variable alcanza al 51% y que para el país (48%).^[19]

Otros datos estadísticos que caracterizan a la comuna en aspectos de desarrollo social, se presentan en la Ilustración 4.

Los índices de medición social se presentan en Fresia concordantes con las comunas rurales del país: alta tasa de pobreza, de adultos mayores, de hogares vulnerables.

Esta situación si bien es desafiante para el desarrollo productivo, incentiva a buscar alternativas que sean amigables con la situación social, como la producción de artesanía, la gastronomía, y la venta de productos agrícolas y otros servicios complementarios, que son altamente compatibles con el desarrollo turístico.

15. Reporte Comunal. Biblioteca del Congreso Nacional. 2023.

16. Reportes comunales. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Fresia. 2020.

17. Analista Digital de Información Social.

18. Cerca de un tercio de la población de Chile en 2050 estaría compuesta por personas mayores. Ine.gob.cl. 27.09.2022

19. Datasocial.ministeriodesarrollosocial.gob.cl. DataSocial el catálogo de información social del Estado

Actores relevantes

El levantamiento de actores clave para la planificación y el desarrollo del sector turismo en la comuna de Fresia se ha obtenido principalmente de la información proporcionada por el Encargado de Turismo de la Municipalidad, constituyéndose un listado de personas de las organizaciones civiles, de los prestadores de servicios turísticos, y de funcionarios de la Municipalidad. Adicionalmente se realizaron entrevistas no estructuradas a los Encargados de las Direcciones Municipales, y a los concejales que pertenecen a la Comisión de Fomento y Turismo, además de un conversatorio con representantes de comunidades indígenas.

Representantes organizaciones sociales y sector turismo

Se realizaron encuestas a personas relevantes para obtener su opinión sobre el desarrollo del turismo en la comuna. Se enviaron encuestas a 23 personas del ámbito comunitario, respondiendo 17 de ellas. Del sector de los prestadores de servicios turísticos respondió la totalidad de los contactados (10), y del ámbito municipal respondieron 5 funcionarios, lo que arrojó un total de 32 respuestas.

La caracterización de los actores encuestados corresponde a un grupo mayoritariamente adulto (87%), el 62% son mujeres, y la mayoría ha vivido toda su vida o más de 20 años en la comuna de Fresia. Al consultarse sobre lo que consideraban característico de la comuna, las primeras preferencias corresponden a la ruralidad, sus recursos naturales y su gente.

Respecto al patrimonio cultural relevante, las personas consideran primordialmente la historia de la Batalla de El Toro, la cultura mapuche - williche, y la historia multicultural del territorio.

Del patrimonio natural se destaca los senderos, el sector de Llico Bajo, y los bosques nativos. En la opción cordillera de la Costa, se agruparon menciones como playas y Punta Capitanes.

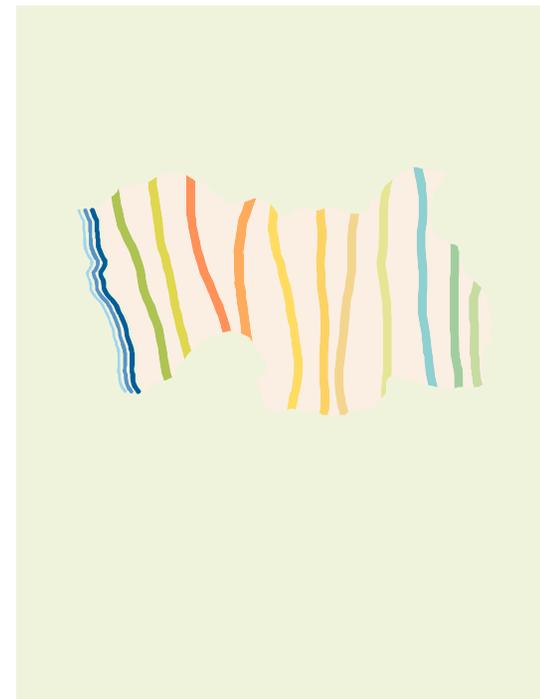
Los actores claves dicen mayoritariamente que recomendarían a un turista visitar Llico Bajo, y localidades como Tegualda, Esperanza, Polizones, Parga.

Continuando con la caracterización desde el punto de vista del turismo, los actores responden que los productos locales recomendables son los relacionados con el campo y la naturaleza, como mermeladas, conservas y artesanía, y en gastronomía se inclinan principalmente por la chicha de manzana (y otras elaboraciones del mismo fruto), el asado de cordero y diversas preparaciones en base a la papa.

Respecto a lo que debe mejorar en su comuna las respuestas giran en torno a la debilidad de la oferta turística y el mal estado de los caminos, incluyendo falta de señalética, por lo que no recomiendan viajar sin la debida planificación, y el tema de la basura en microbasurales, tanto en zona urbana como rural. Además se menciona desorden urbano en cuanto a tránsito vehicular y estacionamientos, y problemas de alcoholismo y microtráfico en zonas urbanas.

Desde el punto de vista del valor turístico de recursos naturales, son calificados como “excelente” los bosques nativos, Punta Capitanes, río Llico y playa de Llico Bajo. De las actividades culturales, el aniversario de la Batalla de El Toro y las fiestas costumbristas son calificadas como “bueno”, particularmente las fiestas de la Manzana, de la Papa, de la Frutilla y el Cordero Fresiano.

Hay consenso unánime en que el desarrollo turístico depende de que otros servicios, además de los turísticos, funcionen aceptablemente en la comuna. Entre los más importantes están la infraestructura vial (incluyendo señalética) y la infraestructura digital. En el ámbito propio del sector, se destaca casi por igual la formalización de los prestadores de servicios turísticos, el aumento de la oferta y el ofrecer servicios de calidad.



Finalmente, se buscó saber la opinión respecto a la importancia de la asociatividad en el sector, todos excepto uno de los encuestados, contestó que consideraba positiva la asociatividad, principalmente con actores tanto públicos como privados, en la comuna y fuera de la comuna.

Comunidades indígenas

EL 29 de noviembre de 2023 tuvo lugar un conversatorio con representantes de las siguientes comunidades indígenas:

- Lof Newentuain (Hacer fuerza)
- El Traiguen (Caída de agua)
- Rumi Rayen (Flor de primavera)
- Altue (Terruño que baja de los altos)
- Comunidad Indígena Autónoma Gen Pillan

Participaron además la Encargada de Asuntos Indígenas y el Encargado de Turismo de la Municipalidad de Fresia.

En cuanto al desarrollo del turismo en la comuna, las presentes expresaron de forma unánime que es una actividad que es conveniente desarrollar, que las comunidades indígenas tienen mucho que aportar respetando las particularidades y tradiciones de cada una de ellas.

Identidad

Los principales elementos identitarios destacados por los actores clave corresponden a la calidad rural y campesina de su comuna, su tranquilidad y seguridad, con amplia diversidad de recursos naturales. De su historia se considera relevante la Batalla de El Toro, y su multiculturalidad con relevancia de la herencia mapuche-williche, como cultura viva. De su tradición gastronómica, se releva la chicha de manzana y el asado de cordero, así como preparaciones en base a la papa, y sus manifestaciones artesanales principales corresponden a cestería, madera y lana.





"Costa Brava". Comuna de Fresia

Capítulo 3



Turismo

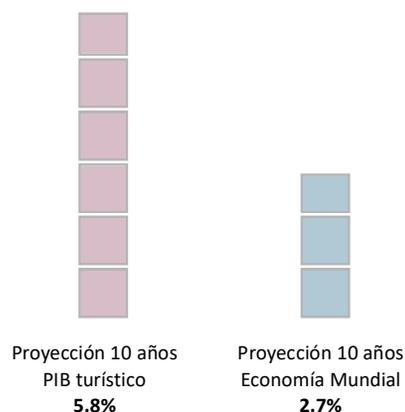
CONTEXTO DEL TURISMO



Viajar es inherente al ser humano, tanto por necesidad como por conocer otros horizontes más allá de la cotidianidad. Sin embargo, como actividad económica el turismo se origina en el siglo XIX, como parte del desarrollo que trajo la Revolución Industrial, que pasa de basarse en una economía agrícola, a depender de la manufactura. El desarrollo económico consiguiente permite que parte de la población disponga de recursos y tiempo para viajar. La primera agencia de viajes de la historia nace a partir de estas nuevas oportunidades: en 1841 el pastor bautista Thomas Cook arrienda un ferrocarril, organizando todos los detalles del viaje desde Leicester hasta Loughborough, para trasladar a 570 personas que participarían en un encuentro anti alcohol. El éxito de la actividad lo lleva a fundar en 1851 la agencia de viajes “Thomas Cook & Son” que llegó a operar durante 178 años, hasta su quiebra en 2011. “El cambio de los gustos del público en la forma de hacer turismo y el surgimiento de competidores digitales precipitaron el cierre inminente de la agencia de viajes más antigua del mundo. Una lección para el turismo internacional y el modelo de este negocio”.^[20]

¿Qué es el turismo?

La Organización Mundial del Turismo señala que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”^[21]



Impacto en la economía mundial

Durante las últimas décadas el turismo se ha transformado en un factor gravitante de la economía mundial. En 1950 las estadísticas globales registraban tan solo 25 millones de turistas. Durante este siglo, el número de turistas internacionales se ha multiplicado por dos pasando de 680 millones en el año 2000 a 1.235 millones de turistas en 2016, previo a la pandemia. De acuerdo a la OMT se proyecta que para el año 2030, unos 1.800 millones de turistas estarán viajando por el mundo (Gráfico 4). Hosteltur (2022) afirma que en los próximos diez años el PIB turístico crecerá a una media anual del 5,8%, mientras que la economía mundial lo hará al 2,7%”

20. ¿Por qué cayó el Goliat del turismo: Thomas Cook? Esan.edu.pe.

21. Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008. (RIET 2008).

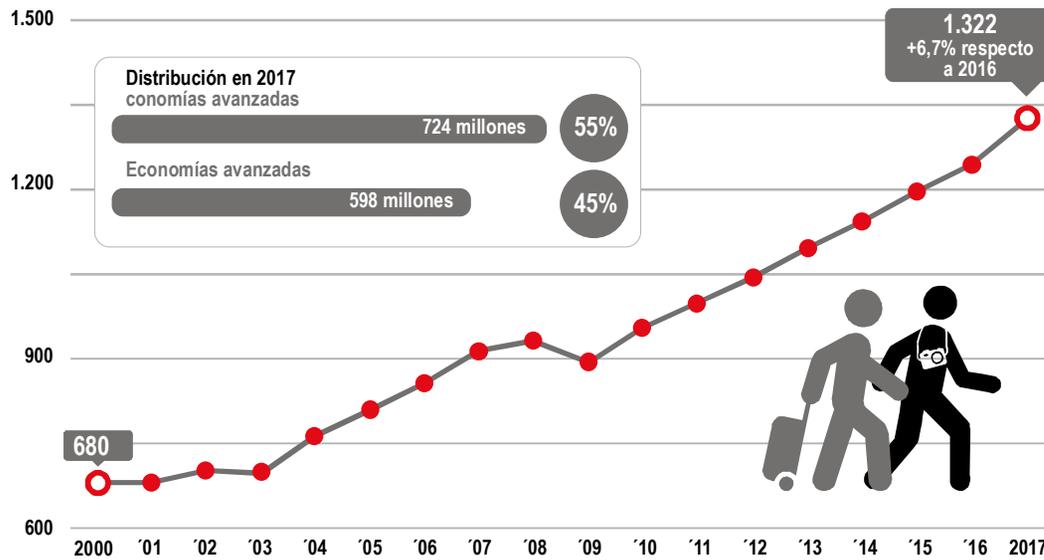


Gráfico 4. Evolución del turismo emisor a nivel global, siglo XXI.
Fuente: *Estatista.com. 2018.*

Chile

En Chile, se estima que la industria turística en 2022 generó ingresos por US\$9.247 millones de dólares, aumentando un 52,9% respecto a lo registrado en el año 2021, y un 87,8% más que en 2020. El INE cuantifica el aporte del sector al empleo en un 6,6% en 2022, en rápida recuperación en relación al 7% que presentaba en 2019. El SII señala que en 2021 el 98,8% de las empresas que participaban en el sector eran Mipymes; y que la participación de mujeres en empleo en turismo alcanza al 46,4%.

La Subsecretaría de Turismo ha generado el Índice de Intensidad Turística que tiene como objetivo medir el comportamiento

turístico respecto a 15 variables de oferta y demanda turística en todas las comunas del país; entre ellas, llegadas y pernoctaciones, atractivos turísticos, servicios de alojamiento turístico.

En este índice la comuna de **Fresia** se encuentra en el lugar **288** del ranking nacional (de 346 comunas) del año 2018, y ocupando el lugar 26 entre las 30 comunas de la Región de Los Lagos. Tabla 2.



Ranking	Comuna	IIT
07	Puerto Varas	0,3240
12	Puerto Montt	0,2652
28	Osorno	0,1205
32	Castro	0,1097
41	Ancud	0,0802
43	Puyehue	0,0783
77	Frutillar	0,0442
89	Futaleufú	0,0373
105	Puerto Octay	0,0273
108	Chaitén	0,0255
112	Quellón	0,0245
114	Hualaihué	0,0241
117	Dalcahue	0,0230
121	Chonchi	0,0221
155	Llanquihue	0,0168
180	Calbuco	0,0133
201	Palena	0,0107
203	Quinchao	0,0105
218	Puqueldón	0,0095
227	San Juan de la Costa	0,0087
233	Quemchi	0,0078
238	Mauullín	0,0074
245	Cochamó	0,0071
252	Queilen	0,0064
273	Río Negro	0,0050
288	Fresia	0,0037
294	Purranque	0,0035
306	Los Muermos	0,0030
332	San Pablo	0,0014
334	Curaco de Vélez	0,0013

Tabla 2. Ranking e Índice de Intensidad Turística (IIT) de las comunas de la Región de Los Lagos.
Fuente: *Sernatur. 2018.*

Demanda turística nacional y regional

Desde la perspectiva del turista, las bellezas naturales constituyen un motivador esencial para el viaje, aunque no el único. La historia, la cultura, la identidad, el patrimonio, las tradiciones locales, de los habitantes de cada lugar constituyen atractivos tanto o más importante que el entorno natural.

Luego de las regiones Metropolitana y Valparaíso, Los Lagos se ubica como la tercera región del país con mayor cantidad de llegadas y pernoctaciones, lo que indica su importancia en el turismo nacional. Dentro de la región destacan los destinos turísticos Lagos Llanquihue y Todos Los Santos como los más visitados. Ambos destinos registraron una ocupabilidad en habitaciones del 41,6%. Luego se sitúan Puerto Montt y alrededores, seguido de Chiloé. (INE, 2019.)

En el mercado nacional, los visitantes provienen principalmente de la Región Metropolitana y el centro del país. En relación al turismo receptivo, “el 17,0% de los turistas extranjeros que visitan Chile, visitan la Región de Los Lagos. El 60% de ellos provienen de mercados fronterizos, Argentina, y un 20% desde mercados europeos”. (Plan de Acción Región de Los Lagos. Sector Turismo 2014-2018. Sernatur).

Los turistas se desplazan en auto

El turista regional que acude a las fiestas costumbristas, o para festividades especiales; el turista argentino que arriba al país por carretera, y el turista de otros países que se desplaza en automóvil o transporte colectivo.

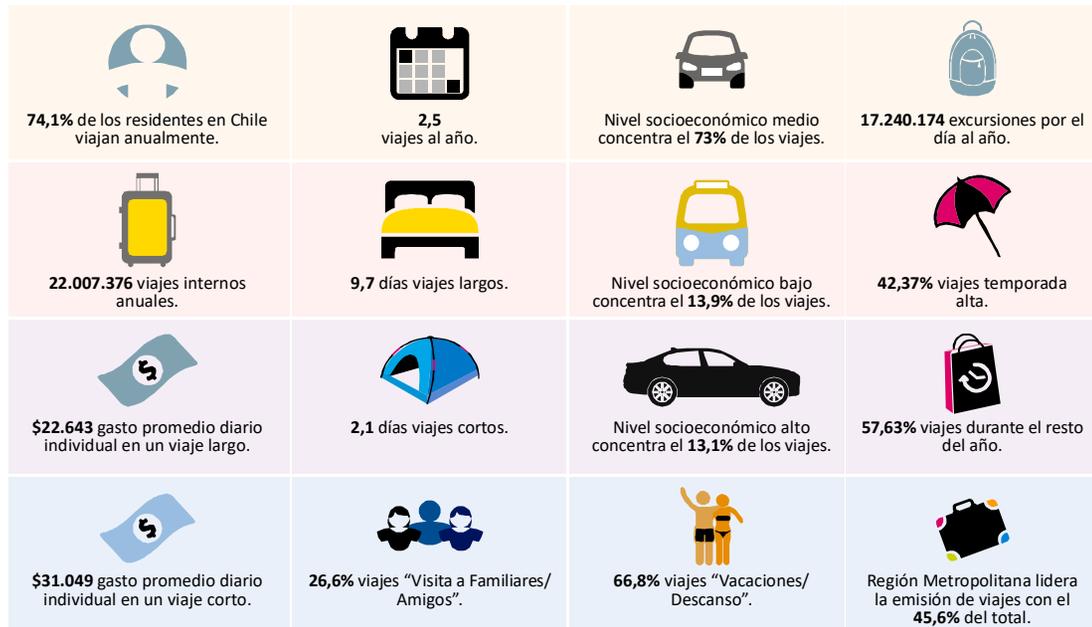


Ilustración 5. Turismo interno en cifras.
Fuente: Estudio Longitudinal de Turismo Interno del País. Sernatur 2018.

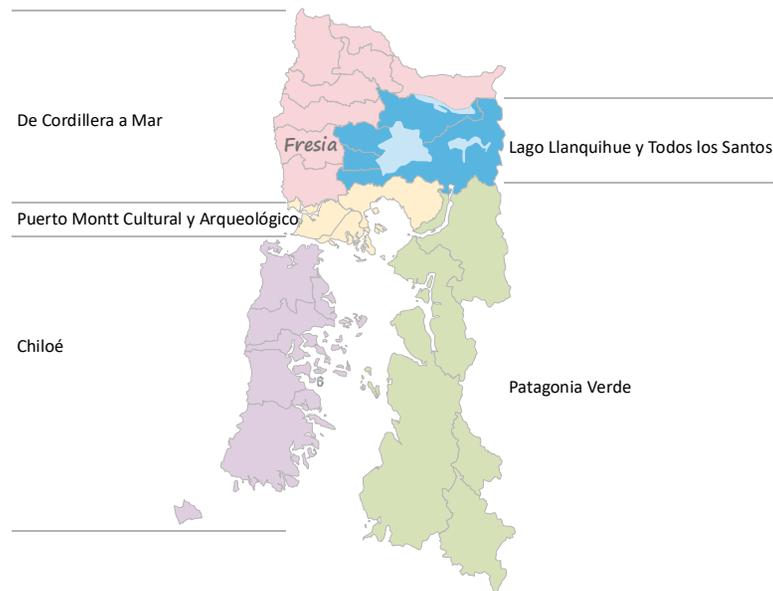
Turismo regional

La Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos (GORE Los Lagos – Sernatur, 2015) define 5 destinos turísticos dentro de la región (Mapa 10), incorporando conceptos identitarios: De Cordillera a Mar, Lagos Llanquihue y Todos Los Santos, Puerto Montt Cultural y Arqueológico, Patagonia Verde y Chiloé.

La comuna de Fresia está incorporada al destino De Cordillera a Mar. En este destino regional destacan los lagos Puyehue y Rupanco, así como los complejos termales de Aguas Calientes, Termas de Puyehue y el centro de esquí Antillanca. Osorno como

capital provincial, es destacada con amplia oferta en servicios turísticos, y un variado patrimonio cultural. En el litoral, se destaca a la comuna de San Juan de la Costa, con la Red de Parques Indígenas Mapu Lahual.

El destino cuenta con el Camino Real, que históricamente unía Valdivia, Osorno y Carelmapu, pasando parte del trazado por la comuna de Fresia. La Política Regional de Turismo señala que el Camino Real “tiene potencial para constituirse como la ruta más antigua del sur de Chile, combinando la naturaleza con el comercio turístico asociado a ella a través del turismo rural”.



Mapa 10. Destinos turísticos de la Región de Los Lagos.

Fuente: Elaboración propia en base a Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos. 2015.

La ubicación de la comuna dentro del contexto turístico regional es favorable, por cuanto se ubica cerca de dos centros urbanos importantes como las ciudades de Puerto Montt y Osorno, de destinos turísticos consolidados como Puerto Varas y Frutillar, y del Aeropuerto Internacional de El Tepual, todos a aproximadamente 1 hora de Fresia (Ilustración 6).

Tendencias

Desde el punto de vista de pequeñas localidades, una de las principales tendencias de la industria es la consolidación del Turismo de Intereses Especiales (TIE), centrado en la naturaleza y la cultura local, que tiende a elegir destinos que ofrecen seguridad, áreas naturales bien cuidadas y un mix de

actividades a realizar en el lugar de destino (Future Brand Index 2011-2012). Requiere de servicios turísticos capaces de dar cuenta sobre la identidad cultural y ambiental del destino, al mismo tiempo que genera importantes beneficios como mayor tiempo de permanencia recorriendo hasta los últimos rincones de los destinos visitados y disposición a pagar por conservar el patrimonio cultural y natural.

Este tipo de turismo es lo opuesto al turismo de masas, que atrae una gran cantidad de viajeros a los mismos sitios simultáneamente, que finalmente termina desplazando a los habitantes locales de su propio entorno por las aglomeraciones, inseguridad, congestión vehicular, además de altos costos, contaminación y otros impactos negativos.

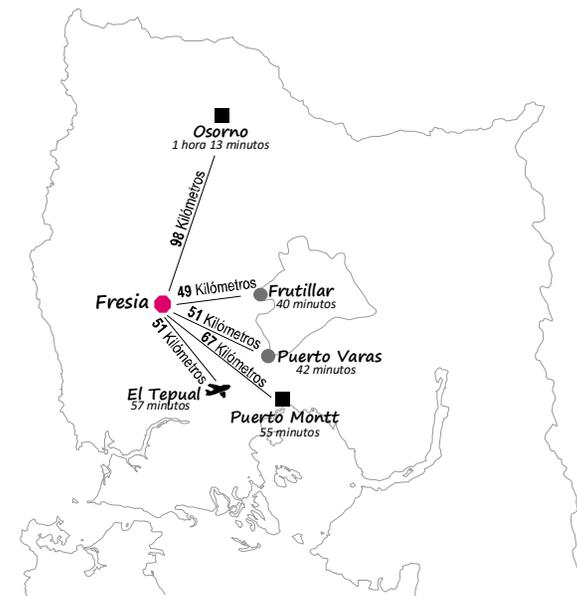


Ilustración 6. Localización de la comuna de Fresia en relación a centros de importancia regional.

Fuente: Elaboración propia en base Google Maps, distancias en vehículo motorizado.

Turismo sustentable

La preferencia por productos elaborados sustentablemente es una de las grandes tendencias internacionales para el turismo. El turismo sostenible es así definido por la OMT: “Aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro. El manejo de los recursos permite que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales y la diversidad biológica.”

La siguiente Ilustración 6 muestra los tres pilares de la sustentabilidad: la economía, lo sociocultural y lo ambiental, con los elementos de gestión correspondientes a la actividad turística.

Tendencias

Desde el punto de vista de pequeñas localidades, una de las principales tendencias de la industria es la consolidación del **Turismo de Intereses Especiales (TIE)**, centrado en la naturaleza y la cultura local, que tiende a elegir destinos que ofrecen seguridad, áreas naturales bien cuidadas y un mix de actividades a realizar en el lugar de destino (Future Brand Index 2011-2012). Requiere de servicios turísticos capaces de dar cuenta sobre la identidad cultural y ambiental del destino, al mismo tiempo que genera importantes beneficios como mayor tiempo de permanencia recorriendo hasta los últimos rincones de los destinos visitados y disposición a pagar por conservar el patrimonio cultural y natural.

Este tipo de turismo es lo opuesto al turismo de masas, que atrae una gran cantidad de viajeros a los mismos sitios simultáneamente, que finalmente termina desplazando a los habitantes locales de su propio entorno por las aglomeraciones, inseguridad, congestión vehicular, además de altos costos, contaminación y otros impactos negativos.

Turismo sustentable

La preferencia por productos elaborados sustentablemente es una de las grandes tendencias internacionales para el turismo. El turismo sostenible es así definido por la OMT: “Aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro. El manejo de los recursos permite que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, manteniendo a la

vez la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales y la diversidad biológica.”

La siguiente Ilustración muestra los tres pilares de la sustentabilidad: la economía, lo sociocultural y lo ambiental, con los elementos de gestión correspondientes a la actividad turística.

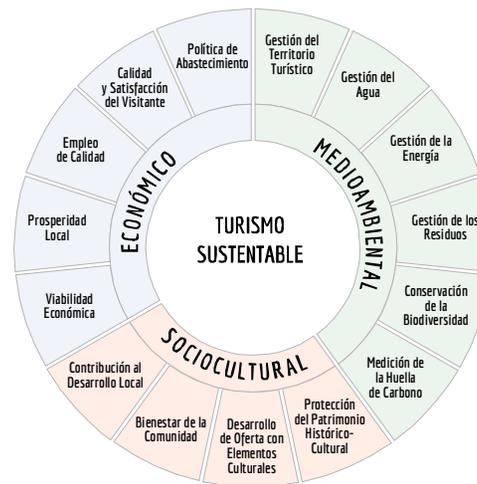


Ilustración 7. Componentes para el desarrollo de un turismo sustentable.
Fuente: Chile, por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas - Alojamiento. 2011. Sernatur.

- A continuación, se presentan algunas cifras sobre la demanda actual que busca experiencias turísticas sustentables:^[22]
- **53%** de los consumidores declara estar más preocupado por la sustentabilidad después del COVID-19 (Booking, 2021).
 - **80%** quiere experimentar al menos una vez un eco-alojamiento. (Booking, 2021).
 - **81%** priorizará la sustentabilidad en sus viajes futuros (Booking, 2021).
 - A un **60%** le molesta que el alojamiento no proporcione alternativas de sustentabilidad, por ejemplo reciclaje (Booking 2021).
 - **72%** menciona que le apasiona viajar a destinos para ayudar a impulsar los ingresos del turismo y la economía local (Travel, 2021).
 - El término **“hotel ecológico”** ha cuadruplicado su volumen de búsqueda desde marzo de 2020 (Google Trends, 2021).



Internet

La revolución de las tecnologías de la información más el desarrollo a nivel masivo de internet, otra de las grandes tendencias globales, han modificado la forma de buscar información, comprar y vender, así como de relacionarse con otros, incluso a un nivel de crear “propios” medios de difusión y comunicación a través de las redes sociales, sitios web o aplicaciones directas en los celulares.

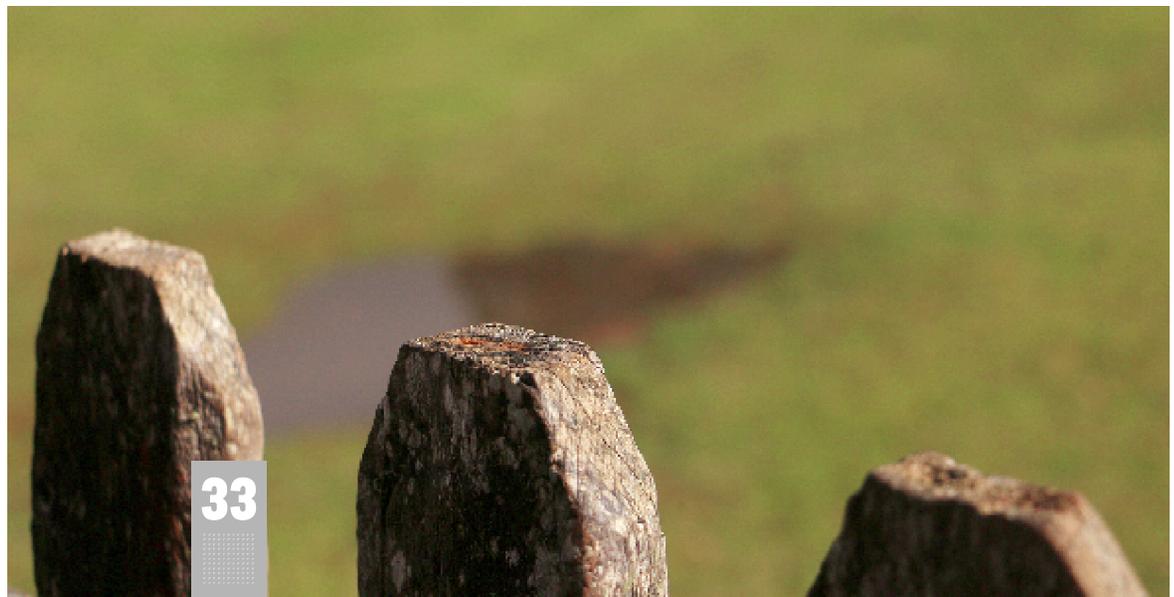
Para quienes directa o indirectamente son parte de la actividad turística, internet se ha consolidado como la principal herramienta de difusión, posicionamiento y ventas. Adicionalmente las aplicaciones y plataformas acercan a los prestadores de servicios turísticos locales con el consumidor final. Desde la perspectiva de la oferta y la demanda, estas se han acercado de tal forma que los destinos se pueden promocionar en tiempo real, incorporando trazabilidad.

Sin embargo, las nuevas tendencias más la revolución tecnológica y social traen incorporados desafíos, especialmente a nivel local, de incorporar competencia digital, que permita que emprendimientos de localidades muy pequeñas puedan comunicar, informar y contactar a clientes que se ubican al otro lado del mundo.

La siguiente Ilustración resume las principales tendencias globales del mercado del turismo, a considerar para definir estrategias tanto para el desarrollo de emprendimientos como de destinos turísticos.



Ilustración 8. Tendencias globales del turismo.
Fuente: Elaboración propia en base a diversas fuentes.





Capítulo 4



Diagnóstico Turístico

DIAGNÓSTICO SECTOR TURISMO COMUNA DE FRESIA

Características generales. Prestadores de servicios turísticos de alimentación, alojamiento y esparcimiento

Localización

La mayoría de los emprendimientos (42%), se localiza en la ciudad de Fresia, particularmente los del rubro alimentación (Gráfico 5). El 58% de ellos se localiza en el sector rural.

Competencia

En cuanto al conocimiento de oferta turística cercana a sus propios emprendimientos, el 68% de los prestadores menciona a establecimientos dentro de la comuna, un 19% menciona prestaciones de otros lugares de la región y un 13% no identifica o no responde.

Atractivos turísticos

En lo concerniente a atractivos turísticos cercanos identificados por los emprendedores, el más frecuentemente mencionado corresponde al sector Llico Bajo con 17 menciones, le siguen la Casita del Duende con 7 menciones y los ríos de la comuna con 5.

Antigüedad de funcionamiento

La oferta turística de la comuna es mayoritariamente nueva o muy nueva. El 65% de los emprendimientos turísticos tiene menos de 5 años de funcionamiento, 10% se ha establecido recién el año 2023, Gráfico 6. Entre los establecimientos más antiguos se encuentran los restaurantes Don Enrique (1986) y Haiti (1991), ambos de Fresia, y el camping Los Alerces (1985) de Llico Bajo.

Medios de contacto

En lo que respecta al uso de medios de contacto con clientes, el 95% mantiene un número telefónico (en todos los casos celular) y usan fluidamente la aplicación WhatsApp. El 87% mantiene una dirección de correo electrónico.

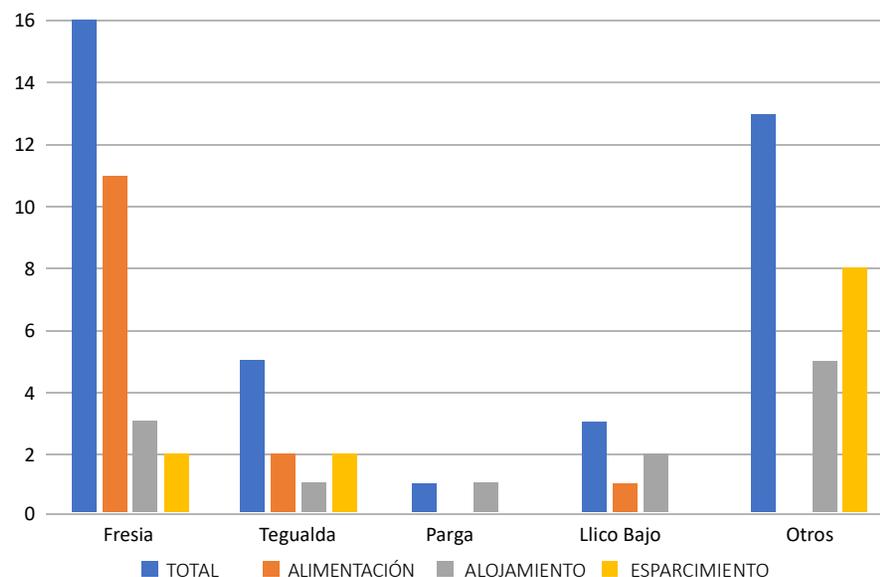


Gráfico 5. Localización emprendimientos turísticos, comuna de Fresia.

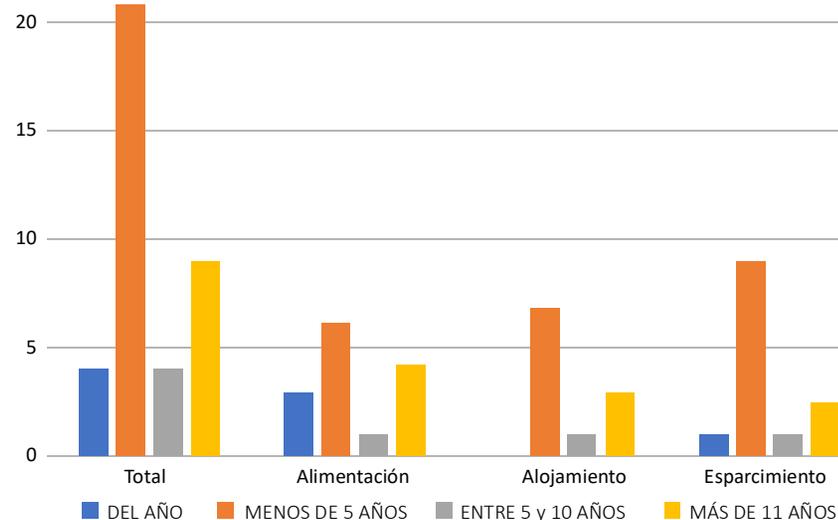


Gráfico 6. Antigüedad del emprendimiento.

Tenencia

Referente a la tenencia del emprendimiento, el 60% es propia y el 5% está en trámite de regularización. La desagregación por tipo de servicio y tenencia es la siguiente (Gráfico 7).

Rangos de venta

En cuanto a los rangos de ventas anuales, solo una emprendedora se calificó en el rango de ventas pequeña empresa. Las 37 empresas restantes venden en el primer rango de microempresa según la clasificación del SII, vale decir ventas entre 0 y \$69,2 millones de pesos.

Formalización

El 39% de los prestadores encuestados cuenta con patente municipal. Eso y el resto de permisos necesarios para un funcionamiento formal se muestra a continuación. Gráfico 8.

Servicios básicos

En la provisión de los servicios básicos de agua y electricidad, el 87% cuenta con suministro de red eléctrica (1 se abastece por generador) y el 84% cuenta con agua potable de red (18 emprendimientos), o de vertiente o pozo, potabilizada en 4 casos. Gráfico 9.

Otra infraestructura

Uno de los elementos que están al debe en la oferta turística actual de la comuna, es la infraestructura para accesibilidad universal, para personas con discapacidad o de la tercera edad, y para niños. Solo el 6% cuenta con alguna forma de infraestructura de accesibilidad universal. El 71% de los emprendimientos ofrece estacionamiento propio a sus clientes, el resto los direcciona al espacio público de calles o caminos.

Registros y certificaciones

En cuanto a registros o certificaciones, 1 emprendimiento está en trámite de la obtención del Sello Q, 1 cuenta con el Sello de Manos Campesinas de Indap. En el registro de Sernatur, aparecen 9 emprendimientos de la comuna, solo uno presenta documentación al día.

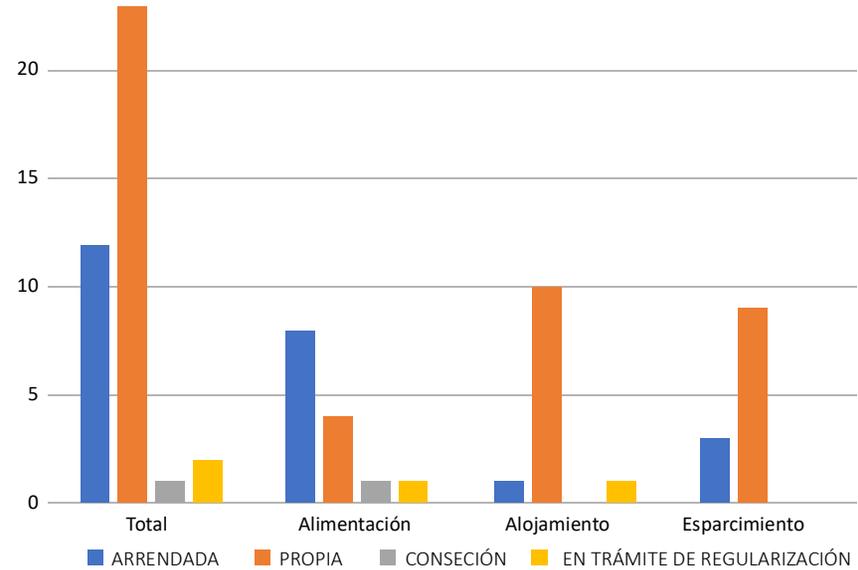


Gráfico 7. Tipo de tenencia del emprendimiento.

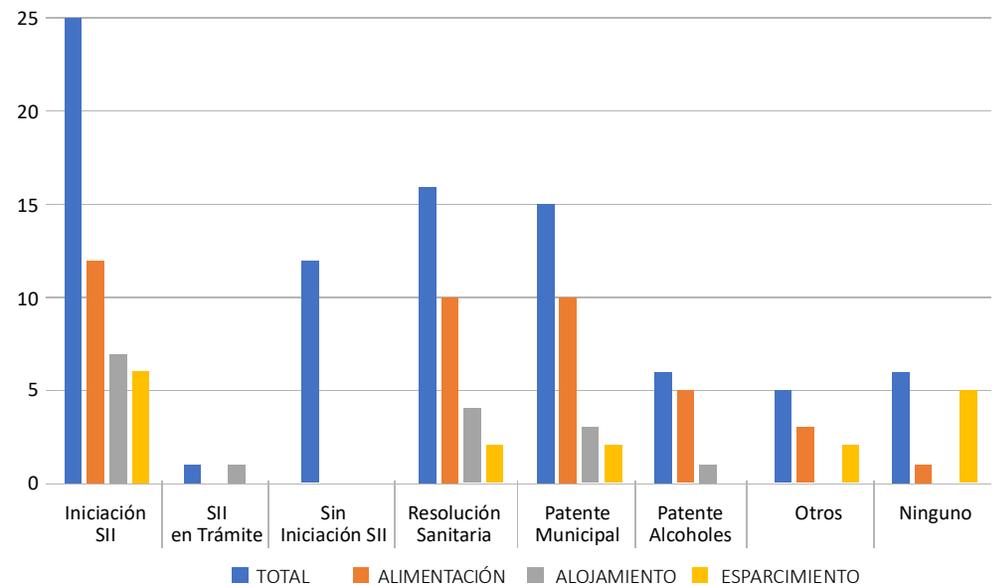


Gráfico 8. Permisos con que cuenta el emprendimiento.

Capacidad de oferta de servicios turísticos

En el rubro alimentación, la oferta levantada contempla una capacidad de 404 comensales, en 110 mesas, presentes en 13 comedores y 3 terrazas. A esta oferta puede sumarse la capacidad de los quinchos que se agregan a la oferta turística; 11 quinchos agregan una capacidad de 820 comensales. Esta última oferta se hace previa reserva y en algunos casos solo en temporada alta.

En alojamiento, la capacidad para recibir pasajeros corresponde a 128 camas total (matrimoniales e individuales), y a 74 sitios de camping, siendo estos más bien una estimación, pues de 5 sectores de camping, solo 1 cuenta con delimitación de sitios.

En esparcimiento, de los 12 prestadores encuestados, 4 expresan contar con una capacidad de atención máxima mayor a 50 visitantes durante una jornada.

El 58% de los prestadores de servicios de alojamiento y esparcimiento ofrece también venta de productos locales, la mayoría de las veces de producción propia, como miel, mermeladas, conservas y productos de campo.

Casi todos los prestadores de servicios de alimentación ofrece comida chilena, criolla o casera (denominaciones que apuntan al mismo tipo de comida); uno de ellos ofrece comida con pertinencia cultural mapuche. También es común la oferta de repostería alemana. Once de los emprendedores ofrece el servicio de comida para llevar y 9 imparten delivery.

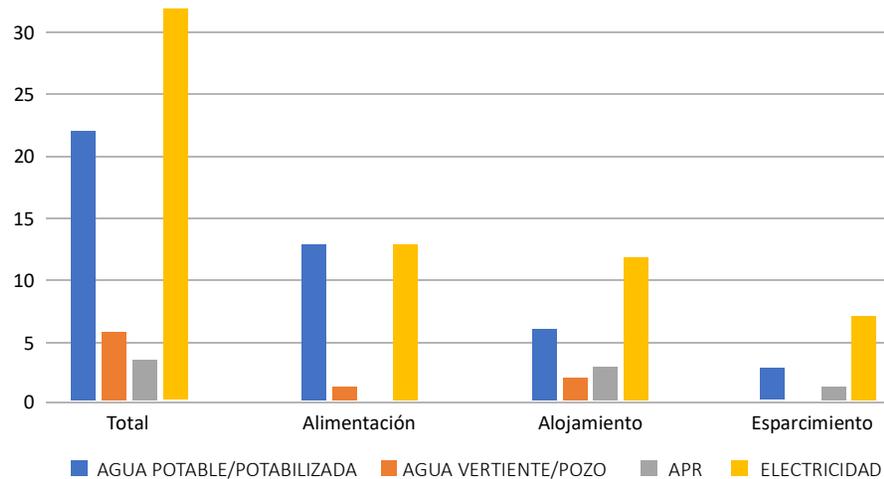


Gráfico 9. Tipos de suministro de servicios básicos.

Personal

En cuanto a la atención y personal contratado, el 100% de los emprendimientos en los 3 rubros es atendido por su propia dueña/o. Solo los establecimientos de alimentación contratan empleados permanentes (8 de 14) y 7 de ellos también contratan empleados temporales. Once de los 12 establecimientos de alojamiento contratan empleados temporales, lo mismo que 8 de los 12 emprendimientos de esparcimiento. El total de contratados permanentes suma 23, todos del rubro alimentación, y de los temporales en los 3 tipos de prestaciones alcanza a los 44.

Respecto a la formación de los prestadores de servicios turísticos, 16 de ellos (42%) cuentan con formación profesional. Dieciocho de ellos se han capacitado en alguna materia relacionada con su emprendimiento. Doce (32%) no tienen formación profesional ni se han capacitado.

En manejo de idiomas 1 de los emprendedores encuestados habla francés, 2 inglés y otros 2 mapudungun, vale decir el 87% maneja solo su idioma nativo.

Promoción

En lo referido a la promoción del negocio, la mayoría (89%) utiliza algún medio de promoción de su negocio, principalmente Facebook (84%) e Instagram (82%). También utilizan WhatsApp, sitio web (en varios casos corresponde al sitio de Fresia Natural) y en medios de comunicación, principalmente la radio local (Gráfico 10).

En relación a trabajar con agentes externos para la atracción de turistas, el 47% está interesado en trabajar colaborativamente con agencias de viajes / operadores turísticos, 4 responden "tal vez" y 3 (8%) lo hacen actualmente.

Funcionamiento

Los tiempos de funcionamiento son principalmente todo el año (82%), 7 de ellos trabaja solo en temporada alta. La mayor demanda es de septiembre a abril, especialmente diciembre, enero y febrero.

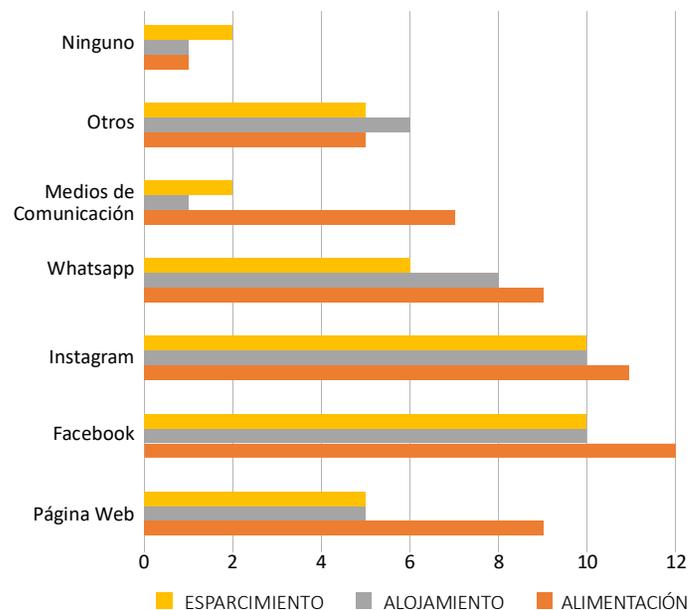


Gráfico 10. Cómo promociona su negocio.





Producción de artesanías. Comuna de Fresia

Prestadores de servicios complementarios

Se contactó a 9 emprendedores de los denominados servicios complementarios del turismo, como artesanos y productores de alimentos. Ocho de ellas son mujeres. Tres son contribuyentes con RUT de empresa. El 100% es propietario/a del lugar donde desarrolla su emprendimiento. Los productos ofertados son:

1. Producción de mermeladas
2. Artesanía con fibra natural
3. Apicultura
4. Agroalimentos
5. Artesanía en lana
6. Orfebrería
7. Artesanía en jabones y aromas
8. Artesanía en cestería.
9. Artesanía, muebles y comercialización de artículos de decoración.

La distribución para venta de sus productos varía bastante. Algunos tienen lugares de distribución de alcance internacional, como hoteles y aeropuertos, otros en cambio por medio de familiares y en ferias locales. Varios entregan sus productos a concesión en locales especializados en Fresia, Puerto Varas, Puerto Octay, Valdivia. Dos de ellas hacen despacho por encargos por internet.

Los canales de promoción de sus productos son variados, la mención a sitio web corresponde principalmente al espacio que se tiene en el recientemente creado sitio de la asociación gremial Fresia Natural. La participación en ferias es el medio de exposición más utilizado (5 de 9) y se promociona mediante las plataformas de Facebook e Instagram (6 menciones cada una).

Otras ofertas

Adicionalmente, se analizó un listado de 43 pequeñas emprendedoras pertenecientes a programas de apoyo del Área Social de la Municipalidad (Programa Familia y otros), que realizan actividades dentro del rubro de servicios de alimentación y complementarios, como repostería, tejidos, alimentos artesanales, artesanía en madera y productos del campo.

Estas actividades se realizan en las casas particulares de las emprendedoras y no cuentan con puntos de venta definidos, aunque se vende en ferias y fiestas costumbristas. Es una oferta informal que se manifiesta principalmente en temporada alta y que eventualmente podría ser una oferta que podría incorporarse a la oferta turística permanente de la comuna.

Agrupaciones de interés

En la comuna se han creado en el último tiempo agrupaciones que tienen directa relación con la prestación de servicios turísticos, como la Cámara de Turismo o la agrupación gremial Fresia Natural, que son relevantes para la organización y cooperación de los emprendedores, desde el mundo privado.

Asociación Gremial Cámara de Turismo de Fresia A.G. Registro 378-10. Creada en 2019, su primer directorio venció en 2020. Se encuentra en proceso de reactivación como Cámara de Turismo, Comercio, Servicios e Industria.

Asociación Gremial de Turismo de Fresia - Fresia Natural A.G. Registro 403-10, del 2022. A fines de 2023 lanzó públicamente su sitio web www.fresianatural.cl.

Adicionalmente, en 2020 se creó el Club de Remo **Mawüñko** Fresia. En conjunto con la Municipalidad y Sernatur, organiza la actividad deportiva – familiar de bajada en kayak por el río Llico.

Club de Rayuela **Pumalal**, creado en 1992, es otra organización de deporte tradicional, han obtenido el cetro de numerosos campeonatos provinciales, incluido el de la temporada 2022-2023.

Otra organización estrechamente relacionada con el turismo, varios de sus participantes son prestadores de servicios turísticos, es el **Comité Medio Ambiente de Fresia**, fundado en 2008, reactivado en 2018, con 45 socios activos. Sus principales actividades son la entrega del pasaporte de senderos, limpiezas comunitarias, educación ambiental en compostaje en jardines infantiles y salas cuna, salidas autogestionadas a los senderos de la comuna.





Infraestructura turística

La infraestructura de bienes y servicios básicos con que cuenta la comuna, y que es utilizada por la actividad turística se resume en este acápite. La comuna carece de instalaciones turísticas como miradores, señalética turística, embarcaderos, información turística en mapas o letreros, ciclovías, oficina turística.

Los principales accesos a la comuna corresponden, por el norte, desde la Carretera Panamericana Ruta 5 Sur, por la Ruta U-96, la entrada sur por la Ruta V-46 y por el oeste, por la Ruta V-30. Estas vías son asfaltadas, de doble vía en y en buen estado., lo mismo que las rutas que unen los principales centros poblados Parga – Fresia – Tegalda. Los caminos interiores no obstante, carecen de asfalto, su estado de conservación es regular y algunas vías se cortan durante el invierno por la crecida de ríos.

La oferta de **transporte público** se refleja en un servicio de ttaxis cuyo paradero se encuentra en la calle Sn Carlos, a un costado de la Plaza de Armas de Fresia. Respecto a los buses interurbanos, se trasladan desde y hacia el Terminal Municipal de Buses Fresia y las localidades de:

- Los Muermos
- Llico Bajo
- Osorno
- Rinconada
- Tegalda
- Puerto Montt, con frecuencia de 15 minutos en la semana y 30 minutos los fines de semana.

La cobertura de **agua potable** por red pública alcanza al 98,7% de las viviendas en los sectores urbanos y al 64.4% en la zona rural, que en el caso de los establecimientos turísticos encuestados alcanza al 84%. La cobertura de **alcantarillado** comprende el

68,2% de las viviendas de Fresia urbana, el 50% de las viviendas del sector rural cuentan con red de alcantarillado.

La cobertura de **energía eléctrica** alcanza al 92,8% en la zona urbana y al 82,8% en el área rural. Entre los prestadores turísticos llega al 87%.

La comuna cuenta con **postas** de atención en salud en las localidades de Tegalda, Mirador, Cau Cau, Parga, Las Cruces, El Mañío, Línea Sin Nombre, Polizones, El Traiguén.

Fresia dispone de 14 establecimientos educacionales administrados por el Servicio Local de Educación Pública (SLEP) y 9 particulares subvencionados,^[23] con la **Biblioteca Pública** Fresia,^[24] y ningún museo inscrito en el Registro de Museos de Chile,^[25] aunque la comunidad reconoce como tal al **Museo Particular** propiedad de Juan “Chino” González.

Infraestructura y espacios de uso cultural

- Complejo Intercultural, Las Beatas
- Plaza de Armas de Fresia
- Salón Municipal
- Polifuncional Amigos de la Música
- Polifuncional Club de Cueca Fresia Lindo
- Casa del Adulto Mayor
- Anfiteatro Plaza Tegualda
- Feria El Progreso
- Feria Rural Tegualda
- Plaza de Parga
- Plazas barriales de Tegualda (2)
- Plazas barriales de Fresia (7)

Infraestructura deportiva^[27]

- Multicancha Techada, Población Villa Los Ríos
- Multicancha Techada, Población Arturo Prat
- Multicancha Techada, Población Villa Los Alcaldes
- Multicancha Techada, Población Villa El Jardín
- Piscina
- Estadio Municipal de Fresia
- Estadio Municipal ANFUR
- Gimnasio IND
- Gimnasio Liceo Municipal
- Multicancha Liceo Municipal
- Estadio Maine
- Gimnasio Escuela San Andrés

Medios de comunicación

- Radio Sur FM Fresia, 107.5 FM
- Radio San Gabriel, 96.3 FM
- Radio Azúcar, 94.7 FM
- Nuevo Amanecer, 93.3
- Fresia Ahora
- Fresia TV

Se levantó un catastro del equipamiento de la comuna con registro fotográfico, dirección y georreferenciación, que complementa información de: servicios municipales y públicos, otros servicios, banco - caja vecina, seguridad y rescate, salud y urgencia, apoyo automotor, Minimarket, comunicaciones, transportes, deportes, servicios funerarios, establecimientos educacionales, servicios religiosos, esparcimiento, sedes sociales, supermercados, mercados, almacenes, otro comercio.



Complejo Intercultural, Las Beatas

El Complejo Intercultural es valorado y reconocido por la comunidad fresiana, siendo destacado por algunos actores relevantes como un centro con valor de atractivo turístico.



Municipalidad

Edificio de la Municipalidad de Fresia, inaugurado el año 2012.



Plaza de Armas de Fresia

Detalle de escultura en madera "El Lechero".

Atractivos turísticos

El Registro de Atractivos Turísticos de Sernatur 2020 identifica al río Llico como sitio natural de la comuna de Fresia. Por su parte, el SiT Rural del Ciren,^[28] reconoce como atractivos turísticos naturales de la comuna de Fresia al río Llico, los bosques nativos, la laguna de Las Ortigas y la playa de Llico Bajo, no obstante, esta última pertenece a la comuna de Los Muermos.

Como parte del levantamiento de información turística comunal, se identificaron en terreno y fueron reconocidos como tales por los actores clave, aquellos elementos patrimoniales que son o podrían llegar a ser atractivos turísticos, con una adecuada puesta en valor. Los recursos turísticos se evaluaron en base a la metodología OEA -CICATUR del Inventario del Patrimonio Turístico Comunal.

Fiestas costumbristas

De las fiestas costumbristas se evaluaron dos: la Semana Tegualdina y la Semana Fresiana, ambas de jerarquía local. Se trata de una actividad local que combina manifestaciones culturales típicas de la zona como comida, artesanía y juegos, y festival de música folclórica, ranchera y popular.

Complejo Intercultural de Fresia

Inaugurado en 2017, pensado para el encuentro cultural, a través de actividades ligadas al patrimonio cultural e identitario. De jerarquía regional. Construido en arquitectura tradicional mapuche, con intervención de arquitectura moderna en madera, ruka tradicional y espacios de celebración y conmemoración, con esculturas chemamüll y simbología propia de la cultura.

Monumento Batalla de El Toro

Monumento inaugurado en 1983, en conmemoración a la contienda denominada Batalla de El Toro, momento en que se consolida la independencia nacional por la expulsión y derrota definitiva de las tropas Realistas fieles al rey de España. Se localiza en el sector de Polizones. De jerarquía regional.

Río Llico

De jerarquía regional, es un río de régimen pluvial, por lo que su mayor caudal es en invierno. Navegable por embarcaciones pequeñas durante todo el año, en particular en los últimos kilómetros cercanos a su desembocadura. Prestadores de servicios turísticos ofrecen en sus aguas paseos fluviales, camping y alimentación.

Punta Capitanes

Sector costero, de gran belleza escénica y recursos naturales apenas intervenidos, aunque de compleja accesibilidad, posiblemente apta para actividades de turismo aventura de dificultad alta. De jerarquía regional. Como parte del levantamiento de la planta turística, se planificó un viaje de reconocimiento que se realizó durante los días 16 al 18 de octubre, bajo la guía de los Encargados de Turismo y Medioambiente de la Municipalidad de Fresia. El detalle se presenta en el ANEXO. Punta Capitanes.

Laguna Las Ortigas o Ñapeco

De jerarquía local, se localiza en el sector de Ñapeco. Destaca por su vegetación y aves migratorias y locales que la habitan, y también por la leyenda local en la que se denomina laguna Encantada.

Bosques nativos

El bosque nativo característico del territorio, de jerarquía regional, corresponde al denominado bosque siempre verde, con numerosas especies arbóreas nativas, es también hábitat de una variada fauna de mamíferos y aves. La forma más accesible de disfrutar estos ecosistemas es recorriendo los diversos senderos que son ofrecidos por prestadores de servicios turísticos.



Laguna Las Ortigas o Ñapeco

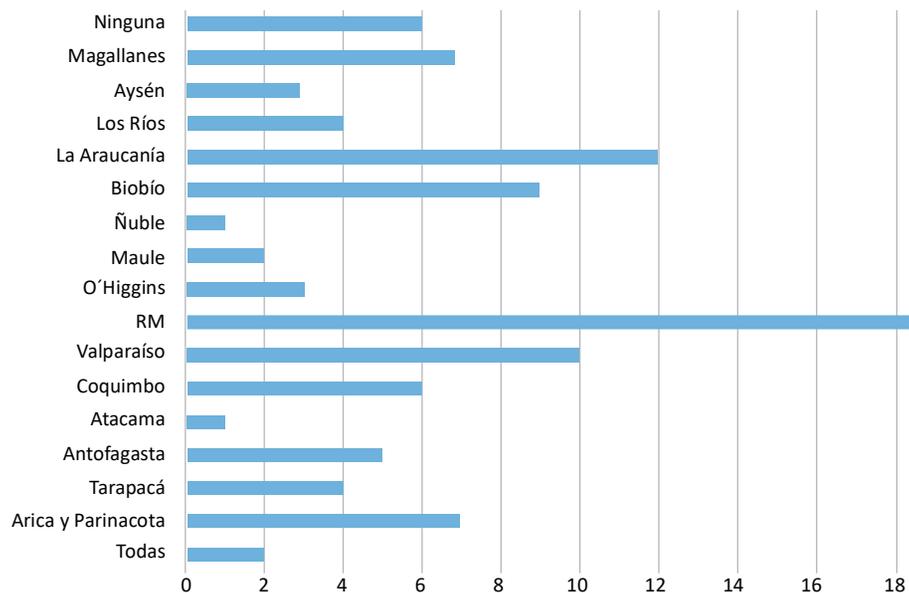


Gráfico 11. Origen de clientes. Nacional.

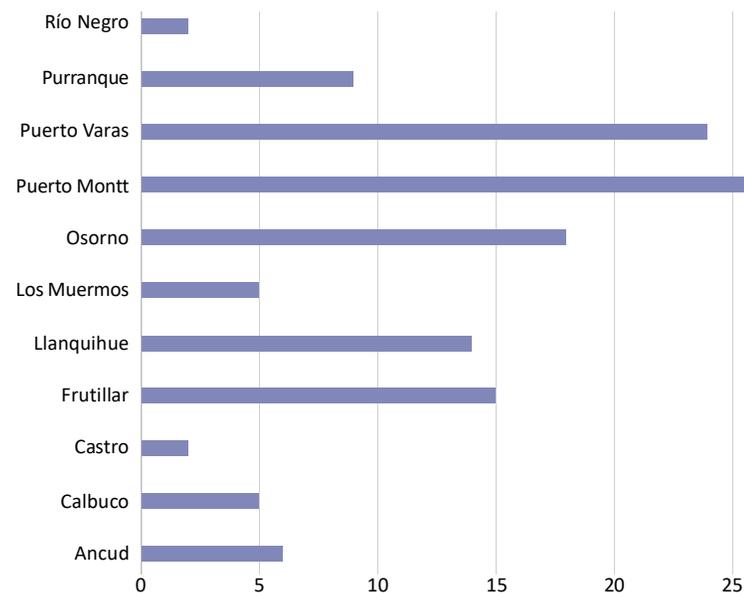


Gráfico 12. Origen de clientes. Regional.

Demanda turística

El análisis de la demanda se hizo en base a la información proporcionada por los propios prestadores de servicios, los que mayoritariamente no llevan registro del movimiento de turistas que reciben. No obstante, tienen el suficiente conocimiento de su negocio como para que esta información sea válida de manera referencial, aunque debe complementarse a futuro con estudios de demanda.

Los clientes que reciben los emprendedores turísticos son principalmente de la misma comuna (43%), aunque en los meses de verano aumenta la proporción de clientes de la región (41%) y el país (14%). El origen de los clientes nacionales es principalmente de las regiones Metropolitana, La Araucanía, Valparaíso y Biobío (Gráfico 11).

De la Región, provienen principalmente de Puerto Montt, Puerto Varas, Frutillar y Llanquihue (Gráfico 12).

Cuando se consultó a los prestadores de servicios turísticos sobre el origen de sus clientes internacionales, fueron mencionados los siguientes países de origen: Argentina (14 menciones), Brasil (9), Alemania y EEUU (4). Nueve prestadores manifestaron no haber recibido clientes internacionales.

El tipo de clientes es variado, pero predominan las familias (37%) y los jóvenes y adultos jóvenes (33%).

Finalmente, en cuanto a los sistemas de pago que aceptan los emprendedores, predominan el pago en efectivo (36 de 38) y la transferencia en la

misma proporción. En una proporción menor le sigue el sistema de pago con tarjetas (Gráfico 13).

Los servicios turísticos son demandados principalmente por la comunidad local, excepto en temporada alta que son visitados principalmente por turistas de la Región de Los Lagos. Como se ha mencionado, no existe registro de los clientes de los diversos establecimientos, esto debido principalmente a la informalidad de los emprendimientos, aunque estimaciones de los propios prestadores sitúan la demanda en el rango de 50 – 120 personas por mes en temporada alta. En este rubro concentra mayor demanda la Casa del Duende, con estimaciones de 100 personas diarias los fines de semana, también en temporada alta.

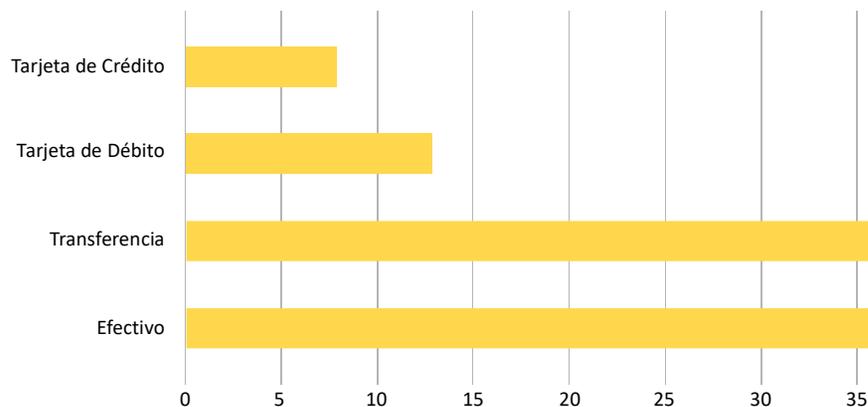


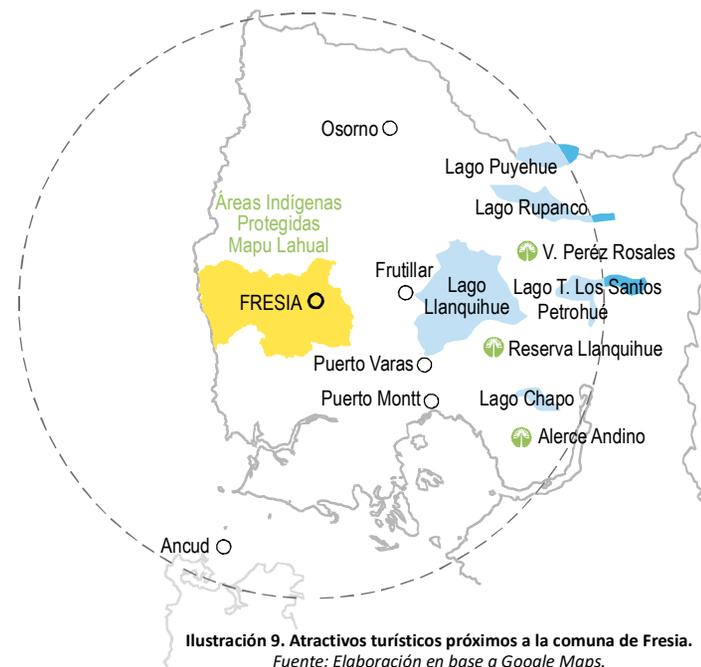
Gráfico 13. Sistema de pago.

En alimentación, la demanda es variada, y para temporada alta las estimaciones van desde 250 personas por mes, en restaurante de Tegalda, con clientes solo locales, hasta 360 personas por mes en restaurante de Fresia, con un 60% de turistas. Los establecimientos de alojamiento reciben desde 15 hasta 120 pasajeros en la temporada alta, todos turistas nacionales. Los campings reciben hasta 200 - 300 personas, principalmente locales. En Llico Bajo se estima que el 80% de los turistas proviene de Puerto Montt.

La demanda para los servicios turísticos aún debe consolidarse, pues pocos emprendedores logran completar su capacidad de oferta, especialmente los del

rubro alojamiento. Emprendimientos innovadores como las cafeterías, combinan su oferta con pedidos para eventos para compensar la demanda en local y solo 3 emprendedoras que ofertan productos complementarios como artesanía, mermeladas o miel, tienen una demanda mayor al ofertar sus productos por internet y en puntos de venta en la Región Metropolitana y Puerto Varas.

La comuna aún no es considerada una alternativa turística de primera alternativa para los visitantes nacionales ni regionales, muchos de los cuales llegan a la comuna por visitas a familiares o por situaciones no planificadas, por ejemplo sobredemanda en destinos como Frutillar.

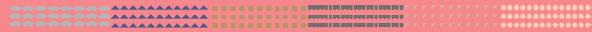


No obstante lo anterior, la cercanía de la comuna a destinos turísticos consolidados como Frutillar, y Puerto Varas, y a una urbe importante como Puerto Montt, resulta un activo del territorio, por cuanto permitiría atraer turistas que viajan rumbo a esos destinos, mediante estrategias que contemplen complementariedad y cooperación con otros agentes turísticos y con redes de prestadores de servicios turísticos.

Desde una perspectiva regional, la Ilustración 9 muestra en forma esquemática la ubicación de atractivos turísticos regionales en torno a un radio de 100 kilómetros desde la comuna de Fresia.



Capítulo 5



Normativa e Institucionalidad

MARCO NORMATIVO DEL TURISMO EN CHILE

La actividad turística se rige por la Ley 20.423, Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo, promulgada en 2010 y convierte esta actividad en un eje estratégico de desarrollo para el país, por la cual el Ministerio de Economía recibe una nueva denominación, como Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

La ley 20.423 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. Para ello la ley define, entre otros temas, que debe implementarse una política nacional de turismo y crea la Subsecretaría de Turismo que le corresponderá la coordinación de los servicios públicos del sector.

“La misión de la Subsecretaría de Turismo es fomentar y promover el desarrollo sustentable de la actividad turística en nuestro país mediante la definición y coordinación de políticas públicas en materias de turismo, la articulación de los actores públicos y privados del sector, y la consolidación del sistema institucional para el turismo, con el fin de mejorar la calidad de vida de los chilenos y chilenas. (Subturismo.gob.cl)

Reglamentos y ley dictados en virtud de la Ley 20.423

Decreto N° 200. Reglamento del Consejo Consultivo de Promoción Turística. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010). El Consejo tiene como objeto asesorar y colaborar en la formulación de la Política Nacional de Promoción del Turismo, tanto a nivel nacional como internacional.

Decreto N° 50. Reglamento que fija procedimiento para otorgamiento de concesiones turísticas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE). Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2012). Estas áreas son determinadas de acuerdo a su definición por CONAF para poder ser incorporadas al desarrollo turístico. Las concesiones y actividades posibles de realizar en estas áreas deben asegurar la diversidad biológica, la preservación de la naturaleza y conservación del patrimonio ambiental.

Decreto N° 30. Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT). Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2016). Las ZOIT son territorios con potenciales atractivos turísticos, que requieran conservación y busquen promover las inversiones del sector privado. Las zonas declaradas de interés turístico deben hacer entrega de informe al Servicio Nacional de Turismo.

Ley 20.918. Adapta normas laborales al rubro del turismo (2016). Aunque todos los trabajadores se rigen por el Código del Trabajo, existen algunas excepciones a la regla para trabajadores del turismo, por ejemplo en relación a jornadas de trabajo, feriados y propinas.

Decreto N° 19. Reglamento para aplicación del sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2019). El reglamento comprende el registro, clasificación y calificación de los prestadores de servicios turísticos además del cumplimiento de criterios de calidad y estándares de seguridad, incorporando el otorgamiento y uso del Sello de Calidad Turística. Los prestadores de servicios turísticos de cualquier sector deben inscribirse en el registro que será de carácter público. El Sello de Calidad Turística permitirá al prestador ser incorporado en estrategias promocionales públicas. Sernatur podrá retirar, suspender o prohibir su uso a los prestadores que hagan uso indebido del sello.



Institucionalidad de apoyo de la actividad turística

Las instituciones públicas directamente relacionadas con el fomento de la actividad turística en el país, dependen del Ministerio de Economía Fomento y Turismo.

Servicio Nacional de Turismo (1975). Encargado de promover y difundir el desarrollo del turismo en Chile, “impulsando a través de políticas y programas de Gobierno, destinos y atractivos turísticos nacionales dentro y fuera del país, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural de Chile” (Sernatur.cl).

Subsecretaría de Turismo (2011). Su misión es elaborar planes, programas y proyectos para el fomento, promoción y desarrollo del turismo del país.

SERNATUR



El Traiguén

Las principales **instituciones privadas** en tanto que participan e influyen en el desarrollo turístico nacional son:

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile – CNC. Fundada en 1925 como Cámara Central de Comercio de Chile, incorpora en 1991 el área turismo. Pretende ser una federación gremial referente a nivel nacional e internacional, con el objetivo de representar al comercio, servicios y turismo de Chile mediante la colaboración y participación del mundo público-privado para lograr el óptimo desarrollo del país.

Asociación Chilena de Turismo Rural - ACHITUR (2004). Su interés es promover el desarrollo del turismo en las zonas rurales del país. Está conformada por empresas que ofrecen servicios de alojamiento, alimentación

y actividades adicionales. Sus asociados conforman un alto porcentaje del universo de proyectos de Turismo Rural vinculados a INDAP.

Fundación Sendero de Chile (2009). Institución sin fines de lucro creada para continuar liderando la implementación del programa público de educación ambiental y ecoturismo “Sendero de Chile”, hasta entonces ejecutado directamente por la Comisión Nacional de Medio Ambiente, desde el año 2001.

Federación de Empresas de Turismo de Chile - FEDETUR (2009). Ente gremial que busca representar al sector turístico privado para trabajar junto al Estado las políticas públicas, leyes y otras acciones que permitan desarrollar todo el potencial del turismo en Chile.





Productos de Prestadores de Servicios Turísticos (PST) de Fresia

Otros organismos públicos influyen directa o indirectamente en el desarrollo turístico nacional, a través de sus programas (acciones) y políticas (competencias). Las siguientes instituciones, por orden alfabético, son parte del área de trabajo del turismo.

Conadi. Corporación Nacional de Desarrollo Indígena. Su misión es “Promover, coordinar y ejecutar la acción del Estado en favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas, especialmente en lo económico, social y cultural y de impulsar su participación en la vida nacional, a través de la coordinación intersectorial, el financiamiento de iniciativas de inversión y la prestación de servicios a usuarios y usuarias”. (Conadi.gob.cl).

Conaf. Corporación Nacional Forestal. Su misión es “contribuir al desarrollo del país a través del manejo sostenible de los ecosistemas forestales y de los componentes de la naturaleza asociados a éstos, la que se alcanzará mediante el fomento, el establecimiento, restauración y manejo de

los bosques y formaciones xerofíticas; el aumento del arbolado urbano; la mitigación y adaptación de los efectos del cambio climático; la fiscalización de la legislación forestal y ambiental; y la protección de los recursos vegetacionales y la administración de las Áreas Silvestres Protegidas del Estado, para las actuales y futuras generaciones”. (Conaf.cl).

CMN. Consejo de Monumentos Nacionales. Su misión es “Ejercer la protección y tuición del patrimonio cultural y natural de carácter monumental, velando por su identificación, protección oficial, supervisión, conservación y puesta en valor, potenciando su aporte a la identidad y al desarrollo humano”. (Monumentos.gob.cl).

Corfo. Corporación de Fomento de la Producción. Tiene como misión “Mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, fortaleciendo, además, el capital humano y las capacidades tecnológicas para alcanzar el desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado”. (Corfo.cl).

Fosis. Fondo de Solidaridad e Inversión Social. Es un servicio del Gobierno de Chile que tiene como misión “Contribuir a la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social de personas, familias y comunidades”. (Fosis.gob.cl).

Indap. Instituto de Desarrollo Agropecuario. Su objetivo es “Promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos”. Desarrolla un programa de Turismo Rural “destinado a apoyar a los pequeños agricultores y sus familias que ofrezcan servicios de turismo rural, como complemento de su trabajo silvoagropecuario, ya sea en el campo y/o en lugares conexos”. (Indap.cl).

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. A cargo del “diseño, formulación e implementación de políticas, planes y programas que contribuyan al desarrollo cultural y patrimonial de manera armónica y equitativa en todo el territorio nacional”. Regido por los principios de “Diversidad Cultural, Democracia y participación, reconocimiento cultural de los pueblos indígenas, respeto a la libertad de creación y valoración social de creadores y cultores, además del reconocimiento a las culturas territoriales, el respeto a los derechos de cultores y creadores, y la memoria histórica”. (Cultura.gob.cl).

Ministerio de Obras Públicas. Su misión: “Recuperar, fortalecer y avanzar en la provisión y gestión de obras y servicios de infraestructura para la conectividad, la protección del territorio y las personas, la edificación pública y el aprovechamiento óptimo de los recursos hídricos; asegurando

la provisión y cuidado de los recursos hídricos y del medio ambiente, para contribuir en el desarrollo económico, social y cultural, promoviendo la equidad, calidad de vida e igualdad de oportunidades de las personas.” (Mop.gob.cl).

Pro Chile. Institución del Ministerio de Relaciones Exteriores “encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas”. (Prochile.gob.cl).

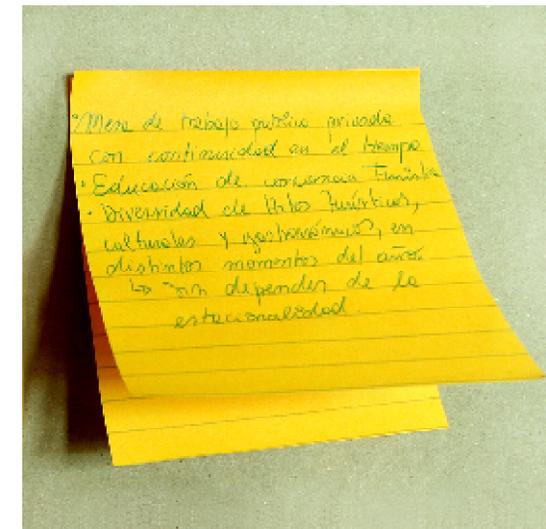
Sercotec. El Servicio de Cooperación Técnica es una corporación de derecho privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dedicada a “apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile y los chilenos. Atendemos a pequeños empresarios y empresarias que enfrentan el desafío de actuar con éxito en los mercados, así como a los emprendedores y emprendedoras que buscan concretar sus proyectos de negocio”. (Sercotec.cl).

Sernac. El Servicio Nacional del Consumidor es una agencia del Estado de Chile, encargada de velar por la protección de los derechos de los consumidores, establecidos en la Ley N° 19.496, y cuya misión es “Informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el cumplimiento

de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas”. (Sernac.cl).

Sernapesca. El Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura es una entidad dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuya misión es “contribuir a la sustentabilidad del sector y a la protección de los recursos hidrobiológicos y su medio ambiente, a través de una fiscalización integral y gestión sanitaria que influye en el comportamiento sectorial promoviendo el cumplimiento de las normas”. Dentro de sus funciones se encuentra que debe normar, fiscalizar y otorgar permisos de pesca recreativa. (Sernapesca.cl).

Taller Participativo. 10.10.2023





Sistemas de certificación

El sistema de certificación analizado corresponde al establecido por Sernatur, enfocado solo a prestaciones formalizadas, de acuerdo a información publicada en el sitio web del Servicio. Vale decir que si un emprendimiento turístico aspira a ser parte del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de Sernatur necesariamente debe cumplir varios requisitos, uno de ellos es tener patente municipal, y dependiendo del tipo de servicio ofertado, la autorización sanitaria, por ejemplo para restaurantes.

A grandes rasgos, los primeros pasos para obtener una certificación comienzan con la solicitud de Inicio de Actividades en el Servicio de Impuestos Internos, que independientemente de la figura a emplear, necesariamente debe contar o acreditar una dirección comercial. Luego es necesario obtener la patente comercial en el respectivo municipio y los permisos necesarios dependiendo de la actividad que se realizará. Sin embargo, con la patente comercial ya es posible comenzar el proceso en línea (gratuito), para obtener el Sello R del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos.

Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos. El *Sello R* es el distintivo que Sernatur entrega a los y las prestadores de servicios turísticos registrados con el fin de visibilizar la oferta formal del país. El registro es obligatorio para servicios de alojamiento turístico y actividades de turismo aventura.

Sello de Calidad Turística. *Sello Q*, distintivo entregado por Sernatur a los y las prestadores de servicios turísticos que han implementado conforme alguna de las 49 normas técnicas certificables de calidad turística, las que se dividen en tres grandes áreas: Alojamiento Turístico, Agencias de Viaje y Tour Operadores, y Guías de Turismo.

Distinción Turismo Sustentable (Sernatur). *Sello S*, que garantiza que el servicio turístico cumple con criterios globales de sustentabilidad turística, en los ámbitos socio-cultural, medioambientales y económicos. Aplica solo para servicios de alojamientos turísticos, tour operadores y agencias de viaje. Certificación reconocida internacionalmente por el Consejo Global de Turismo Sustentable (GSTC, por sus siglas en inglés).

Compromiso de Turismo Sustentable (o de buenas prácticas) - Sernatur. Es “un reconocimiento inicial gratuito para aquellos prestadores que decidan comenzar su camino hacia la sustentabilidad a través de la incorporación de buenas prácticas a nivel interno y externo a su servicio”. No es certificable sino un paso intermedio conducente a la obtención del Sello S.

Sello Manos Campesinas. (Apoyado por Indap). Sistema de acreditación que respalda atributos de productos y servicios generados por pequeños productores. El instrumento busca destacar y visibilizar los productos de la Agricultura Familiar Campesina (AFC), garantizando estándares de calidad, producción e inocuidad.

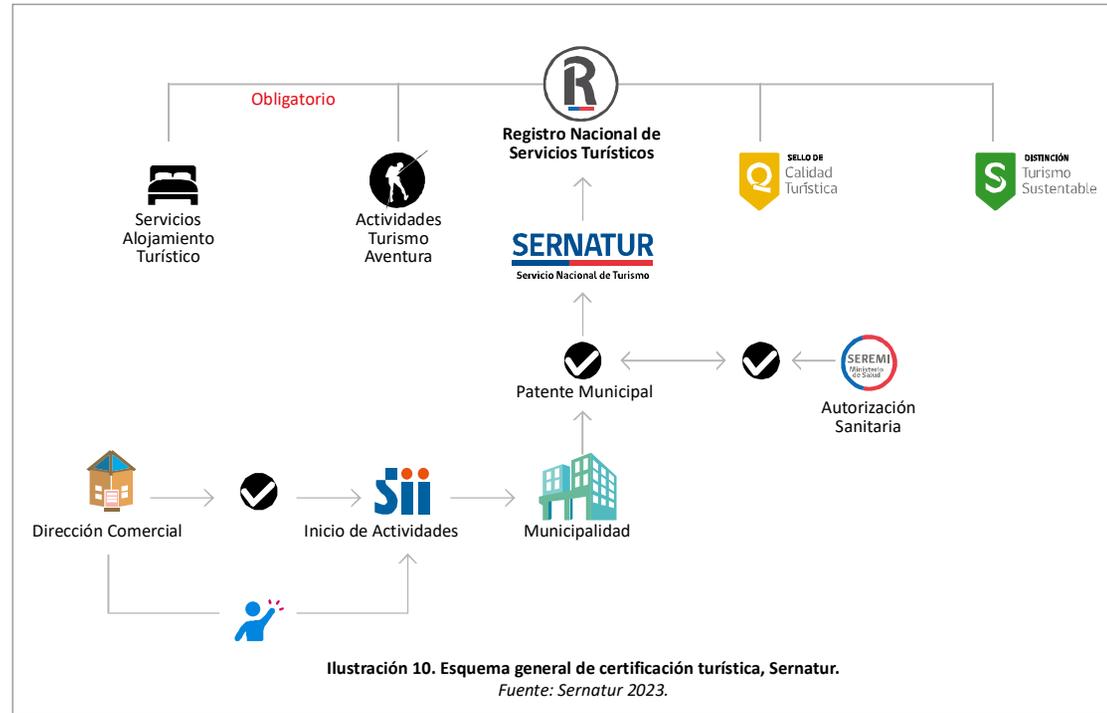


Instrumentos de planificación

La revisión de instrumentos en diferentes niveles de la planificación ante la generación de un instrumento nuevo o para la actualización de un instrumento en vigencia, tiene por objeto la coherencia en la planificación desde el gobierno local con las administraciones regionales y nacionales, y también con la normativa sectorial, en este caso la aplicable al turismo. Los instrumentos de planificación revisados y analizados para este estudio fueron:

- Plan Regulador Comunal de Fresia Región de Los Lagos. Memoria Explicativa. Marzo 2019.
- Actualización Plan de Desarrollo Comunal. PLADECO Fresia 2019 - 2026.
- Plan Municipal de Cultura Fresia 2022 - 2026.
- Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos. 2015.
- Plan de Acción. Región de Los Lagos. Sector Turismo. 2014-2018.
- Política Nacional de Turismo. 2005.
- Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. 2010.
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. 2015.
- Estrategia Nacional de Turismo 2030.

De estos instrumentos se recopiló información, se analizaron ejes estratégicos y planes de acción, así como la visión o imagen objetivo, sirviendo como parámetro base, para las actividades participativas de formulación de las definiciones estratégicas, del presente plan.



Región de Los Lagos

Desde una estrategia de innovación, la Región ha sido declarada como “Territorio de Potencia Alimentaria y Turística Sustentable” que implica la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo del turismo sustentable, resguardando la identidad turística local. (Plan de Acción Región de Los Lagos. Sector Turismo 2014-2018. Sernatur).

Los Lagos es la cuarta región en superficie del país, que integra una gran riqueza en recursos naturales, paisajísticos, culturales con variadas identidades locales. La región

cuenta con un importante acervo cultural y patrimonial como resultante de su historia milenaria, destacando:

- Iglesias de Chiloé. Patrimonio de la Humanidad.
- Yacimientos arqueológicos y paleontológicos de Monte Verde y Pilauco, asentamientos humanos datados como los más antiguos de América.
- La arquitectura, gastronomía y costumbres heredadas de las culturas española, chilota, williche y alemana, y sus particulares combinaciones.

La importancia de la cultura de la región se resalta en la Política Regional de Turismo 2015-2025.

“Esta cultura regional tiene también manifestaciones populares renombradas como las fiestas costumbristas y religiosas que se celebran en diversos puntos de la región y que constituyen un atractivo singular, junto con el reconocimiento de una gastronomía propia certificada con el sello SIPAM o diversos sellos de origen y la artesanía”. (Política Regional de Turismo 2015-2025. GORE Los Lagos).

El Plan de Acción Región de Los Lagos, en base a sus atractivos y riqueza culturales, definió como imagen objetivo un “Turismo de Naturaleza con condiciones propicias para desarrollar un Turismo de Intereses Especiales, TIE”.

La vigente Política Regional de Turismo de la región considera 6 ejes estratégicos de acción, bajo una perspectiva de sustentabilidad. Estos ejes están interrelacionados como un proceso para transformar los atractivos regionales en productos competitivos en los mercados turísticos nacionales e internacionales: Capital Humano, Cultura y Patrimonio, Destinos Turísticos, Medio Ambiente, Promoción y Gobernanza, como muestra la siguiente ilustración.

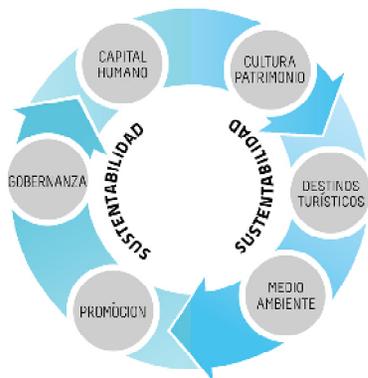
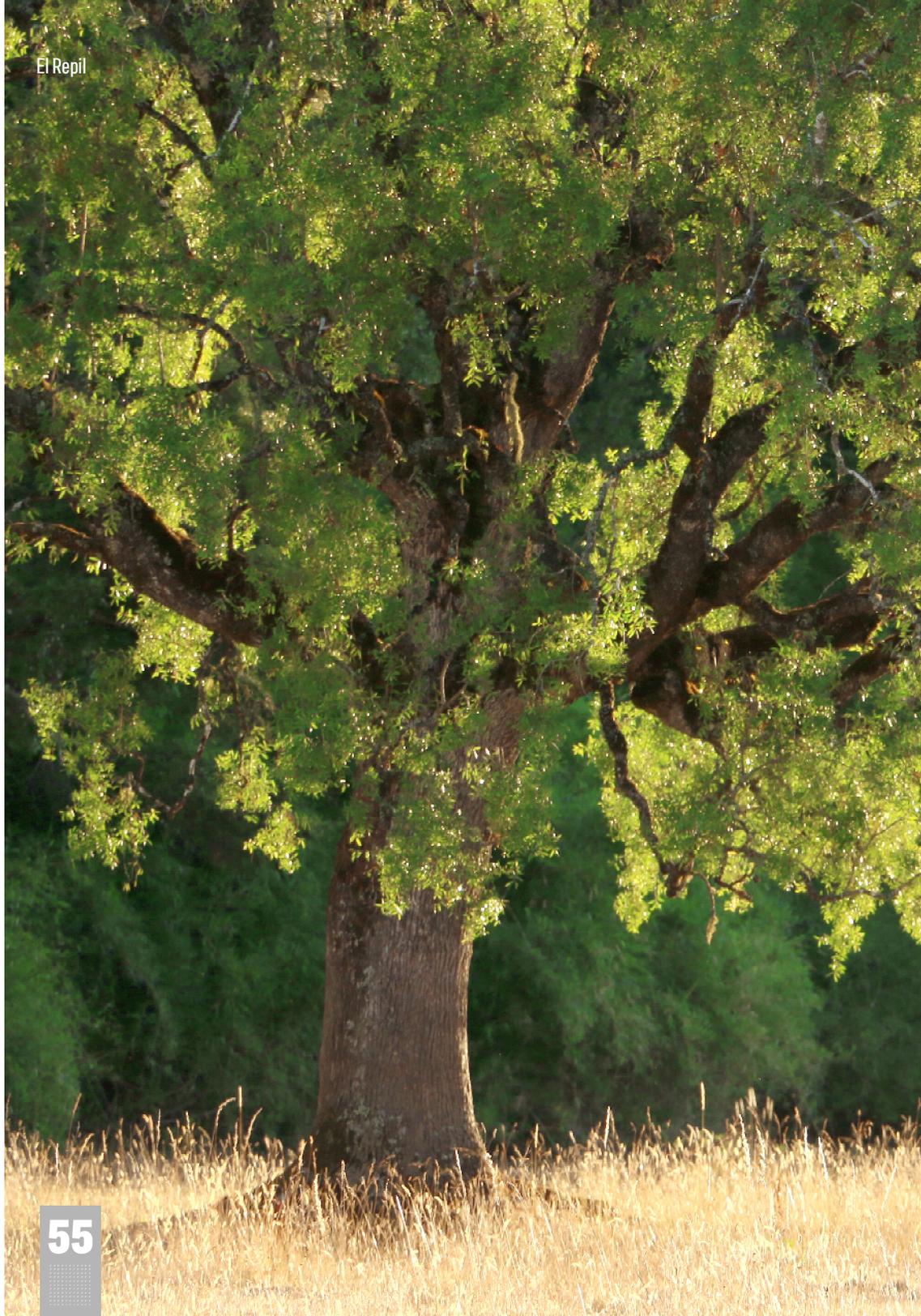


Ilustración 11. Ejes estratégicos de desarrollo turístico, Región de Los Lagos.
Fuente: Política Regional de Turismo 2015-2025. GORE Los Lagos.



Ordenamiento territorial

La Constitución señala en su artículo 3º, que "La administración del Estado será funcional y territorialmente descentralizada, o desconcentrada en su caso, de conformidad a la ley". Agrega dicha norma que "Los órganos del Estado promoverán el fortalecimiento de la regionalización del país y el desarrollo equitativo y solidario entre las regiones, provincias y comunas del territorio nacional". **La Ley 20.390, Reforma la Constitución Política del Estado, en materia de gobierno y administración regional**, publicada en 2009, permite mayores atribuciones y responsabilidades a las regiones.

En el año 2021, se publica el Decreto 469 que aprueba la **Política Nacional de Ordenamiento Territorial (PNOT)** con vistas a orientar la acción del Estado, los actores privados y la sociedad civil hacia "la configuración de un territorio armónico, integrado, seguro e inclusivo en su diversa y amplia geografía, y además, impulsar un proceso de desarrollo sustentable que integre las dimensiones sociales, económicas y ambientales, con identidad territorial". En la práctica, el sistema de ordenamiento territorial establece visiones a los territorios, asignándole usos generales o específicos en relación a la población, centros urbanos, actividades económicas, medioambiente y otros temas relacionados. La base normativa es un conjunto de leyes, reglamentos, planes, instrumentos y normativas que constituyen un marco de acción que orienta la actividad del Estado en relación con los ciudadanos, las entidades privadas y también entre diferentes entidades públicas.

En Chile no existe un solo organismo de planificación que esté a cargo del ordenamiento territorial, sino que es llevado a la práctica por distintas instituciones públicas, desde ministerios a municipalidades, que ejercen atribuciones específicas, utilizando diferentes instrumentos de planificación, en base a la división política del país en unidades territoriales: nación, regiones, intercomunas y comunas.

Legislación relacionada con el ordenamiento territorial

ey N°18.362, crea un **Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado** – SNASPE (1984). En 2023 se aprobó la Ley N°21.600 que crea el **Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas (SBAP)**, que se levanta sobre cuatro pilares: 1) Un servicio público robusto que se encarga de la protección de la biodiversidad. 2) Termina con la dispersión institucional de las áreas protegidas. 3) Dota al país de instrumentos de gestión para la conservación de la biodiversidad en todo el territorio nacional. 4) Fortalece la normativa y otorga un financiamiento robusto y eficiente para la conservación. (Paiscircular.cl. 14.06.2023)

Ley 20.249, crea el **Espacio Costero Marino de los Pueblos Originarios - ECMPO** (2008), que tiene por objeto entregar una herramienta legal a los pueblos indígenas que les permita solicitar al Estado la administración de dichos espacios en base al uso consuetudinario.

Ley N° 20.500 sobre **Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública** (2011), que permite la creación de los Consejos Comunales de la Sociedad Civil, los cuales tienen un carácter consultivo y pueden apoyar el cumplir con el objetivo de incidir en el diseño, ejecución y evaluación de las políticas públicas comunales, sectoriales y en la propia gestión del municipio.

Decreto N°30 del **Ministerio de Economía, Fomento y Turismo**, del año 2016. Reglamento que fija el procedimiento y condiciones para la declaración y evaluación de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT), conforme a Ley N° 20.423 del sistema institucional para el desarrollo del turismo.

Consultorio Rural Tegualda



Instrumentos de ordenamiento territorial

Estrategia Regional de Desarrollo (ERD).

Documento elaborado en cada región por los respectivos Gobiernos Regionales que tienen por objetivo orientar las políticas públicas elaborando una visión del territorio, incorporando planes de acción en áreas definidas como prioritarias, con vista a alcanzar mejores niveles de desarrollo.

Plan Regional de Ordenamiento Territorial (PROT).

La Ley de Fortalecimiento de la Regionalización del País (Ley N°21.074/2018), señala que este instrumento orienta la utilización del territorio de cada región para lograr su desarrollo sustentable a través de lineamientos estratégicos. En el caso de la región “el PROT de Los Lagos, se podrá elaborar y entrar en vigencia, una vez ajustado su diagnóstico a la situación actual e incorporados los lineamientos definidos en esta ERD” (ERD Los Lagos 2030).

Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO).

Instrumento mínimo de gestión municipal que los municipios deben disponer de acuerdo a la **Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades** (Ley N°18.695/2018). El Pladeco orienta el desarrollo de la comuna, tiene una duración mínima de cuatro años y debe ser aprobado por el Concejo Municipal.

Planes Reguladores Comunales (PRC).

Instrumento normativo, que ordena las actividades que se desarrollan en una comuna, regulando su desarrollo a través de un conjunto de normas sobre los espacios

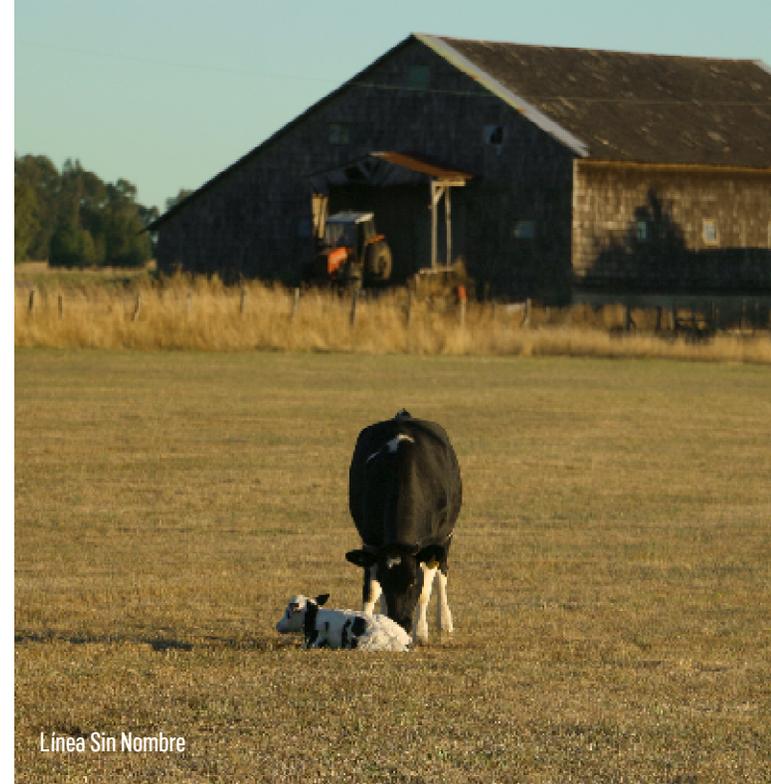
urbanos y sus edificaciones. El PCR establece zonificaciones, densidad habitacional, uso y ocupación del suelo, fijación de límites urbanos, entre otros. También establece criterios para la expansión urbana, por ejemplo la disponibilidad de energía, redes sanitarias, servicios y otros aspectos urbanísticos.

Mecanismos de Participación Ciudadana.

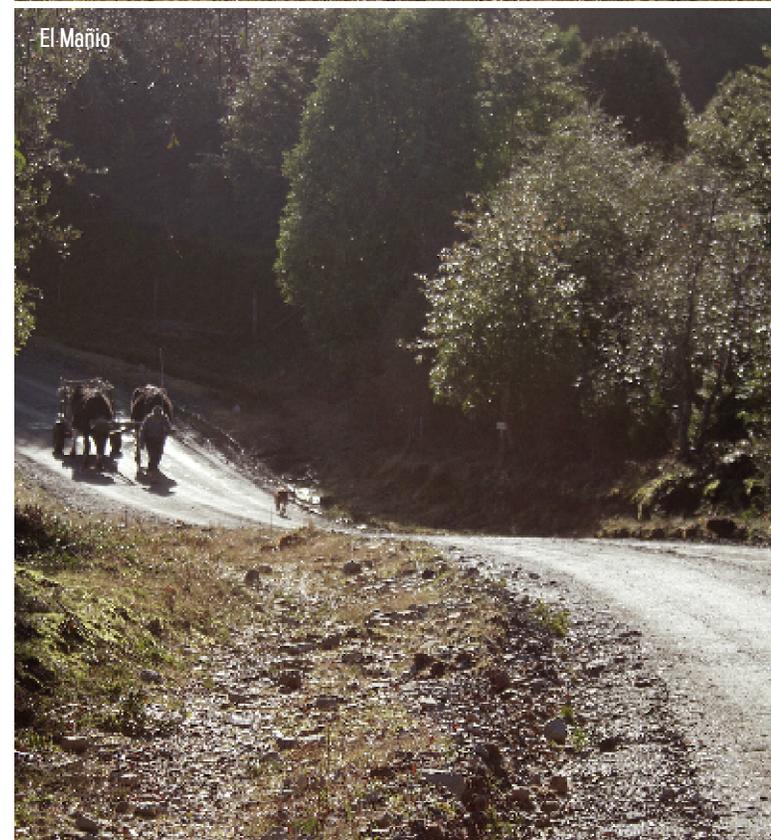
Los procesos participativos constituyen mecanismos para poder opinar e incidir en el ordenamiento territorial, generalmente a través de talleres de participación ciudadana, consulta indígena, evaluación ambiental y otras.

Como se desprende de la revisión bibliográfica, Chile dispone de diferentes mecanismos y herramientas de planificación, además de procesos participativos que permiten a la ciudadanía opinar, y en ciertos casos incidir sobre el ordenamiento del territorio.

La multiplicidad de áreas de trabajo hace que los instrumentos se superpongan, o en ciertos casos coexisten planes con otros de diferentes ámbitos que tienen versiones desactualizadas. Sin embargo, la mayor falencia es que en ciertos casos las visiones y por ende las estrategias no estén en concordancias (no “dialogan”) entre diferentes planes, lo que conlleva en la práctica, contradicciones en su aplicación.



Linea Sin Nombre



El Mañío



Capítulo 6



Estrategia

ESTRATEGIA

La **Estrategia Nacional de Turismo 2030**, publicada por Sernatur (2022) posiciona el rol de las regiones en el desarrollo del turismo como “motor económico, social y cultural, con énfasis en lo local y en la contribución de un progreso sostenible y descentralizado”. La estrategia define cuatro pilares estratégicos 1) sustentabilidad, 2) innovación, 3) desarrollo regional, y 4) experiencia del turista en nuestro país como eje central, lo que muestra la Ilustración 12.

La visión expresada en la **Política de Turismo e Imagen de la Región de Los Lagos 2015-2025** señala: “Propiciar en el territorio milenario de la Región de Los Lagos un Turismo Sustentable basado en su naturaleza y legado histórico y cultural, que contribuya a fortalecer la identidad para el posicionamiento y la diferenciación de la Región a nivel nacional e internacional, al bienestar de sus habitantes y a la cohesión regional.”

ESTRATEGIA PLADETUR FRESIA 2027

Componentes

La estrategia se determinó en conjunto con emprendedores y actores clave, además del estudio y diagnóstico de la comuna, del estado del arte nacional y de las tendencias actuales del turismo.

La estrategia fue definida desde la imagen objetivo, obtenida participativamente para el territorio y es el instrumento de navegación para el desarrollo del turismo en la Comuna de Fresia. Esta se lleva a la práctica a través de un Plan de Acción que busca alcanzar la imagen objetivo o visión a “ayudar, a través del turismo, a alcanzar un desarrollo local equilibrado, participativo e inclusivo.”

El plan de acción incorpora programas, estudios, proyectos e iniciativas a cumplir por diferentes actores, en plazos de tiempo que comprenden los 4 años de esta planificación. Para cumplir las metas de este plan, se ha diseñado un modelo de gobernanza, además de un plan de seguimiento para el periodo de 4 años que corresponde a la ejecución del Pladetur, que culmina en 2027.



Ilustración 12.
Pilares estratégicos de la Estrategia Nacional de Turismo.
Fuente: Estrategia Nacional de Turismo 2030.

Imagen Objetivo (Visión)

La comuna de Fresia destaca por su gente acogedora, respetuosa, cariñosa, que trabaja y convive en comunidad, construyendo una sociedad segura, tranquila y familiar, que a su ritmo fresiano, da la bienvenida a los visitantes, a la magia sureña.

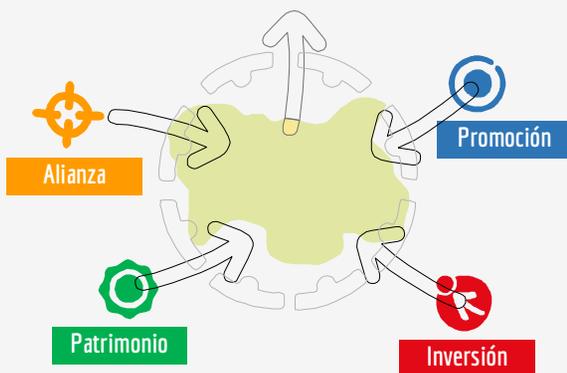
En su territorio conviven tanto la herencia cultural mapuche, alemana y chilota, como las tradiciones campesinas, el folklor popular, su naturaleza de campos cultivados, bosques, ríos y mar de costa brava.

Es una comunidad activa en el resguardo de sus tradiciones y costumbres diversas, así como de su patrimonio natural, que comprometida con sus raíces, mira hacia el futuro para desarrollar un turismo comunitario, identitario, ético, sustentable y digital.

Por ello mantiene y fortalece la relación público-privada, con continuidad en el tiempo, potenciando la asociatividad multirubros y la conciencia turística de sus ciudadanos, para ayudar, a través del turismo, a alcanzar un desarrollo local equilibrado, participativo e inclusivo.



“ayudar, a través del turismo, a alcanzar un desarrollo local equilibrado, participativo e inclusivo”



Ejes Estratégicos

Los ejes estratégicos estructurantes del Plan de Acción, en los que se desarrollan los objetivos estratégicos y alineados con la Política Regional de Turismo corresponden a:

Patrimonio

Conducente a poner en valor el patrimonio natural y social de la Comuna de Fresia con vistas a desarrollar un turismo familiar y comunitario, con foco en el mercado del Turismo de Intereses Especiales.

Alianza

Para ello, se busca que la comuna lidere una política de alianzas con las comunas adyacentes costeras, además de buscar asociatividad turística con las principales ciudades de la región y comunas cercanas de la cuenca del Lago Llanquihue.

Promoción

Promocionar y difundir la marca Fresia como un destino amable, mágico y acogedor.

Inversión

Apoyo y ejecución de proyectos e iniciativas a través de inversión pública más desarrollo de trabajo público-privado, para atraer inversión turística e incorporar el turismo al año 2027, como una actividad económica transversal en la comuna.

Plan de Acción

La implementación del Plan de Acción se inicia con la conformación del Comité Pladetur Fresia 2027, organismo encargado de la gestión y gobernanza del plan. La siguiente ilustración muestra en forma esquemática los ejes estratégicos, objetivos, líneas de acción y las **24 acciones consideradas** en el plan, que en las siguientes páginas se muestran con mayor detalle.

Ejes	Objetivo Estratégico	Líneas de Acción	ID/Acciones Estratégicas
Implementación Comité Pladetur Fresia 2027			
1 Patrimonio	Poner en valor el Patrimonio Natural y Cultural Identitario	Registro de Recursos Turísticos	1A. Producción de un catastro de recursos naturales y culturales de valor turístico
		Potenciamiento de Identidad TIE	1B. Implementación de un programa de conciencia ciudadana turística y ambiental 1C. Diseño de normativa comunal de estandarización de señalética y equipamiento con sello identitario
		Fortalecimiento Comunitario	1D. Registro de tradición identitaria de las comunidades de Fresia 1E. Inclusión de las Comunidades Indígenas en el desarrollo turístico identitario
		Construcción de Alianzas y Liderazgo	2A. Desarrollar alianza con comunas de "Costa Brava" - sub destino regional 2B. Liderar evento anual sub destino regional
		Fomento de la Asociatividad	2C. Acuerdos Públicos/Privados con comunas Cuenca Lago Llanquihue 2D. Acuerdos Público/Privado con entidades de Puerto Montt/Osorno
2 Alianza	Desarrollar alianzas turísticas estratégicas	Desarrollo de Sinergia Turística	2E. Fomentar el conocimiento territorial de y entre PST de la comuna 2F. Incorporar actividades tradicionales a la oferta turística 2G. Promover la generación de productos turísticos
		Fortalecimiento de la Marca Turística Fresia	3A. Adquisición de dominios y marcas relacionadas con Fresia 3B. Protocolo de uso institucional/privado de sellos y marcas Fresia
3 Promoción	Promocionar la Comuna de Fresia como alternativa turística (TIE)	Posicionamiento de la Comuna de Fresia	3C. Desarrollo de web turística identitaria Fresia 3D. Generación de contenidos turísticos locales
		Desarrollo del Capital Humano	4A. Capacitación Avanzada PST 4B. Implementación Programa Calidad Turística PST
4 Inversión	Ejecutar inversión turística	Implementación de Inversión Pública	4C. Construcción de ciclovías en la comuna 4D. Habilitación Museo Comunal Patrimonial Identitario 4E. Habilitación Oficina Información Turística 4F. Señalética y equipamiento comunal/regional 4G. Estudio caracterización de la demanda turística en la Comuna de Fresia
		Atracción de Inversión Privada	4H. Acuerdos de Cooperación público-privada para inversión turística en la comuna

Eje	Objetivos Estratégicos	Líneas de acción	ID/ Acciones Estratégicas	Ejecución	Verificadores/Resultados
1. PATRIMONIO	Poner en valor el Patrimonio Natural y Cultural Identitario	Registro de Recursos Turísticos	1A. Producción de un catastro de recursos naturales y culturales de valor turístico	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> ■ Catastro flora y fauna del territorio comunal. ■ Catastro de recursos culturales, tangibles e intangibles que alimente el relato identitario de la comuna. ■ Registro documental de los recursos catastrados. ■ Repositorio digital online del material catastrado.
		Potenciamiento de Identidad TIE	1B. Implementación de un programa de conciencia ciudadana turística y ambiental	2024-2027	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inversión municipal en sistemas de compostaje, reciclaje y clasificación de residuos. ■ Campañas semestrales de limpieza comunitarias. ■ Campañas de comunicación y concientización segmentadas por audiencias.
		Fortalecimiento Comunitario	<p>1C. Diseño de normativa comunal de estandarización de señalética y equipamiento con sello identitario</p> <hr/> <p>1D. Registro de tradición identitaria de las comunidades de Fresia</p> <hr/> <p>1E. Inclusión de las Comunidades Indígenas en el desarrollo turístico identitario</p>	<p>2024-2025</p> <hr/> <p>2024-2025</p> <hr/> <p>2024-2027</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ordenanzas Municipales actualizadas para estandarizar con sello identitario los elementos públicos y los que utilizan la vía pública. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ■ Relato histórico y guiones turísticos de la comuna desde diferentes fuentes y perspectivas. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ■ Oficina de Asuntos Indígenas integrada al Comité Pladetur Fresia 2027. ■ Contacto fluido con el Consejo de las Comunidades. ■ Talleres de trabajo con las comunidades incorporando compromisos en torno al turismo. ■ Protocolo general para la difusión y recibimiento de turistas en las comunidades. ■ Celebración del Día del Turismo Indígena realizada anualmente.

Eje	Objetivos Estratégicos	Líneas de acción	ID/ Acciones Estratégicas	Ejecución	Verificadores/Resultados
2. ALIANZA	Desarrollar alianzas turísticas estratégicas	Construcción de Alianzas y Liderazgo	2A. Alianzas con comunas de "Costa Brava" - sub destino regional	2024-2026	<ul style="list-style-type: none"> — Convenios de colaboración con las comunas de Los Muermos y Purranque. — Reuniones periódicas en torno al desarrollo del nuevo destino turístico. — Nuevo subdestino en la región reconocido en instancias gubernamentales. — Participación en torno a la elaboración de planes y estrategias de turismo en la región.
			2B. Liderar evento anual sub destino regional	2024-2027	<ul style="list-style-type: none"> — Encuentro anual sobre Turismo de Intereses Especiales en Fresia. — Encuentros para el desarrollo del turismo en la comuna con actores del turismo regional y nacional. — Actividades con los PST de la comuna y comunas aliadas, en torno al encuentro.
		Fomento de la Asociatividad	2C. Acuerdos Público/Privados con comunas Cuenca Llanquihue		<ul style="list-style-type: none"> — Acuerdos de colaboración en el desarrollo del turismo entre municipalidades de la cuenca del Lago Llanquihue. — Visitas de estudios y reuniones de trabajo entre PST de las diversas comunas. — Acciones de difusión de la oferta turística fresiana en ferias y eventos, particularmente en Puerto Varas.
			2D. Acuerdos Público/Privados con entidades de Puerto Montt y Osorno		<ul style="list-style-type: none"> — Acuerdos con instituciones de ambas ciudades con vista a potenciar la oferta turística de Fresia. — Acciones de difusión de la oferta turística de Fresia en Puerto Montt y Osorno.
		Desarrollo de Sinergia Turística	2E. Fomentar el conocimiento territorial de y entre PST de la comuna	2024-2026	<ul style="list-style-type: none"> — Viajes de estudio grupales anuales dentro de la comuna. — Viaje de estudio de los PST a otras comunas de la región o el país, anual.
			2F. Incorporar actividades tradicionales a la oferta turística.	2024-2026	<ul style="list-style-type: none"> — Programas Turismo Rural de Indap y Senderos en Bosques Nativos de Conaf ampliado a más usuarios comunales. — Acuerdos asociativos entre el mundo rural y los PST de la comuna.
2G. Promover la generación de productos turísticos	2024-2027		<ul style="list-style-type: none"> — Nuevos productos turísticos en la comuna (Ruta turística). 		

Eje	Objetivos Estratégicos	Líneas de acción	ID/ Acciones Estratégicas	Ejecución	Verificadores/Resultados
3. PROMOCIÓN	Promocionar la Comuna de Fresia como alternativa turística TIE	Fortalecimiento de la Marca Turística Fresia	3A. Adquisición de dominios y marcas relacionadas con Fresia	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> ■ Marca(s) turística comunal seleccionada. ■ Dominios web registrados. ■ Marca(s) registradas ante Inapi.
			3B. Protocolo de uso institucional/privado de sellos y marcas Fresia	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> ■ Imagen icónica que represente identitaria y turísticamente a la comuna. ■ Imagen icónica institucional/corporativa en uso en plataformas y diferentes soportes. ■ Protocolo de uso.
		Posicionamiento de la Comuna de Fresia	3C. Desarrollo de web turística identitaria Fresia	2024-2027 Ejecución Permanente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sitio web turístico de Fresia. ■ Protocolo de trabajo editorial.
			3D. Generación de contenidos turísticos locales	2024-2027 Ejecución Permanente	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bancos de contenidos digitales con acceso online compartido. ■ Contenidos turísticos e identitarios de la comuna. ■ Base de datos medios, periodistas y comunicadores de la región y el país para la difusión turística.



Eje	Objetivos Estratégicos	Líneas de acción	ID/ Acciones Estratégicas	Ejecución	Verificadores/Resultados
4. INVERSIÓN	Ejecutar inversión turística	Desarrollo del Capital Humano	4A. Capacitación Avanzada PST	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> ■ Emprendedores capacitados en el uso de internet aplicado al turismo. ■ Emprendedores capacitados en Plan de Negocios, Plan de Marketing y posicionamiento turístico. ■ Emprendedores capacitados en uso de programas de apoyo y herramientas digitales.
			4B. Implementación Programa Calidad Turística PST	2024-2026	<ul style="list-style-type: none"> ■ Avances del proceso de regularización en los emprendimientos turísticos. ■ Inscripción/actualización de PST en Registro R, guiados por Sernatur.
	Implementación de Inversión Pública	4C. Construcción de ciclovías en la comuna	2024-2026 2024-2027	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estudio de prefactibilidad, presupuestos y vías de financiamiento. ■ Construcción de tramos en el eje Parga-Fresia-Tegualda. 	
		4D. Habilitación Museo Comunal Patrimonial Identitario	2024-2027	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estudio de localización, prefactibilidad, presupuestos y vías de financiamiento. ■ Estudio de gerenciamiento pública. ■ Estudio de orientación museográfica del museo, política, colecciones y costos asociados. ■ Museo en funcionamiento. (2027) 	
4E. Habilitación de Oficina de Información Turística (OIT)		2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> ■ Oficina de información turística en funcionamiento. 		
			4F. Señalética y equipamiento turístico comunal/regional	2024-2026	<ul style="list-style-type: none"> ■ Imagen comunal identitaria, eslogan con manual de uso. Letreros / pórticos / monumentos instalados en puntos de ingreso/salida de la comuna. ■ Letreros de señalética regional con mención de Fresia. ■ Estacionamientos urbanos. Miradores turísticos. Baños públicos.
			4G. Estudio caracterización de la demanda turística en la Comuna de Fresia	2024-2025 2026-2027	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estudio de caracterización de turistas en la comuna temporada baja/temporada alta. ■ Taller presentación de los resultados del estudio actores turismo y PST. ■ Difusión social de los resultados del estudio medios de comunicación/web municipalidad.
		Atracción de Inversión Privada	4H. Acuerdos de Cooperación público-privada para inversión turística en la comuna	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cartera de proyectos para atracción de inversión privada.

1. Patrimonio

1A. Producción de un catastro de recursos naturales y culturales de valor turístico

Para la puesta en valor del patrimonio de la comuna, es necesario incrementar y clasificar la información de todos los recursos del territorio disponibles para el desarrollo del turismo, para su posterior difusión a la comunidad, en campañas de conciencia ambiental, día del patrimonio y otros, y con ello fomentar la protección del patrimonio.

Desglose

- Levantamiento de un catastro exhaustivo de flora y fauna del territorio comunal.
- Levantamiento de un catastro exhaustivo de recursos culturales, tangibles e intangibles (como leyendas y tesoros vivos) que alimente el relato identitario de la comuna.
- Producción de un registro documental de los recursos catastrados. Calidad profesional para difusión multiregistro compatible con las plataformas actuales.
- Implementación de un sistema de registro online del material catastrado para acceso en línea, como apoyo a la difusión del turismo.

Presupuesto referencial \$ 15.000.000



1B. Implementación de un programa de conciencia ciudadana turística y ambiental

A partir de las necesidades del turismo y de los propios habitantes de la comuna, es necesario iniciar un proyecto para aumentar la conciencia turística con perspectiva medioambiental, que en el plazo de 4 años permita que la comuna destaque tanto por su cuidado ambiental como su nivel de conciencia turística. Su orientación debe ser la población local y también los visitantes.

El foco debe partir en un tema transversal como la gestión de residuos, incorporando otros elementos como “huella cero”, uso racional del agua, regla de las 3 R, entre otros.

Desglose:

- Inversión municipal en sistemas de compostaje, reciclaje y clasificación de residuos, tanto residenciales como de la actividad productiva.
- Campañas semestrales de limpieza comunitarias.
- Campañas de comunicación y concientización diferenciadas dirigidas a la población, a las empresas productivas, a los visitantes. Productos de difusión con multiregistro compatible con las plataformas actuales.

Presupuesto referencial \$ 20.000.000



1C. Diseño de normativa comunal de estandarización de señalética y equipamiento con sello identitario

En base a Ordenanzas Municipales, estandarizar estéticamente la comuna para realzar la identidad del territorio y aumentar su atractivo turístico, aplicable a fachadas y letreros comerciales, ferias libres, equipamiento de esparcimiento y turístico, señalética de lugares, rutas y calles. El sello identitario debe reflejar la materialidad propia del sector (madera) y el diseño multicultural (mapuche-chilota-criolla-alemana).

Desglose

- Actualizar Ordenanzas Municipales para estandarizar con sello identitario los elementos públicos y los que utilizan la vía pública.



1D. Registro de tradición identitaria de las comunidades de Fresia

Aunque existen ediciones sobre la historia fresiana, aún existe una gran cantidad de temáticas no abordadas en profundidad, que es necesario documentar como las oleadas de poblamiento mapuche, chilota, criolla, alemana; las vivencias de quienes hasta no hace mucho vivían en condiciones de aislamiento extremo; las actividades productivas o de subsistencia históricas como pesca artesanal, ganadería, manejo forestal, agricultura, historia ferroviaria. De la misma forma es valioso registrar los testimonios de los primeros y de los más destacados emprendedores turísticos.

Desglose

- Desarrollar un relato histórico y guiones turísticos de la comuna desde diferentes fuentes y perspectivas. Calidad profesional para difusión multiregistro compatible con las plataformas actuales.

Presupuesto referencial \$ 20.000.000



1E. Inclusión de las Comunidades Indígenas en el desarrollo turístico identitario

La herencia y la cultura viva indígena de la comuna son muy importante, representando un atractivo para el turismo en la medida que sea puesto en valor. Se deben realizar actividades tendientes a la inclusión de las comunidades en la planificación y desarrollo de actividades turísticas, ya sea de sello propio o multicultural.

Desglose

- Integrar a la Oficina de Asuntos Indígenas al Comité Pladetur Fresia 2027.
- Mantener contacto fluido con el Consejo de las Comunidades.
- Organizar talleres de trabajo con las comunidades incorporando compromisos en torno al turismo.
- Redactar un protocolo general, en conjunto con los y las actores indígenas, para la difusión y recibimiento de turistas en las comunidades.
- Instituir y celebrar anualmente el día del turismo indígena en la comuna.

2. Alianza

2A. Desarrollar alianzas comunas de "Costa Brava"

Actualmente la Comuna de Fresia forma parte del destino "De Cordillera a Mar" que en la práctica carece de sentido turístico, especialmente para las comunas de Purranque, Fresia y Los Muermos. Estas tres comunas tienen en común lo que la visión del presente Pladetur definió como "Costa Brava". Por esta razón, estas comunas colindantes son estratégicas para Fresia y por ello es posible desarrollar un trabajo en conjunto e incorporar como objetivo estratégico el crear un nuevo subdestino regional: "Ruralidad y Costa Brava".

Desglose

- Revitalizar o firmar convenios de colaboración con las comunas de Los Muermos y Purranque, en torno a actividades o productos turísticos concretos.
- Liderar y realizar reuniones periódicas de encuentro referidas al desarrollo del nuevo destino turístico propuesto.
- Participar en todas las instancias gubernamentales con el fin de promover, justificar y lograr el reconocimiento del nuevo subdestino en la región.
- Participar activamente en las actividades en torno a la elaboración de planes y estrategias de turismo en la región.

Presupuesto referencial \$ 5.000.000



2B. Liderar evento anual sub destino regional

La Comuna de Fresia necesita organizar y liderar un evento con alto grado de ambición que la posicione, en primera instancia en el ámbito de las comunas cercanas, en una segunda etapa a nivel regional, para luego aspirar a posicionar el evento a nivel nacional. El tema aglutinante debe ser el Turismo de Intereses Especiales (en torno al turismo rural, turismo aventura, turismo comunitario), que permita interactuar con expertos y especialistas además de conocer experiencias de actores, académicos y autoridades bajo el nombre genérico de Encuentro, utilizando formato de convención, o congreso en las primeras ediciones.

Desglose:

- Organizar un encuentro anual sobre Turismo de Intereses Especiales en Fresia.
- Realizar encuentros para el desarrollo del turismo en la comuna con actores del turismo regional y nacional.
- Organizar actividades paralelas con los PST de la comuna y comunas aliadas, en torno al encuentro.

Presupuesto referencial \$ 30.000.000



2C. Acuerdos Público/Privados con comunas Cuenca Lago Llanquihue

El municipio debe propiciar acuerdos con municipalidades del entorno del Lago Llanquihue, que sirvan de sustento a alianzas comerciales que puedan llevar a cabo los PST de la comuna, complementando la oferta turística de los destinos consolidados, por aumento de diversidad o como apoyo en capacidad.

Desglose

- Acuerdos de colaboración en el desarrollo del turismo entre municipalidades de la cuenca del Lago Llanquihue.
- Visitas de estudios y reuniones de trabajo entre PST de las diversas comunas.
- Difusión de las alternativas y productos turísticos fresianos en ferias y eventos, particularmente en Puerto Varas, ciudad Convention Bureau de la Región de los Lagos.

Presupuesto referencial \$ 1.000.000



2D. Acuerdos Público/Privados con entidades de Puerto Montt y Osorno

Fresia está ubicada cerca de las dos principales urbes de la región, Puerto Montt y Osorno, que en conjunto representan la mayor parte de la demanda del mercado regional. Por ello se debe propiciar actividades que posicionen la alternativa Fresia (tranquilidad, seguridad, ruralidad, costa brava) en estos mercados. De la misma forma se debe propiciar que los emprendedores difundan activamente su oferta, especialmente en temporada baja.

Desglose

- Generar acuerdos con instituciones de ambas ciudades con vista a potenciar la oferta turística de Fresia.
- Realizar acciones de difusión de la oferta turística de Fresia en Puerto Montt y Osorno.

Presupuesto referencial \$ 1.000.000



2E. Fomentar el conocimiento territorial y entre PST de la comuna

Una comunidad con vocación turística implica que los prestadores de servicios turísticos sean los embajadores de su comuna. Para ello deben conocer en detalle su territorio y a otros emprendedores turísticos, incluidos los de servicios complementarios.

En consecuencia, se deben incorporar visitas de estudio, organizados en conjunto con las Agrupaciones Gremiales, a

lugares de interés y a otros emprendedores turísticos. Con la misma finalidad, realizar viajes de estudio fuera de la comuna, por cuanto implican tanto aprendizaje como inspiración para el desarrollo de la oferta de los PST.

Desglose

- Organizar viajes de estudio dentro de la comuna.
- Organizar viajes de estudio de los PST a otras comunas de la región o el país.

Presupuesto referencial \$ 5.000.000



2F. Incorporar actividades tradicionales a la oferta turística

El sello identitario de la actividad turística fresiana está dado por la actividad rural, por los bosques nativos y los ríos, y por la multiculturalidad. El agro turismo, el turismo rural y el turismo aventura logran abordar esas características del territorio.

Desglose

- Coordinar con instituciones públicas para ampliar el Programa Turismo Rural de Indap y de Senderos en Bosques Nativos de Conaf.
- Propiciar la asociatividad entre el mundo rural y los PST de la comuna, para actividades como visita a granjas, paseos y actividades acuáticas, cabalgatas, senderismo, gastronomía típica.

Presupuesto referencial \$ 1.000.000



2G. Promover la generación de productos turísticos

Actualmente la oferta de servicios turísticos en la comuna es dispersa, la que puede fortalecerse con la generación de productos turísticos, para promocionar mejor los servicios y atractivos de la comuna, y así ofrecer una mejor experiencia al turista.

Desglose

- Promover entre los prestadores turísticos y otros agentes públicos y privados, facilitando las gestiones administrativas necesarias, la generación de productos turísticos. En una primera etapa concretar el diseño e implementación de una ruta turística que incorpore a diversos emprendedores.

Presupuesto referencial \$ 15.000.000

3. Promoción

3A. Adquisición de dominios y marcas relacionadas con Fresia

Desde una perspectiva social, las marcas generadas sobre un territorio debieran ser parte de su patrimonio. Por ello es necesario que la municipalidad registre marcas relacionadas, con el objetivo de ponerlas al servicio del turismo, permitiendo su uso en difusión o creando una web turística no comercial, que represente a toda la comuna.

Desglose

- Presentar propuestas, a votación de los habitantes de la comuna, de marca(s) más representativas, por ejemplo Fresia-Turismo, Fresia-Mágica u otra.
- Registrar dominios web.
- Registrar las marcas ante Inapi.

Presupuesto referencial \$ 500.000



3B. Protocolo de uso institucional/privado de sellos y marcas Fresia

Para ayudar tanto a la promoción como a la socialización de las marcas turísticas, es necesario aplicar un protocolo de utilización por parte de organismos públicos y de entes privados, como emprendedores turísticos.

Desglose

- Diseñar una imagen icónica que represente identitaria y turísticamente a la comuna (Imagen institucional/corporativa),

en base a una de las propuestas registradas como dominio o como marca.

- Elección del dominio principal (de acuerdo a la acción estratégica **3C. Desarrollo de web turística identitaria/comunitaria Fresia**) donde aplicar esta imagen institucional/corporativa.
- Aplicar protocolo de uso por instituciones y privados. Promocionar la marca y dirección web para su uso por instituciones, emprendedores turísticos, comercio y otros actores de la comuna.



3C. Desarrollo de web turística identitaria/comunitaria Fresia

Desarrollo de una web turística de base identitaria utilizando uno de los dominios a registrar, como Fresia-turistica.CL, desde una versión beta hasta alcanzar versiones comparables a un medio de comunicación. Sus contenidos deben incorporar tanto información base de la comuna, como información general relacionada con el turismo sin fecha de caducidad, (salvo eventos), que cubra todos los aspectos del territorio que tengan relación con el turismo.

Desglose

- Diseño e incorporación de contenidos (de acuerdo a la acción **3D. Generación de contenidos turísticos locales**).
- Protocolo de trabajo editorial.

Presupuesto referencial \$ 4.000.000

3D. Generación de contenidos turísticos locales

Las tendencias del turismo indican la importancia estratégica de generar contenidos en internet y redes sociales además de su uso en toda la cadena de la difusión turística. Por ello es necesario desarrollar contenidos turísticos regularmente, que vayan formando bancos de información, como textos, fotografías, ilustraciones videos. Estos contenidos “alimentarán” tanto al sitio web como podrán utilizarse en acciones de difusión social, prensa y otros relacionados. Los contenidos deben ser veraces, de alta calidad ortográfica y gramatical, intensamente gráficos (fotografías, audios, videos), y cuando corresponda, con datos de fecha y localización.

Desglose

- Ordenar en bancos de contenidos digitales (con acceso online) la información disponible, y la que se vaya generando, por ejemplo a través de los catastros.
- Generar contenidos creados por profesionales contratados (freelance o empresas externas) cubriendo metódicamente los aspectos identitarios de la comuna.
- Generar una base de datos de difusión turística: con información de contacto de medios, periodistas y comunicadores de la región y el país.

Presupuesto referencial \$ 10.000.000



4. Inversión

4A. Capacitación Avanzada PST

Incorporar a emprendedores fresianos destacados en capacitaciones en temas avanzados relacionados con el turismo, y que posteriormente funcionen como catalizadores del desarrollo del turismo de calidad y competitivo en el mercado nacional.

Desglose

- Capacitación del uso de internet aplicado al turismo.
- Desarrollo de Plan de Negocios (metodología Canvas-Osterwalder), Plan de Marketing y posicionamiento turístico.
- Uso de programas de apoyo y herramientas digitales.

Presupuesto referencial \$ 10.000.000



4B. Implementación de un Programa Calidad Turística PST

El Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos (Sello R de Sernatur) es voluntario aunque obligatorio para los servicios de alojamiento turístico y actividades de turismo aventura, según la Ley 20.423. Para pertenecer a este registro se debe contar con patente comercial e iniciación de actividades ante el SII. En base a este registro, también se puede optar al Sello S de Turismo Sustentable y al Sello de Calidad Turística. De la comuna de Fresia, existen 9 emprendedores registrados, ninguno actualizado. Aumentar la cantidad de prestadores registrados, y la actualización de los ya inscritos, es una forma de aumentar la competitividad y la calidad de los emprendimientos turístico.

Desglose

- Plan piloto de identificación, acompañamiento y seguimiento de PST en el proceso de regularización.
- Alianza con Sernatur para acompañamiento en actualización e inscripción de PST en Registro Sernatur.

Presupuesto referencial \$ 10.000.000



4C. Construcción de ciclovías en la comuna

Dado el relieve del territorio, y la localización de sus principales centros poblados, es posible convertir a Fresia en una comuna líder en ciclovías, y amigable con los ciclistas

Un primer tramo correspondería a una ciclovía que conecte las localidades de Parga, Fresia y Tegulada, cuya distancia es aproximadamente 30 km. Posteriormente deberían conectarse otros sectores transformando a la comuna en un territorio amigable para el ciclismo, turístico, deportivo y comunitario.

Desglose

- Generar acuerdo con la Dirección Regional de Vialidad para la factibilidad técnica y financiera del proyecto, considerando su construcción por tramos: Fresia-Tegualda y Fresia-Parga.

Presupuesto referencial \$ 1.000.000.000

4D. Habilitación de Museo Comunal Patrimonial Identitario

La comuna de Fresia fue creada en 1927 lo que implica que luego cumplirá su primer centenario. Sin embargo su prehistoria, historia y vivencias humanas provienen de mucho antes. La comuna es un punto de coincidencia multicultural de raíces indígenas, chilotas y alemanas. Por ello, y para crear un lugar de encuentro factible de convertirse en atractivo, la habilitación de un museo local identitario y patrimonial, puede promover tanto la comprensión del patrimonio colectivo y ser salvaguardia de los bienes culturales tangibles e intangibles del territorio.

Desglose

- Estudio preliminar de alternativas de localización.
- Estudio de gerenciamiento público privada.
- Estudio de orientación museográfica del museo, política, colecciones y costos asociados.
- Implementación del museo en espacio arrendado, comodato o propio.
- Concursos para su nombre, en que participe la ciudadanía fresiana, como parte del apropiamiento cultural del espacio.

Presupuesto referencial \$ 1.000.000.000



4E. Habilitación de Oficina Información Turística

Implementar una Oficina de Información Turística con funcionalidades digitales. Que centralice, actualice y consolide la información sobre la comuna para su difusión final a turistas, y canales y medios de comunicación. Vale decir que si bien una funcionalidad básica es disponer de una oficina física con información turística también se debe desarrollar una funcionalidad digital estructurando todos los aspectos del turismo de la comuna.

Desglose

- Infraestructura básica de atención y muestra para público y con espacios de autoatención, cuando esté cerrada.
- Disposición de material de difusión impreso y digital.

Presupuesto referencial \$ 100.000.000



4F. Señalética y equipamiento comunal y regional

Posicionar turísticamente la comuna a través de la habilitación, estandarización e implementación de señalética turística identitaria. Un objetivo mínimo es que los turistas deben conocer cuándo ingresan o salen de la comuna, que les permita apreciar la identidad del territorio. Una vez en el territorio, deben existir instalaciones mínimas, para que la experiencia del turista sea satisfactoria.

Desglose

- Diseño de imagen comunal identitaria, eslogan y manual de uso.
- Letreros, pórticos o monumentos en los principales puntos de ingreso/salida de la comuna.
- Gestión con la Dirección de Vialidad para incorporar el nombre y datos de la comuna en letreros en autopistas y caminos conducentes a Fresia.
- Habilitación de más estacionamientos urbanos.
- Construcción de miradores habilitados con letreros autoexplicativos y estacionamiento.
- Construcción de baños públicos.

Presupuesto referencial \$ 200.000.000



4.G. Estudio de caracterización de la demanda turística en la comuna de Fresia

Actualmente no se dispone de información respecto a la procedencia de los turistas (o visitantes) en el territorio comunal, sus motivaciones, estadía, hábitos de consumo, gastos y otros temas relacionados. Adicionalmente la aplicación del Pladetour durante un periodo de 4 años hace necesario contar con mecanismos de medición tanto al inicio como al final de su implementación y de esta forma medir su real impacto en el desarrollo del turismo.

Desglose

- Medir la demanda turística en la comuna, en distintas localizaciones y temporadas.
- Aplicación de encuestas en lugares representativos de la comuna y en actividades programadas relacionadas con el turismo, como fiestas costumbristas, actividades culturales, deportivas y otras.
- Presentación de los resultados del estudio a profesionales de la municipalidad, a actores y Prestadores de Servicios Turísticos de la comuna.
- Difusión social de los resultados a través de medios de comunicaciones locales y del sitio web de la municipalidad.

Presupuesto referencial \$ 15.000.000



4H. Acuerdos de cooperación público-privada para inversión turística en la comuna

El desarrollo del turismo implica la participación del sector privado tanto en la prestación de servicios, como también de inversionistas locales y extraterritoriales que vean interesantes posibilidades de negocios.

Desglose

- Identificación y generación de cartera de proyectos factibles de ser apoyados por privados, como: la habilitación de la ex Lechera del Sur para actividades culturales, actividades de aventura en la Costa Brava, centros vacacionales de cajas de compensación, sindicatos, servicios públicos.

Presupuesto referencial \$ 200.000.000

Gobernanza

La aplicación de las directrices del Pladetur y sus acciones, debe contar con un equipo que tenga como función oficialmente definida, su coordinación y seguimiento. Esas funciones estarán a cargo de un Comité Pladetur Fresia 2027 integrado por Secplan, Dideco, Oficina de Asuntos Indígenas y Oficina de Turismo, quienes deben conocer en detalle el Pladetur y la información base recopilada durante el proceso de elaboración del Plan.

Este Comité debe reunirse al menos una vez al mes, incorporando herramientas de trabajo formales como registro de asistencia y actas. Adicionalmente este Comité podrá sesionar extraordinariamente, con todos sus miembros o una parte de ellos, en función de los requerimientos de ejecución del Plan, o para cumplir tareas específicas que requieren expertis específica, como las referentes al desarrollo del turismo indígena.

Mesa Público Privada de Turismo

El Comité Pladetur Fresia 2027, incorpora a privados y representantes de la sociedad civil a una mesa de trabajo que debe reunirse cada 3 meses con el objetivo de informar del avance del plan, recabar opinión e información de interés, e incorporar a representantes en la ejecución de proyectos cuando corresponda.

Organigrama



Roles y Funciones

Cargo	Responsable	Función
Dirección Estratégica	Director/a Secplan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar la aplicación y orientación estratégica del plan. 2. Supervisar indicadores de monitoreo y control. 3. Dar cuenta semestral a Alcalde y Concejo. 4. Dar cuenta anual a comunidad y PST.
Ejecución Estratégica	Encargado/a Turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar, reunir y registrar las reuniones del Comité. 2. Organizar reuniones específicas por áreas de trabajo. 3. Mantener informado del desarrollo del Plan al Encargado/da Secplan.
Dideco	Director /a Dideco	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participar activamente en las reuniones del Comité. 2. Apoyar el desarrollo de acciones relacionadas con la comunidad. 3. Identificar nuevos emprendimientos relacionados con turismo.
Oficina de Asuntos Indígenas	Encargado/a Oficina de Asuntos Indígenas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participar activamente en las reuniones del Comité. 2. Informar e incorporar a las comunidades indígenas. 3. Apoyar a PST indígenas de acuerdo a directrices del plan. 4. Identificar nuevas áreas de trabajo turístico con las comunidades.

MATERIAL ADICIONAL

- Durante la elaboración del Pladetur, se generó el siguiente material de trabajo:
- Perfiles de proyecto
 - Equipamiento comunal
 - Fichas de prestadores de servicios turísticos de alimentación
 - Fichas de prestadores de servicios turísticos de alojamiento
 - Fichas de prestadores de servicios turísticos de esparcimiento
 - Fichas de prestadores de servicios complementarios
 - Fichas de Atractivos turísticos
 - Ficha Punta Capitanes
 - Entrevistas Directivos Municipales
 - Conversatorio Comunidades Indígenas
 - Entrevista Concejales
 - Cartografía temática de los servicios de alimentación, alojamiento, esparcimiento, complementarios y equipamiento comunal.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Chilena de Turismo Rural - ACHITUR. <https://achitur.cl/la-asociacion/>.
- Boullón, R. (1978). Metodología de Inventario Turístico. CICATUR – OEA. México.
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile - CNC. <https://www.cnc.cl/nosotros/>.
- CIGIDEN <https://www.cigiden.cl>
- CIREN (2021). Características demográficas y socioeconómicas. Comuna de Fresia.
- CIREN (2021). SiT Rural. Atractivos turísticos comuna de Fresia.
- Comisionado Presidencial para Asuntos Indígenas. (2003) Informe Comisión Verdad Histórica y Nuevo Trato con los Pueblos Indígenas. CONADI. <https://www.conadi.gob.cl/mision-institucional>.
- CONAF. <https://www.conaf.cl/quienes-somos/mision-y-objetivos/>.
- Consejo de Monumentos Nacionales. <https://www.monumentos.gob.cl/acerca/quienes-somos>.
- CORFO. <https://www.corfo.cl/sites/cpp/sobrecorfo>.
- Departamento de Geografía Universidad de Chile (2017). «Zonas climáticas de Chile según Köppen-Geiger escala 1:1.500.000». Catálogo Nacional de Información Geoespacial.
- Dirección Meteorológica de Chile. Estación meteorológica Osorno, Cañal Bajo. <https://climatologia.meteochile.gob.cl>.
- Fábrega, P. (2013). Memoria Viva del Camino Real región de Los Lagos.
- Fábrega, P. (2016). Historia de la Comuna de Fresia.
- Federación de Empresas de Turismo de Chile – FEDETUR. <https://fedetur.cl/quienes-somos-fedetur/>.
- Fundación Sendero de Chile. <https://www.fundacionsenderodechile.org/nosotros>.
- Future Brand Index 2011-2012. https://issuu.com/giancarlo.gallegos/docs/2011_2012_fb_cbi_eng.
- Hosteltur (2022). <https://www.hosteltur.com>.
- IM de Fresia (2019). Actualización Plan de Desarrollo Comunal. PLADECO Fresia 2019 – 2026.
- IM de Fresia (2019). Plan Regulador Comunal de Fresia. Región de Los Lagos. Evaluación Ambiental Estratégica. Informe Ambiental.
- IM de Fresia. Plan Municipal de Cultura Fresia 2022 – 2026.
- INDAP. <https://www.indap.gob.cl/que-es-indap#contenido-2>
- INE, (2019). Ocupabilidad en habitaciones.
- INE. Censo de Población y Vivienda 2017.
- INE. <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales>.
- Ministerio de Agricultura (1984). Ley N°18.362, crea un Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado – SNASPE.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018). Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos. Perú.
- Ministerio de Desarrollo Social y Familia. <https://datasocial.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/fichaIndicador/70/2>.
- Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción (2010). Ley 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2010). Decreto N° 200. Reglamento del Consejo Consultivo de Promoción Turística.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2012). Decreto N° 50. Reglamento que fija procedimiento para otorgamiento de concesiones turísticas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE).
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2016). Decreto N° 30. Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT).
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2019). Decreto N° 19. Reglamento para aplicación del sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. <https://www.cultura.gob.cl/ministerio/principios/>

Ministerio de Planificación (2008). Ley 20.249, crea el Espacio Costero Marino de los Pueblos Originarios – ECMPO

Ministerio del Interior (2018). Ley N°18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades.

Ministerio del Interior y Seguridad Pública (2018). Ley N°21.074 de Fortalecimiento de la Regionalización del País.

Ministerio del Interior y Seguridad Pública; Subsecretaría del Interior (2021). Decreto 469. Aprueba la Política Nacional de Ordenamiento Territorial (PNOT).

Ministerio del Interior; Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (2009). Ley 20.390, Reforma la Constitución Política del Estado, en materia de gobierno y administración regional.

Ministerio del Medio Ambiente (2023). Ley N°21.600 que crea el Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas (SBAP),

Ministerio del Medio Ambiente. <https://simbio.mma.gob.cl/Ecosistemas>.

Ministerio del Trabajo y Previsión Social (2016). Ley 20.918. Adapta normas laborales al rubro del turismo.

Ministerio Secretaría General de Gobierno (2011). Ley N° 20.500 sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública.

Ministerio Secretaría General de la Presidencia (2005). Decreto 100. Fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Constitución Política de la Republica de Chile. MOP. <https://www.mop.gob.cl/acerca/#mision>.

Planes de Desarrollo turístico de las comunas: San Juan de la Costa, Puerto Montt, Frutillar.

Planes de Desarrollo Comunal de las comunas: San Juan de la Costa, Río Negro, Purranque, Los Muermos, Puerto Montt, Osorno, Puerto Varas, Frutillar, Llanquihue.

Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción (2005). Política Nacional de Turismo.

GORE Los Lagos – Sernatur (2015). Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos.

SERNATUR. (2023). Preguntas frecuentes “Compromiso de turismo sustentable”.

ProChile. <https://www.prochile.gob.cl/quienes-somos>

Naciones Unidas (2008). Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo.

Biblioteca del Congreso Nacional. Red Hidrográfica.

Regalado P., O. (2019, 25 septiembre). ¿Por qué cayó el Goliat del turismo: Thomas Cook?. Gestión. El diario de economía y negocios de Perú. <https://blogs.gestion.pe/gestiondeservicios/2019/09/por-que-cayo-el-goliat-del-turismo-thomas-cook.html>.

SERNATUR (2020). Registro de Atractivos Turísticos.

Biblioteca del Congreso Nacional (2021). Reporte Comunal.

Biblioteca del Congreso Nacional (2023). Reporte Comunal.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2020). Reportes comunales. Fresia.

SERCOTEC. <https://www.sercotec.cl/quienes-somos/>

SERNAC. <https://www.sernac.cl/portal/617/w3-propertyname-586.html>

SERNAPESCA. <https://www.subpesca.cl/portal/616/w3-propertyvalue-538.html>.

SERNATUR (2011). Chile, por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas - Alojamiento.

SERNATUR (2018). Estudio Longitudinal de Turismo Interno del país.

SERNATUR (2018). Índice de Intensidad Turística.

SERNATUR (2022). Estrategia Nacional de Turismo 2030.

SERNATUR. Calidad turística. <https://registro.sernatur.cl/calidad-turistica/>.

SERNATUR. Plan de Acción Región de Los Lagos. Sector Turismo 2014-2018.

SERNATUR (2022). Preguntas y respuestas. Estadísticas turismo sustentable.

Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. BiblioRedes. <https://www.biblioredes.gob.cl/puntos-de-conexion?comuna=10104®ion=10>.

Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. Registro de Museos de Chile. <https://www.registromuseoschile.cl/663/w3-propertyvalue-74020.html>.

SII (2022). Estadísticas de Empresas.

CONAF. Sistema de Información Territorial – SIT.

CONADI (2017) Sistema Integrado de Información.

Biblioteca del Congreso Nacional (2022). Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) Estadísticas Territoriales de la.

SitRural Ciren. Información actualizada a 2020. <https://visor.sitrrural.cl/mapa>.

Statista (2018). <https://es.statista.com/estadisticas/596659/ranking-de-paises-con-mas-llegadas-de-turistas-extranjeros-en-el-mundo/>.

Subsecretaría de Turismo. <https://www.subturismo.gob.cl/subsecretaria-de-turismo/definiciones-estrategicas/>

Subsecretaría de Turismo. Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. 2015 – 2018.

Web Map de Pablosarricolea. <https://www.arcgis.com/home/item.html?id=2403fb2424bf45829d7061588daff5af>.





Ilustre Municipalidad de Fresia

www.munifresia.cl

..... Fresia Comuna Natural