



PLAN de TURISMO MEJILLONES

plan de desarrollo turístico comunal

INFORME FINAL

ELABORACIÓN PLADETUR,
COMUNA DE MEJILLONES

652180-70-LE21

ejecuta:



contratante:



ILUSTRE MUNICIPALIDAD
DE MEJILLONES

junio 2022

BORACIÓN PLADETUR COMUNA DE MEJILLONES

alidad de Mejillones

mpacto, Chile, contacto@experienciaid.com,

uipo consultor y recursos web.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. SEGUIMIENTO, PARTICIPACIÓN Y CONTROL	20
2.1. Puesta en marcha y seguimiento	21
2.2. Presentaciones públicas	34
3. ASOCIACIÓN DE GRUPOS LOCALES	36
3.1. Definición de actores	37
3.2. Conformación Comité de Seguimiento	40
3.3. Alcance y visión de la planificación	41
3.4. Grupos de trabajo y actores estratégicos	43
3.5. Cronograma participación ciudadana	47

4. ANÁLISIS DE TEMAS CLAVES PARA LA COMUNIDAD	50
4.1. Contextualización	52
4.2. Análisis ambiental	109
4.3. Oferta y demanda turística	139
4.4. Opinión interna y externa	161
4.5. Comercialización y promoción	166
4.6. Benchmarking	170
4.7. FODA, prioridades, visión y misión	173
5. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	178
5.1. Problemáticas, objetivos y posicionamiento	180
5.2. Mercados, productos y comunicación	190

5.3. Estrategia de desarrollo turístico	196
5.4. Programas, proyectos e iniciativas	201
5.5. Mapas de georreferenciación	254
6. IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO	257
6.1. Estamento de puesta en marcha	259
6.2. Modelo de gestión de implementación	263
6.3. Sistema de monitoreo	270
7. EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN	273
7.1. Sistema de evaluación y retroalimentación	274
8. CONCLUSIÓN	286



1 INTRODUCCIÓN

El Informe Final responde a la presentación de resultados del proyecto asociado a la licitación para la Elaboración PLADETUR Comuna de Mejillones, 652180-70-LE21, impulsado por la I. Municipalidad de Mejillones.

La elaboración del instrumento PLADETUR - Plan de Desarrollo Turístico va en apoyo para la focalización de los recursos humanos y materiales de manera más eficiente y fortalecer la modernización y la gestión municipal satisfaciendo las nuevas demandas del desarrollo del turismo.

De acuerdo a la Ley N°18.695 Orgánica de Municipalidades, se establece en su Artículo N°4, que *las municipalidades, en el ámbito de su territorio, podrán desarrollar directamente o con otros órganos de la administración del Estado funciones relacionadas con: letra e) El turismo, el deporte y la recreación,*” y por su intermedio buscará satisfacer las necesidades de la comunidad local y promover su avance social, económico y cultural.

Se presenta en este documento lo asociado a la implementación de las llamadas Etapa 0, etapa de Seguimiento, participación y control, Etapa 1, etapa de Asociación de grupos locales, Etapa 2, etapa de Análisis de temas claves para la comunidad, Etapa 3, etapa de Planificación estratégica, Etapa 4, etapa de Implementación y seguimiento, Etapa 5, etapa de Evaluación y retroalimentación, y Etapa 6, denominada Etapa Final de edición de documentos e insumos del PLADETUR.

A continuación, se indican las actividades abordadas en la totalidad del período ejecutado, las orientaciones metodológicas, objetivos, cronograma de implementación general y los resultados del proceso.

ETAPA 0

SEGUIMIENTO, PARTICIPACIÓN Y CONTROL

- puesta en marcha
- definición e implementación del Plan del Plan
- reuniones de seguimiento
- presentaciones públicas

ETAPA 1

ASOCIACIÓN DE GRUPOS LOCALES

- definición de actores
- conformación del Comité de Seguimiento
- determinación de alcance y visión de la planificación
- definición de grupos de trabajo y actores estratégicos

ETAPA 2

ANÁLISIS DE TEMAS CLAVES PARA LA COMUNIDAD

- levantamiento información disponible
- análisis de la demanda turística
- análisis de la planta y oferta turística
- análisis ambiental
- opinión interna
- opinión externa
- análisis de comercialización y promoción
- benchmarking
- definición de la visión, misión y prioridades
- análisis FODA
- preparación informe síntesis

ETAPA 3

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- identificación de problemáticas y objetivos
- establecimiento del posicionamiento
- definición de mercados objetivo y productos
- definición estratégica de comunicación
- formulación de estrategia de desarrollo turístico
- formulación de programas, proyectos e iniciativas
- desarrollo de mapas georreferenciados

ETAPA 4

IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

- propuesta de estamento de puesta en marcha
- modelo de gestión de implementación
- definición sistema de monitoreo

ETAPA 5

EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

- propuesta de sistema de evaluación y retroalimentación
- validación del sistema de evaluación y retroalimentación

ETAPA 6

ETAPA FINAL

- edición de documentos e insumos finales

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

La planificación está directamente relacionada con la competitividad y la productividad de todos los sectores económicos. De acuerdo al Prof. Dr. Josep Chias, cuya metodología aplica el equipo consultor, *definir lo que se quiere llegar a alcanzar en el largo plazo para un producto, servicio o destino, es trazar un plan que haga posible las inversiones necesarias, la diversificación de la oferta o de los servicios y también el crecimiento económico y el mayor bienestar para la comunidad local.*

El turismo, y el desarrollo de las actividades económicas relacionadas con este sector, puede ser la mayor fuente de impacto en el medio - social, ambiental y cultural, o puede ser la mejor herramienta para su conservación para generaciones futuras, todo depende de las herramientas de gestión que se implementen. Es por ello que los proyectos que implementa el equipo consultor consideran siempre los cinco principios de la sustentabilidad de los destinos:

SUFICIENCIA: cualificar la oferta turística y valorizarla con criterios de sustentabilidad ecológica, cultural y social

COHERENCIA o BIOMÍMESIS: imitar a la naturaleza a la hora de reconstruir los sistemas productivos humanos, con el fin de hacerlos compatibles con la biosfera

VISIÓN INTEGRADA o PRECAUCIÓN: planificar y evaluar para replantear situaciones

ECOEficiencia: promover mecanismos de ahorro de agua y de energía, y de aplicar políticas de compras que incidan en la minimización de residuos

EQUIDAD SOCIAL y BUENA GOBERNANZA: valorar las actuaciones de sustentabilidad, buscando marcos de coordinación entre la administración local, regional y nacional

Las perspectivas para la planificación turística del equipo consultor considera una orientación transversal desde la orientación del diamante de desarrollo turístico sustentable que es sustentado en los ejes de visitantes, la comunidad, los mínimos impactos ambientales y culturales y el retorno de las inversiones realizadas.

F.1 - EL DIAMANTE DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE



© Josep Chías. Prohibida su copia

Fuente: Chías Marketing

Estos cuatro ejes son los que guían el actuar para las definiciones de las bases de la formulación de estrategias y de los planes operacionales para un instrumento como lo es un Plan de Desarrollo Turístico - PLADETUR..

Pues, solamente a través de esta manera será posible resguardar la optimización de recursos y la amplificación de resultados con el control y el seguimiento debido.

Las acciones, por lo tanto, suponen una orientación para la definición de prioridades en la asignación de recursos, que siempre son escasos, y que ayuda en frenar las tendencias de uso sin planificación estratégica.

En consecuencia, además, la sustentabilidad, entendida en amplio sentido, es y será cada día más el principal factor de competitividad y de atracción de los destinos.

Sólo a través del análisis de los activos y las capacidades del territorio y, conjuntamente, del análisis de las capacidades y potencialidades de la actividad turística, es posible generar una estrategia integral de desarrollo del turismo adaptada a la realidad del territorio y sostenible en el tiempo.

La planificación es, de esta manera, el primer paso hacia la sustentabilidad de los destinos turísticos.

Porque, como señala la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Turismo es más que Turismo: es Desarrollo. Es Patrimonio. Es Economía. Es las Personas.

Además, hoy, ante los impactos de la pandemia COVID-19 el sector turismo es de los más afectados a nivel mundial, donde la actividad tuvo una disminución en el 2020 de sobre 70% en cuanto al volumen de turismo internacional (OMT, 2021).

En este sentido, cabe subrayar que el turismo es una de las actividades productivas más transversales, pues integra más de 80 diferentes sectores productivos donde sus impactos productos efectos en cascada sobre la economía como un todo.

Con ello, los impactos sobre el turismo son impactos sobre el sector productivo en su conjunto de destinos, territorios y países.

Los recursos, equipamientos e instalaciones para la recepción de turistas no pueden ser transferidos a otros lugares, no existiendo la deslocalización de la estructura productiva en el turismo.

Además, el turismo es una de las actividades productivas con mayor potencial para estimular crecimiento económico, pues ha sido demostrada su capacidad de contar con resultados más inmediatos, respuesta en generación de empleos, estímulo al desarrollo social.

Por ello, cuando un territorio/destino se plantea como prioridad impulsar y planificar el turismo, se hace necesario formular acuerdos de largo plazo que sean las referencias para todas sus actuaciones en un ámbito temporal y que establezcan, además, las orientaciones para toda actuación futura.

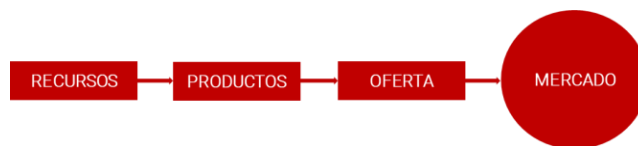
Por ello, la metodología del equipo consultor coloca un énfasis en la participación, articulación y co-construcción activa con los diferentes representantes públicos, privados y de la comunidad local para poder apuntar y conseguir los compromisos para el desarrollo territorial, formación de gobernanzas y optimización de resultados.

Además, el desarrollo debe apuntar a un desarrollo competitivo y sustentable, donde la necesidad de acuerdos y planificación resulta imperiosa para definir y decidir cómo se desea que evolucione el destino y cómo debe ser gestionado el crecimiento para garantizar su supervivencia en el tiempo.

A ello se suma, a su vez, la definición de cómo se consigue un equilibrio adecuado y óptimo entre la llegada de turistas y la generación de ingresos, por un lado, y entre el retorno a las inversiones y los mínimos impactos para el destino, sus pobladores y sus singularidades, por otro.

Para el proceso de la gestión de estas definiciones, el Dr. Josep Chias señala en su libro *El Negocio de la Felicidad. Desarrollo y Marketing Turístico de Países, Regiones, Ciudades y Lugares*, que la gestión turística es un doble proceso de transformación. El de los recursos en productos y, a su vez, el de éstos en ofertas dirigidas al mercado.

F.2 - LA GESTIÓN TURÍSTICA, PROCESO DE DOBLE TRANSFORMACIÓN



Fuente: Chias Marketing

El punto de partida del proceso, los recursos, está basado en el conjunto de atractivos del territorio, su patrimonio natural y cultural, su clima y las personas que viven en el mismo.

El hombre, su legado histórico y su entorno se configuran como los tres elementos base de la gestión turística.

Cuando estos recursos se estructuran para el uso y disfrute turístico se convierten en productos.

Se entiende por producto turístico, pues, aquel recurso en el que se puede realizar una o varias actividades (visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer...), porque está formulada una propuesta de accesibilidad al mismo (temporal, espacial y económica) por parte de un público.

Cuando el producto se promociona fuera del destino se convierte en una oferta turística que no es más que un producto turístico al que se incorporan acciones de promoción mediante un programa de actuaciones dirigidas a un público o públicos.

Y, el mercado, que son las personas, atraído por el producto y por la oferta, responde comprando.

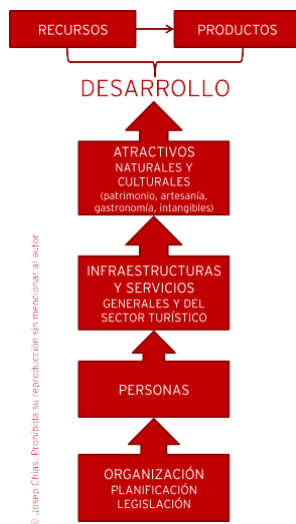
Es entonces cuando aparecen los visitantes (turistas o excursionistas), se generan ingresos para el lugar, se consolida el destino y se crea empleo.

En definitiva, se alcanza un mayor bienestar para la comunidad.

Tomando como base este proceso de gestión, entendiendo que un PLADETUR - Plan de Desarrollo Turístico consta de procesos operativos de desarrollo y marketing turístico, se puede establecer la diferenciación técnica de cada tipo de actuación.

En sí, el desarrollo turístico tiene como objetivo transformar los recursos en productos turísticos.

F.3 - EL PROCESO DE DESARROLLO TURÍSTICO



Fuente: Chías Marketing

Para ello hace falta actuar sobre el conjunto de atractivos que existen en el territorio (su patrimonio natural y cultural, tanto material como inmaterial), sobre las infraestructuras y servicios públicos relacionados con el uso y disfrute de los mismos (accesibilidad, comunicaciones, limpieza, seguridad, escenografía, etc.), sobre las personas que viven en el mismo (información y capacitación) y sobre la organización del turismo (especialmente en sus mecanismos de planificación, normativas y gestión).

En muchas ocasiones, además, el desarrollo turístico también tiene que conseguir un segundo objetivo: el de la mejora del producto existente en el destino.

Al ser abordado como objetivo, este aspecto también constituye otra parte importante de las propuestas desarrollo turístico posibles a ser formuladas.

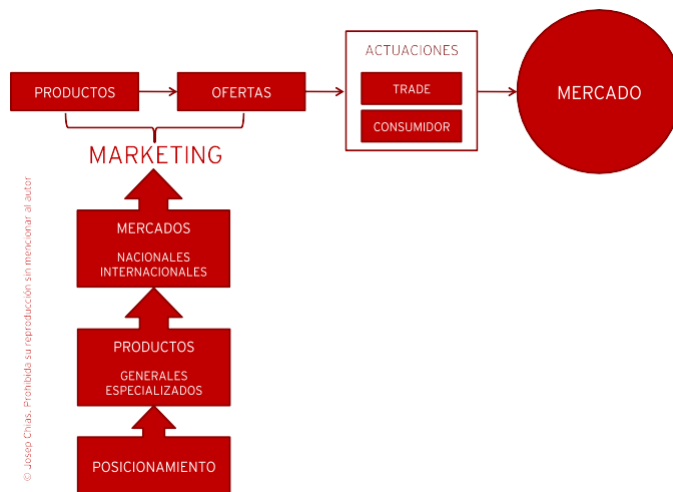
Por su parte, el marketing turístico tiene como objetivo definir las ofertas del producto al mercado. Tiene así, un punto de partida claro, la realidad del producto turístico actual, es decir, de aquello que el público puede comprar, aunque sea gratuito, y usar.

Este carácter marketing exige combinar dos orientaciones. La estratégica y de largo plazo, que define *lo que vamos a promover*, con la operativa y operacional, de corto plazo, que establece las acciones a realizar desde el mismo inicio para aumentar la captación de turistas.

La preparación del marketing supone actuar en cuatro ámbitos:

- En la definición de la estrategia de productos, tanto a nivel general como a nivel específico de las diferentes líneas del turismo especializado.

F.4 - EL PROCESO DE MARKETING TURÍSTICO



Fuente: Chías Marketing

- Esta definición está íntimamente ligada con el segundo ámbito, la estrategia de mercados (nacionales e internacionales, cercanos y lejanos), así como con los diferentes públicos objetivo.
- El tercer ámbito en el que hay que actuar es en la formulación del posicionamiento deseado en los mercados, variable fundamental que no sólo define el plan, sino que se convierte también en el instrumento técnico principal para un eventual diseño de la marca turística y para la definición del decálogo o argumentario y del mensaje permanente.
- Por último habrá que determinar, en base a las tres estrategias anteriores, el balance de las actuaciones a realizar dirigidas al trade turístico (intermediarios) para que empuje el producto hacia el público, y las dirigidas al consumidor final, para que lo compre.

En este sentido la metodología propia expuesta para los PLADETUR – Planes de Desarrollo Turístico considera una perspectiva estratégica de actuaciones sobre el proceso de gestión de transformación de recursos en productos y de éstos en ofertas dirigidas al mercado, lo cual conlleva a las perspectivas de visualización de objetivos y programas territoriales tanto desde su campo de desarrollo como de marketing.

A su vez, se toman las consideraciones definidas por el Servicio Nacional de Turismo, Sernatur, que recoge el proceso de planificación para un PLADETUR en torno a un método de perspectiva integral con recomendaciones desde la aplicación de la Agenda 21 con un proceso participativo que se traduzca en una *carta de navegación para las autoridades y un marco de referencia para la comunidad y empresarios involucrados en el sector turismo*.

Por ello, el presente instrumento en formulación para la Comuna de Mejillones enfocará el PLADETUR y siguiendo las orientaciones de Sernatur, como un instrumento que ha de ser útil para el logro de objetivos planteados en materia de desarrollo local y que cuente entre sus principales características en que:

- Se diseña desde una perspectiva integral, desde el punto de vista de la industria turística y en su relación con el conjunto de actividades que se localizan en el territorio..
- Se concibe como un instrumento para la coordinación de acciones que el municipio debe impulsar para aprovechar racionalmente su potencial turística, siendo un documento articulador de iniciativas públicas y privadas.
- Será resultado de un proceso de consenso con la comunidad, instituciones públicas y privadas en lo turístico a objeto de contar con una contraparte adecuada para la ejecución, seguimiento y evaluación.
- El diseño será explícito precisando a las autoridades y a la comunidad los objetivos que se plantean dentro del marco temporal predeterminado.
- Es un instrumento de carácter flexible, para permitir reaccionar ante eventuales cambios.
- Contará con instrumentos de planificación, promoción, capacitación, regulación y otros ámbitos con alto grado de compatibilidad para que los resultados sean concordantes con los objetivos.
- Cuenta con un análisis de factibilidad de su implementación para con ello poder facilitar su validación e intervención para el financiamiento.
- Buscará la coherencia con otros instrumentos de planificación local y regional.

OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

objetivo general

Desarrollar un PLADETUR para la Comuna de Mejillones que contemple un estudio detallado de la actualidad turística en la Comuna, a través de un diagnóstico, elaboración de estrategias y un plan de acción consensuado, a fin de caracterizar el destino y determinar una identidad propia.

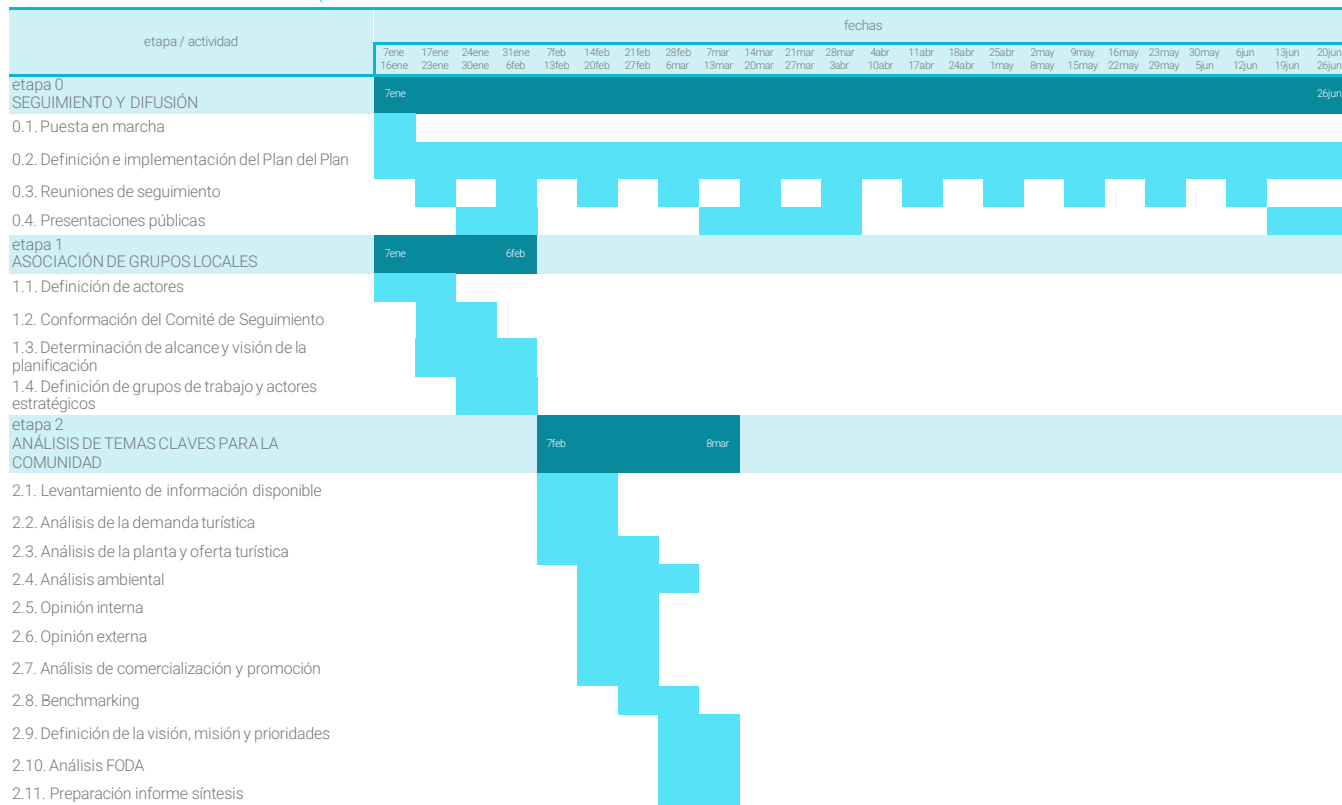
Además de elaborar una cartera de iniciativas (estudios, programas y proyectos) que permitan cumplir los objetivos estratégicos planteados, para el desarrollo en el ámbito del turismo de la comuna de Mejillones, para el período 2022-2026.



objetivos específicos

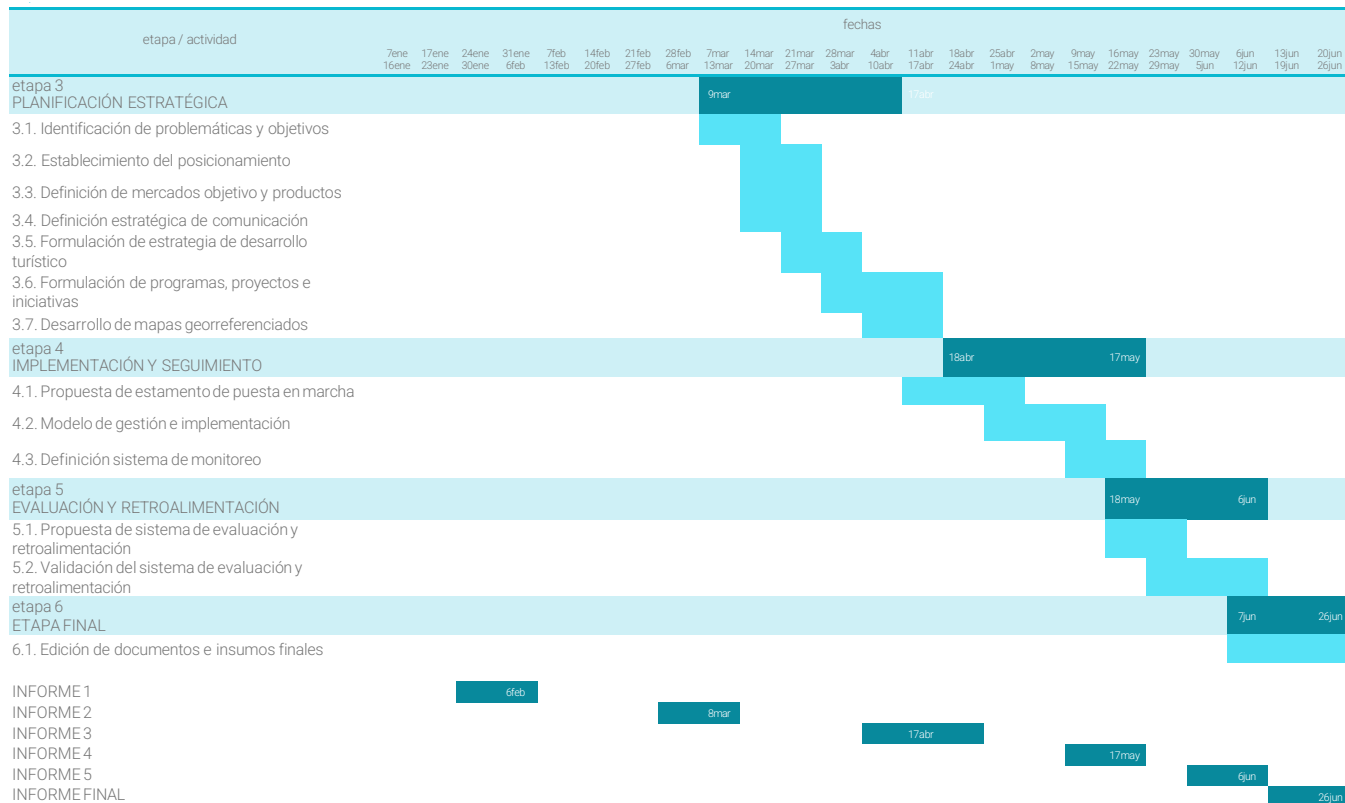
1. *Elaborar un diagnóstico actualizado de la oferta y demanda turística con los antecedentes secundarios disponibles y metodología de recolección de información participativa.*
2. *Elaborar un diagnóstico actualizado del desarrollo turístico en la comuna de Mejillones en relación con ordenamiento territorial, infraestructura habilitante, calidad e innovación de servicios turísticos, formación de capital humano, sustentabilidad y promoción del destino turístico.*
3. *Elaborar un diagnóstico histórico, sociocultural e identitario del destino turístico Mejillones.*
4. *Elaborar un catastro con la identificación de los atractivos turísticos comunales actuales y potenciales.*
5. *Proponer una imagen objetivo del destino turístico Mejillones desde la visión compartida de actores públicos, empresariales, gremiales, sociales y comunitarios que participen en el desarrollo turístico comunal.*
6. *Proponer una planificación estratégica completa para el Plan de Desarrollo Turístico de Mejillones, que permita lograr los objetivos esperados en la materia.*
7. *Proponer un plan de acción que aborde todos los ámbitos del desarrollo turístico, con una cartera de iniciativas priorizada que permita su financiamiento a través de fondos públicos y privados.*
8. *Generar un sistema de monitoreo del Plan, que permita a través de indicadores, medir el cumplimiento y avance de éste, como también determinar las adecuaciones necesarias en su desarrollo en el tiempo.*

F.5 - CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN (18)



Fuente: elaboración propia ID

F.5 - CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN (19)



Fuente: elaboración propia iD



2

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

SEGUIMIENTO, PARTICIPACIÓN
Y CONTROL

2 SEGUIMIENTO, PARTICIPACIÓN Y CONTROL

En este acápite se resumen los resultados de la ejecución de la etapa transversal del proyecto, que se mantuvo a lo largo de su implementación, acompañando la totalidad del proceso y que se denomina la Etapa 0, Seguimiento, participación y control.

Por lo tanto, a continuación, se presentan en los puntos de la *puesta en marcha y seguimiento y presentaciones públicas* los resultados en cuanto a las actividades de:

- puesta en marcha
- definición e implementación del Plan del Plan
- reuniones de seguimiento
- presentaciones públicas

2.1. PUESTA EN MARCHA Y SEGUIMIENTO

Corresponde a la reunión de inicio con la contraparte, que ha sido efectuada a 12 de enero 2022 a objeto de la puesta en marcha y coordinación inicial tras la firma de acta de proceder de 7 de enero 2022.

En la ocasión se procedió con la revisión de los detalles metodológicos y todo ajuste necesario en términos de cronograma-Carta Gantt para la implementación del proyecto: actividades, difusión, plazos, procesos de convocatoria, entre otros.

Se presentó el equipo de trabajo, como también se establecieron los vínculos con los equipos de la municipalidad liderados por la Oficina de Turismo.

Se comentaron los antecedentes disponibles que pueden ser de insumos para la realización de trabajos y se comentaron orientaciones para la comunicación a través de plataformas del Plan del Plan.

Adicionalmente, se solicitó a la contraparte la propuesta de actores claves público-privados para la constitución del Comité de Seguimiento, que responde, además, a las necesidades ante este tipo de procesos, de definición de una estructura de gestión para la coordinación de la planificación.

Respecto al Plan del Plan, como parte de valor agregado al proceso, el equipo ha propuesto la construcción de una marca del plan y un conjunto de espacios de difusión para la comunicación de los avances, convocatorias y vinculación con los actores.

De esta forma se responde a la necesidad derivada de la complejidad técnica de comprender el alcance de los PLADETUR y ayudando así en la comunicación y también en el recuerdo entre los públicos implicados.

Desde este punto inicial, se ha diseñado una marca que acompaña el proceso y su posterior implementación - marca PLAN de TURISMO MEJILLONES, Plan de Desarrollo Turístico Comunal.

Asimismo, se ha elaborado una plataforma web y redes sociales asociadas al PLADETUR: [@pladeturmejillones](https://www.instagram.com/pladeturmejillones) en Instagram, [@pladeturmejillones](https://www.facebook.com/pladeturmejillones) Facebook y web pladeturmejillones.com, cuyos accesos para su administración se remiten en anexos al documento.

En el marco del proceso, se apoyó con la línea gráfica para la generación de folletería - posters, videos - cápsulas informativas para difusión en televisión local y web del plan y web municipal.

F.6- LA MARCA PLADETUR MEJILLONES

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

Fuente: elaboración propia iD

F.7 - WEB PLADETUR MEJILLONES (1/6)



PLAN DE TURISMO MEJILLONES

Trabajar de manera coordinada para hacer a la comuna de Mejillones un destino competitivo para Chile y el mundo es uno de los ejes del importante trabajo que contempla el proyecto PLADETUR.

Durante el mes de enero se dio inicio al proceso de trabajo correspondiente al PLADETUR de Mejillones "Plan de Desarrollo Turístico Comunal" proyectado a cargo de la consultora (D actur) e Impacto, que tiene como objetivo principal:

"Desarrollar un Plan que contemple un estudio detallado de la actualidad turística en la Comuna, a través de un diagnóstico, elaboración de estrategias y un plan de acción consensuado, a fin de caracterizar el destino y determinar una identidad propia".

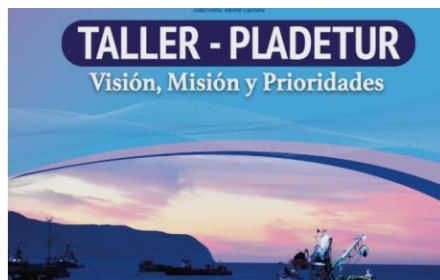
Junto con ello, el trabajo además incorpora, la elaboración de una cartera de iniciativas (estudios, programas y proyectos) que permitan cumplir los objetivos estratégicos planteados, para el desarrollo en el ámbito del turismo de la comuna de Mejillones, para el periodo 2022-2026.

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal



Fuente: www.pladeturmejillones.com

F.7 - WEB PLADETUR MEJILLONES (2/6)



TALLER PARTICIPATIVO

Ayer miércoles 2 de marzo, se llevó a cabo un interesante taller, el que contó con la presencia de expertos internacionales en turismo. La actividad realizada en el marco del desarrollo del PLADETUR Mejillones, permitió además definir junto a los actores locales los aspectos base para la construcción de la visión y misión para el destino Mejillones.

Para conocer más en profundidad esta interesante reunión, los invitamos a ingresar al siguiente link:
[Taller](#)

CUARTA MESA REGIONAL

Ayer miércoles 16 de febrero, se realizó la cuarta mesa comunal. Durante la jornada se revisaron los principales alcances del PLADETUR Mejillones. Junto con ello, la consultora a cargo del desarrollo del plan, realizó dos actividades participativas con el objetivo de conocer la visión de actores del turismo local, en relación a la oferta y la priorización de atractivos turísticos.

Para conocer en profundidad los alcances de este encuentro, pueden ingresar al siguiente enlace: [Cuarta Mesa Comunal](#)

Fuente: www.pladeturmejillones.com

F.7 - WEB PLADETUR.MEJILLONES (3/6)



LEVANTAMIENTO DE OPINIÓN

Son diversas las herramientas que se han implementado en el proceso de desarrollo del PLADETUR Mejillones, siendo la base del desarrollo, la participación de la industria del turismo local y la comunidad. En este sentido se llevó a cabo una interesante encuesta de opinión, que tuvo como objetivo conocer la visión de la comunidad en relación a las experiencias que a través del proceso de trabajo anhelan que se potencien, que actores consideran deben incluirse en la Gobernanza, entre otros temas. Las distintas opiniones en un verdadero aporte para las distintas perspectivas respecto al turismo que se están abordando en el proceso de la formulación del Plan de Desarrollo Turístico - PLADETUR. La invitación es seguir participando en las distintas instancias, donde las distintas visiones son un aporte para el desarrollo del PLADETUR y la comuna. **Sigamos construyendo juntos el futuro del turismo en Mejillones.**

QUINTA MESA COMUNAL DE TURISMO

El pasado miércoles 30 de marzo en las dependencias del Centro Cultural, se llevó a cabo la Quinta Mesa Comunal de Turismo.

El encuentro contó con la participación de distintos actores que forman parte de la actividad turística, así como también representantes de la comunidad local.

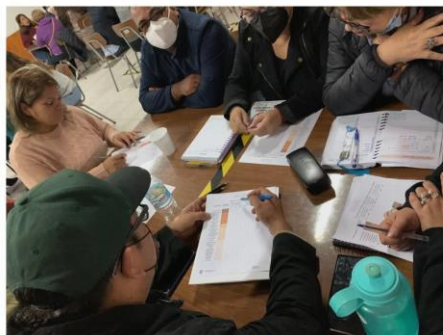
Durante la jornada el equipo de la consultora ID actitud e Impacto presentó los avances del trabajo realizado en el marco del PLADETUR de Mejillones, los cuales fueron socializados con los distintos grupos de interés.

Para acceder al contenido de la presentación ingresar al siguiente enlace: [PRESENTACIÓN](#)

Sigamos construyendo juntos el futuro del turismo en Mejillones.



F.7 - WEB PLADETUR.MEJILLONES (4/6)



INTERESANTE Y PARTICIPATIVA SEXTA MESA COMUNAL DE TURISMO

Una interesante y participativa Mesa Comunal de turismo, en torno al PLADETUR vivimos el día miércoles 27 de abril en nuestra comuna.

La actividad que contó con la participación del alcalde de Mejillones, Marcelino Carvajal, profundizó en aspectos claves para el desarrollo del turismo en el territorio.

Durante la jornada de trabajo, Miloš Mirković Director de la consultora ID actitud e Impacto, realizó una interesante dinámica, que permitió priorizar a las organizaciones con mayor incidencia en la industria del turismo local, prospectando la consolidación de una Gobernanza Turística para la comuna.

Sigamos trabajando juntos en el futuro del turismo de nuestra comuna.

SEXTA MESA COMUNAL DE TURISMO

Este miércoles 27 de abril, se llevará a cabo la Sexta Mesa Comunal de Turismo de Mejillones. Instancia de trabajo colaborativo donde toda la comunidad está invitada a participar.

Durante la jornada se reflexionará sobre el futuro del turismo y el trabajo que se está desarrollando a través del PLADETUR de la Comuna.

La cita es para el próximo miércoles 27 de abril a partir de las 18:30 en las dependencias de la Sede Génova.

No se queden fuera de este importante encuentro, donde seguiremos construyendo juntos el futuro del turismo de Mejillones.



Fuente: www.pladeturmejillones.com

F.7 - WEB PLADETUR.MEJILLONES (5/6)



Reimaginando un futuro maravilloso para Mejillones, sus residentes y visitantes.

TALLER MEMORIAS DEL FUTURO

MIÉRCOLES 1 DE JUNIO 18:00 HORAS

TALLER MEMORIAS DEL FUTURO

No sé queden fuera de este nuevo encuentro entorno al trabajo del Pladetur Mejillones.

Desde la visión creada, soñaremos con un futuro maravilloso y fortaleceremos el tejido social de nuestro territorio.

Sigamos construyendo juntos el futuro del turismo de nuestra comuna.

SÉPTIMA MESA COMUNAL

Toda la comunidad de Mejillones invitada: mañana miércoles 18 de mayo a participar de la séptima mesa comunal de turismo.

Durante la jornada profundizaremos en los avances del proceso de trabajo del PLADETUR, así como también reflexionaremos sobre cómo involucramos y cómo lograr la implementación de los programas e iniciativas propuestos en plan.

No sé queden fuera de este importante encuentro y sigamos trabajando juntos por el desarrollo del turismo en nuestra comuna.

Fuente: www.pladeturmejillones.com



¡ATENCIÓN
COMUNIDAD DE MEJILLONES!

PARTICIPA EN LA SÉPTIMA MESA COMUNAL DE TURISMO
"GOBERNANZA Y APLICACIÓN DE PROGRAMAS DEL PLADETUR"

¿Cómo nos involucraremos?

¿Cómo lograremos la implementación de los programas e iniciativas?

El encuentro se llevará a cabo
el Miércoles 18 de mayo
a las 18:00 hrs en las dependencias de la Junta Vecinal 3,
ubicada en Pasaje Iquique 200.

Construyamos juntos el futuro del turismo de Mejillones

MUNICIPALIDAD DE MEJILLONES DINATUR REGION DE ANTOFAGASTA

F.7 - WEB PLADETUR.MEJILLONES (6/6)



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS PLADETUR

El pasado miércoles 22 de junio, en el marco de la Octava mesa Comunal de Turismo, se realizó la presentación del proceso de trabajo del Pladetur de Mejillones @pladeturmejillones.

Durante la jornada se dieron a conocer los aspectos de mayor relevancia del desarrollo, creado por la consultora ID actitud e impacto.

El proceso incorpora una proyección de un trabajo hacia el futuro de la industria del turismo en la comuna.

Para conocer en profundidad todo el trabajo realizado, ingresar al siguiente enlace [Pladetur Mejillones](https://pladeturmejillones.com). Y si quieres ver en detalle la actividad solo presiona este link [Presentación 22 de junio](#)

OCTAVA MESA COMUNAL DE TURISMO

Toda la comunidad de Mejillones invitada este miércoles 22 de junio, a partir de las 18:00 a la presentación final de los resultados del proceso de trabajo del PLADETUR de Mejillones.

La jornada se realizará en las dependencias del Teatro Gamalín Guerrero a partir de las 18:00 hrs.

Es muy importante que se sumen y sean parte de esta importante reunión, donde comenzaremos a concretar las bases para hacer de Mejillones un destino competitivo para Chile y el mundo.

Sigamos trabajando juntos por el futuro del turismo nuestro territorio.



Fuente: www.pladeturmejillones.com

F.8 - REDES SOCIALES PLADETUR MEJILLONES (1/4)



Fuente: <https://www.instagram.com/pladeturmejillones/> y <https://www.facebook.com/pladeturmejillones>

F.8 - REDES SOCIALES PLADETUR MEJILLONES (2/4)

www.pladeturmejillones.com

Viajar Caminata

Fotos Ver todas las fotos

Amigos Ver todos los amigos
122 amigos

Pladetur Mejillones
28 de febrero a las 22:12

Este miércoles 2 de marzo, se realizará un interesante taller que permitirá comenzar a establecer los lineamientos base para la definición de la misión y visión para nuestra comuna.

Para inscribirse deben scanear el código qr que aparece en la imagen.

#chile #turismo #mejillones #pladetur #pladeturmejillones

Ilustre Municipalidad de Mejillones

TALLER - PLADETUR
Visión, Misión y Prioridades

Solicitar Link de Registro y Acceso a:
lpool@mejillones.cl
o escanear el siguiente código:

Miércoles 2 de Marzo
17:00 horas
modalidad virtual
vía zoom

Amigos Ver todos los amigos
159 amigos

Comidas Rápidas Haam Diana Molina Rivera Elizabeth Chofer

Marjoja Zavala Aventura Marina Rocio Castellanos

Williams Eduardo Rojas Caverres Delicias Amanda Carmen Diaz

Pladetur Mejillones
25 de marzo a las 13:33

Nos volvemos a encontrar!!

El próximo miércoles: 30 de marzo a partir de las 17 hrs. se realizará de manera presencial la Quinta Mesa Comunal de Turismo, jornada en la cual se darán a conocer los avances del trabajo realizado en el marco del PLADETUR de Mejillones.

No se queden fuera de este importante encuentro, el cual se realizará en el Centro Cultural de la Comuna y donde su participación es muy importante... Ver más

5ta Mesa Comunal de Turismo
Mejillones

30 MARZO 17:00 CENTRO CULTURAL

Ilustre Municipalidad de Mejillones
convoca a toda institución vinculada al Turismo
(Restaurantes , Artesanos, Hospedajes etc.) a la
5ta Mesa Comunal de Turismo

Fuente: <https://www.instagram.com/pladeturmejillones/> y <https://www.facebook.com/pladeturmejillones>

F.8 - REDES SOCIALES PLADETUR MEJILLONES (3/4)



Fuente: <https://www.instagram.com/pladeturmejillones/> y <https://www.facebook.com/pladeturmejillones>

F.8 - REDES SOCIALES PLADETUR MEJILLONES (4/4)



Fuente: <https://www.instagram.com/pladeturmejillones/> y <https://www.facebook.com/pladeturmejillones>

Como parte del inicio de las labores el equipo consultor realizó una visita a terreno el 20 de enero 2022, ocasión en la cual se efectuó la identificación in situ de los atractivos turísticos que forman parte del catastro de Sernatur, como también con el ajuste pertinente de la base de atractivos que ha sido elaborada por la municipalidad.

Posteriormente, a fecha 26 de enero 2022, se sostuvo la siguiente reunión de coordinación con la contraparte. En la ocasión, se coordinó en particular la actividad participativa del 1 de febrero y se clarificaron las dudas sobre el proceso en cuanto a la participación de actores públicos y privados, en particular, desde la Mesa de Turismo Comunal. Para ello, se dejó la posibilidad de participación en las reuniones mensuales de la Mesa de Turismo Comunal del equipo consultor para fines de exposición de avances respectivos.

Las reuniones de seguimiento con la contraparte quedaron de carácter quincenal, donde se revisan los avances, como también poder potenciar la comunicación de la difusión y articulación de actividades participativas que se programen.

En el mes de febrero, se realizaron reuniones de coordinación a fecha 10, 23 y 24 de febrero y del Comité de Seguimiento a través de la Mesa de Turismo Comunal a 16 de febrero 2022.

Para el mes de marzo las reuniones de seguimiento fueron el 10 y 24 de marzo y con la Mesa de Turismo Comunal, se efectuó un encuentro a fecha 30 de marzo 2022. En el mes de abril, la reunión de coordinación fue el 13 de abril y el encuentro con la Mesa de Turismo Comunal, a 27 de abril.

Por su parte, durante el mes de mayo, se sostuvieron reuniones de coordinación el 3 y 23 de mayo, y con la Mesa de Turismo Comunal a 18 de mayo 2022. Finalmente, en el mes de junio se realizó a 10 de junio reunión de coordinación y reunión de presentación con la Mesa de Turismo Comunal a 22 de junio 2022.

En paralelo, se mantuvo una coordinación vía canal de red social Whatsapp abierto entre la contraparte municipal y la dirección del proyecto de parte del equipo consultor.

2.2. PRESENTACIONES PÚBLICAS

De acuerdo a la implementación programada para la formulación del PLADETUR, se estableció la realización de 3 presentaciones públicas de avance del proceso. Estas presentaciones complementan espacios de reuniones y actividades participativas y de interacción con los actores.

La primera presentación pública se organizó y realizó a fecha 1 de febrero 2022.

Esta se refiere de dar el inicio público del proceso, para incentivar la participación y explicar los trabajos. Se contó con la intervención del Alcalde de Mejillones, de representantes municipales, de Sernatur y actores locales.

Se realizó la exposición sobre el proceso, como también se dio a conocer e invitó a los asistentes en completar un instrumento participativo inicial.

Los respaldos de la actividad se encuentran en los anexos del documento, como también se ha generado el respaldo de grabación de la sesión disponible en <https://youtu.be/6G-MrjbEnLc>.

Se señala que la Municipalidad de Mejillones ha facilitado la posibilidad de transmitir en vivo por la plataforma Facebook la presentación pública, sin embargo, se han presentado ciertas dificultades técnicas para su realización óptima.

No obstante, el link disponible ha sido difundido a través de la web del PLADETUR para su posible difusión entre quienes no han podido asistir al encuentro.

De acuerdo a la planificación, la segunda presentación pública trató de la presentación del diagnóstico y de la estrategia, donde se motivó la interacción en cuanto a las definiciones estratégicas para el PLADETUR comunal.

Esta exposición se realizó con fecha 16 de marzo, cuyo link de respaldo es: <https://youtu.be/ZjV6rG4D9hA>.

En la instancia se contó con la participación también de expositores internacionales del equipo de trabajo.

Cabe señalar que a 30 de marzo se realizó una exposición presencial adicional de los avances del proceso en la comuna de Mejillones.

La última sesión de presentación pública corresponde a la presentación de cierre, de exposición de resultados y puesta en marcha de la implementación del plan. Esta se realizó de manera presencial, a 22 de junio, dando la puesta en marcha del instrumento.

Adicionalmente, se sostuvo un encuentro de presentación de resultados con el Consejo Municipal de Mejillones, que se realizó a 13 de junio 2022.



3

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

ASOCIACIÓN DE
GRUPOS LOCALES

3 ASOCIACIÓN DE GRUPOS LOCALES

A continuación, se presentan los resultados de la Etapa 1, Asociación de grupos locales, que se compone de las actividades de:

- definición de actores
- conformación del Comité de Seguimiento
- determinación de alcance y visión de la planificación
- definición de grupos de trabajo y actores estratégicos

De acuerdo a Sernatur en sus Orientaciones para el diseño de Planes de Desarrollo Turístico (2015), esta etapa corresponde *a la creación de una estructura organizativa que coordine y supervise la integración de los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico, lo que conduce en establecer una visión compartida acerca de las condiciones en que se espera se desenvuelva la actividad turística.*

3.1. DEFINICIÓN DE ACTORES

Para la definición de actores se procedió en coordinación con la contraparte a la recepción de antecedentes e identificación de actores públicos y privados vinculados a la actividad turística comunal y, en particular, de aquellos que son invitados a las sesiones de la Mesa de Turismo.

En total, se identificaron 77 actores de los cuales 36 son artesanos, 15 restaurantes, 12 hoteles y 14 categorizados en *otros*, como las juntas de adelanto, agrupaciones, entre otras entidades.

La identificación de los actores se toma desde una perspectiva dinámica, por lo cual a lo largo de la implementación se dio la posibilidad de ser complementada de acuerdo a los objetivos y alcances esperados.

F.9 - ACTORES IDENTIFICADOS (1/2)

	EMPRESA	REPRESENTANTE
1	TITO COBRELOA	Ronal Merma
2	LA ROCA	Germán Rojas
3	EMPANAPOLIX	Evelyn Fuentes
4	ESPACIO LIBERO	Nicolás Bribbo
5	LOS PINOS	Marcos Valle
6	CASINO MUNICIPAL	Pedro Corrales
7	ESPINAKEITOR	Nancy Vidal Rojas
8	CAFETERÍA Y HELADERIA AMORE GELATO	María Ramos
9	LA DAYANCITA	Amelia Guevara
10	RUSTIC RESTO BAR	Magdalena Evelyn Alejandra Castillo
11	THE CORNER FOOD	Paz Villalobos Villanueva
12	CAFE AMELI	Juan Alvarado
13	PUERTO BELLO	Raquel Rivera Cortes
14	GULLIBERT	Delmira Mardones
15	SABORES DEL CAMPO	Cesar Herrera
16	HOTEL CAPITANIA	Patricia Amado
17	HOTEL PARIS	Isaías Echegoyen
18	HOTEL ALTO DEL SOL	Camila Korlaet
19	CABANAS "IN HOME"	
20	APART HOTEL RAPALLO	Sergio Bribbo
21	APART HOTEL BAHIA	Sergio Bribbo
22	HOTEL H Y H	Rosa Teresa Arce Robledo
23	HOSTAL EL REY	Jessica Lemus Ayara
24	HOTEL ALTO DEL SOL	Camila Korlaet
25	HOTEL MEJILLONES	Katerine Lampidis P.
26	HOTEL MARLUZ	Soc comercial marluz
27	HOTEL MIRAMAR	Jessica Quintanilla

	EMPRESA	REPRESENTANTE
28	ARTESANOS	Adriana Canelo
29	ARTESANOS	carolina li yau
30	ARTESANOS	Claudia Borquez
31	ARTESANOS	Daniza Moya Pinto
32	ARTESANOS	Estefania Briceño
33	ARTESANOS	Elvira Alvarez
34	ARTESANOS	Fernanda Salas Olivares
35	ARTESANOS	haydee pavez
36	ARTESANOS	Isabel Cepeda
37	ARTESANOS	Jacqueline Garcia
38	ARTESANOS	Jeans Fernandez
39	ARTESANOS	Katherine Ferreira Castellanos
40	ARTESANOS	Luis Miranda Troncoso
41	ARTESANOS	Mara Lobos
42	ARTESANOS	Margot Oviedo
43	ARTESANOS	María Castellano
44	ARTESANOS	María Díaz Díaz
45	ARTESANOS	María Fernanda Morales Montiel
46	ARTESANOS	Marlene Gomez
47	ARTESANOS	Martina Miranda Peralta
48	ARTESANOS	Maximo Salinas
49	ARTESANOS	Miriam Garay Diaz
50	ARTESANOS	Mirna Cisterna Trigo
51	ARTESANOS	Monica Oviedo
52	ARTESANOS	Nancy Meza Cayo
53	ARTESANOS	Nancy Avendaño
54	ARTESANOS	Nelly Pizarro Valencia
55	ARTESANOS	Paola Castillo Solis
56	ARTESANOS	Pedro Rojas Herrera

Fuente: I. Municipalidad de Mejillones

F.9 - ACTORES IDENTIFICADOS (2/2)

	EMPRESA	REPRESENTANTE
57	ARTESANOS	Rossana Dorador
58	ARTESANOS	Sergio Labra Torres
59	ARTESANOS	Samanta Moya
60	ARTESANOS	Vanesa Rodríguez
61	ARTESANOS	Veronica Rojas
62	ARTESANOS	Xenia Romero Cortés
63	ARTESANOS	Zunilda Rivera
64	FOOD TRUCK BEN & BOOM	Fernanda Gonzalez Rodríguez
65	ETNICA SPA	Jessica Silva Silva
66	ANTOJO FRESH	BRIAM MONTAÑO OCHOA
67	ECONAUTICA	CASILDA GALLO
68	TURISMO JM	Juan Menares Henríquez
69	BUENA AVENTURA	JORGE CABRERA
70	RUMPAY	DANIZA ALQUINTA
71	EL CACIQUE	FRANCISCO SANCHEZ
72	MACO TUR	Yeimy Lindsay Maldonado cortes
73	CAMARA DE COMERCIO	MANUEL POBLETE
74	Barrio comercial Angamos	Javiera Alvarez
75	Agrupación industrial Mejillones	
76	JUNTA DE ADELANTO DE HORNITOS	Rafael Valenzuela
77	JUNTA DE VECINOS DE HORNITOS	



Fuente: I. Municipalidad de Mejillones

3.2. CONFORMACIÓN COMITÉ DE SEGUIMIENTO

En reunión sostenida con la contraparte, se ha relevado la oportunidad que para fines del Comité de Seguimiento se cuente con la instancia de la Mesa de Turismo que ha impulsado la I. Municipalidad de Mejillones.

Con ello, se pretendía poder tanto reforzar la instancia ya existente a nivel local, como además tener la posibilidad que los actores participantes de la Mesa de Turismo puedan apropiarse desde un inicio del proceso de formulación, como también, poder desde este ente buscar el fortalecimiento de una gobernanza para la implementación del PLADETUR.

Es así como el Comité de Seguimiento se adaptó a las sesiones de la Mesa de Turismo, que tenía previstas reuniones mensuales en las cuales se presentaron los avances y resolvieron dudas sobre las instancias participativas del PLADETUR.

3.3. ALCANCE Y VISIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

En reunión de presentación pública desarrollada a 1 de febrero 2022, tras las explicaciones del proceso general del PLADETUR, el equipo consultor realizó una actividad participativa con el objetivo de la definición del alcance y visión de la planificación teniendo con ello los objetivos y productos finales esperados.

Para ello, se creó un instrumento compartido entre los asistentes para que puedan contribuir a fin de poder identificar los alcances y prioridades que se abordarán desde el PLADETUR.

Con los antecedentes relevados se definen a seguir en síntesis los alcances y visión de la planificación del presente instrumento del plan de desarrollo turístico para la comuna de Mejillones.

alcances de la formulación del PLADETUR

PLADETUR hecho de acuerdo a la realidad local.

De desarrollo integral y bienestar para la comunidad.

Con proyección de un turismo sustentable.

Con la puesta en valor del patrimonio histórico, cultural y natural y protección del entorno.

Que permita un rescate de la identidad local.

Propiciar la diversificación de actividades y ofertas turísticas.

Propiciar condiciones para la habilitación de espacios, mejora de infraestructura, servicios y del posicionamiento del destino.

visión de la formulación del PLADETUR

El Plan de Turismo de Mejillones, es un instrumento elaborado articulada, participativa y consensuadamente relevando un diagnóstico y definición de una estrategia, plan de acción y un sistema de monitoreo para su implementación.

Es un instrumento ordenador, que prioriza las inversiones y orienta el desarrollo turístico sostenible y responsable en beneficio de la comunidad de Mejillones.

Es un plan que integra iniciativas del ámbito de desarrollo y marketing turístico, propiciando la mejora de infraestructuras, servicios y del capital humano, como también la diversificación de actividades y ofertas permitiendo una mejor preparación y posicionamiento de Mejillones en los mercados turísticos.

El PLADETUR es una herramienta que permite el alcance de los acuerdos de trabajo al año 2026 mediante una gobernanza de los actores públicos, privados y la comunidad, en pro de un desarrollo turístico armónico de la comuna.

3.4. GRUPOS DE TRABAJO Y ACTORES ESTRATÉGICOS

Para fines de la formulación era necesario poder definir grupos de trabajo y mesas específicas con tareas y responsabilidades junto a la identificación de actores estratégicos para el desarrollo del plan de trabajo del PLADETUR.

Como parte de los grupos de trabajo se establece la siguiente diferenciación:

- sector público
- sector privado
- sociedad civil

En la siguiente página se señalan los integrantes para los grupos de trabajo y las mesas específicas para la formulación del PLADETUR.

Al sector público lo conformaron la I. Municipalidad de Mejillones, sus diferentes dependencias y el Concejo Municipal, Sernatur, Gobierno Regional, sus unidades con incidencia en el desarrollo del sector turismo de Mejillones, otras entidades de gobierno central - Seremi MOP, Minvu, Cultura, Corfo, Sercotec, Sence, Sernapesca, Armada de Chile, entre otras.

Al sector privado lo conformaron el sector empresarial según rubros, tales como alojamiento, restauración-gastronomía, artesanía, turismo de aventura, actividades de esparcimiento, tour operación, artesanía, etc., además de las organizaciones gremiales, asociaciones, como lo es la Cámara de Comercio, Agrupación Industrial, Barrio Comercial, Asociación de Turismo de Mejillones, entre otras.

La sociedad civil la componían los representantes de agrupaciones con incidencia en el quehacer turístico y son de base no gubernamental o de protección, como lo es la Fundación Gaviotín Chico, la Junta de Adelanto de Hornitos, y las juntas de vecinos de las zonas turísticas.

Se señala que además de los actores señalados, se propendió la integración de actores del segmento académico, sea desde la perspectiva de los centros de educación municipales, como son los centros de educación técnica y universitaria de la Región de Antofagasta que pueden y deseen contribuir en las líneas específicas de trabajo que se establece del plan de desarrollo turístico de Mejillones en torno a la mejora del capital humano.

En cuanto a las mesas de trabajo, y de acuerdo al plan de trabajo para la formulación e implementación del PLADETUR, se establecen las siguientes con sus respectivas tareas y responsabilidades:

1. Mesa de análisis de la planta y oferta turística. Realizar la revisión del catastro de atractivos existentes y potenciales y efectuar la valoración de atractivos-productos con perspectiva de mercados según su unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta.

2. Mesa de análisis de la comercialización y promoción turística. Que persigue la búsqueda y levantamiento de antecedentes sobre la comercialización y promoción local desde la base institucional y particular de los actores del sector turismo.
3. Mesa de definición estratégica de visión y misión. Apunta a proponer y validar prioridades con relación al desarrollo turístico a través de la definición de una visión y misión para el instrumento al año 2026.
4. Mesa de problemáticas y objetivos. Con enfoque en la revisión de los problemas prioritarios del desarrollo turístico local de Mejillones y los objetivos que permiten impulsar el turismo, junto a metas desde una perspectiva general y específica en cuanto a componentes de la oferta y demanda turística.
5. Mesa de posicionamiento del destino. Permitirá la validación de la percepción que se desea que tengan los diferentes públicos del destino de Mejillones.
6. Mesa de mercados objetivos y productos. Realiza una priorización y definición en torno a los mercados objetivo nacionales e internacionales, así como de los productos prioritarios agrupados y categorizados para representar las oportunidades de desarrollo y dinamización turística comunal.
7. Mesa de comunicación turística. Trabaja en la validación de propuestas de mensajes que acompañan las acciones a definir en cuanto a la promoción turística del destino.
8. Mesa de desarrollo turístico. Definirá acciones que apunten a zonas de desarrollo turístico, proyectos clave, mejora de servicios, formación, capacitación y conciencia turística, atracción de inversiones u otras a concordar.
9. Mesa de marketing turístico. Definirá acciones que apunten a la difusión, posicionamiento de la imagen, productos turísticos, materiales de soportes, acciones para el trade, medios e influenciadores, consumidor, información u otras a concordar..

10. Mesa de estamento de puesta en marcha. Responde a la definición de la gobernanza y las validaciones de los mecanismos de implementación y monitoreo de la estructura de gestión del PLADETUR.

Los grupos de trabajo han sido convocados por cada reunión-taller específico variando de acuerdo a las tareas y responsabilidades señaladas para alcanzar. No obstante, se propendía el seguimiento de un mecanismo de convocatoria ampliada para las mesas y la subdivisión en grupos más acotados de conversación y consenso en los cuales se buscó, en lo posible, una composición intersectorial entre aquellos actores de procedencia institucional pública, con aquellos del sector privado y la sociedad civil.

En este tipo de iniciativas se destaca la importancia de la posibilidad de ampliación de espacios de conversación que son favorables al afianzamiento de los actores y de la obtención de resultados más cohesionados en beneficio del instrumento y su futura implementación.

Respecto a los actores estratégicos, se subraya la significancia de la activa participación de la I. Municipalidad de Mejillones a través de sus diferentes unidades, en particular de la Oficina de Turismo, Dirección de Desarrollo Comunitario y de la Secretaría de Planificación Comunal.

A su vez, Sernatur Región de Antofagasta también es un actor estratégico para la orientación y articulación en cuanto al desarrollo y proyección turística de Mejillones junto con las perspectivas del desarrollo regional y de mecanismos de soporte para su alcance.

Finalmente, entre los actores estratégicos cabe integrar a las asociaciones empresariales locales con incidencia en turismo como lo son la Asociación de Turismo de Mejillones y la Cámara de Comercio de Mejillones, además de organizaciones como lo es la Junta de Adelanto de Hornitos y la Fundación Gaviotín Chico.

Todas estas entidades constituyen una red base para fines de la consecución de acciones de trabajo del PLADETUR.

3.5. CRONOGRAMA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

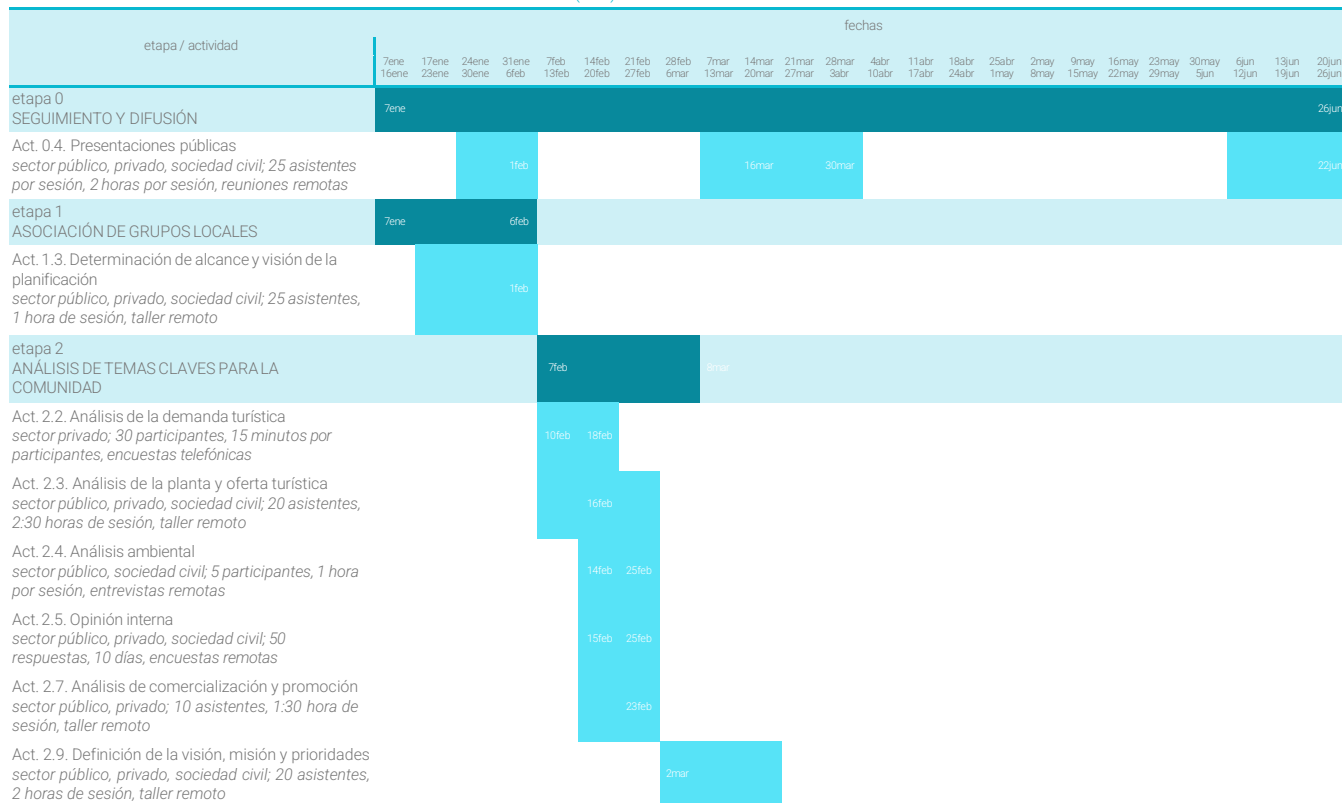
En cuanto al cronograma de participación ciudadana se ajusta a continuación el cronograma de implementación de la formulación del PLADETUR pudiendo con ello precisar, además, los grupos objetivo, nivel de participación esperado, tiempos y recursos a emplear.

La participación ciudadana se dividió en instancias de interacción participativa y de interacción consultiva.

La interacción participativa se dió a través de las diferentes mesas de trabajo establecidas, mientras aquellas de carácter consultivo son, más bien, de levantamiento de antecedentes, de opiniones que favorecen un mayor establecimiento de la vinculación de una base local más amplia.

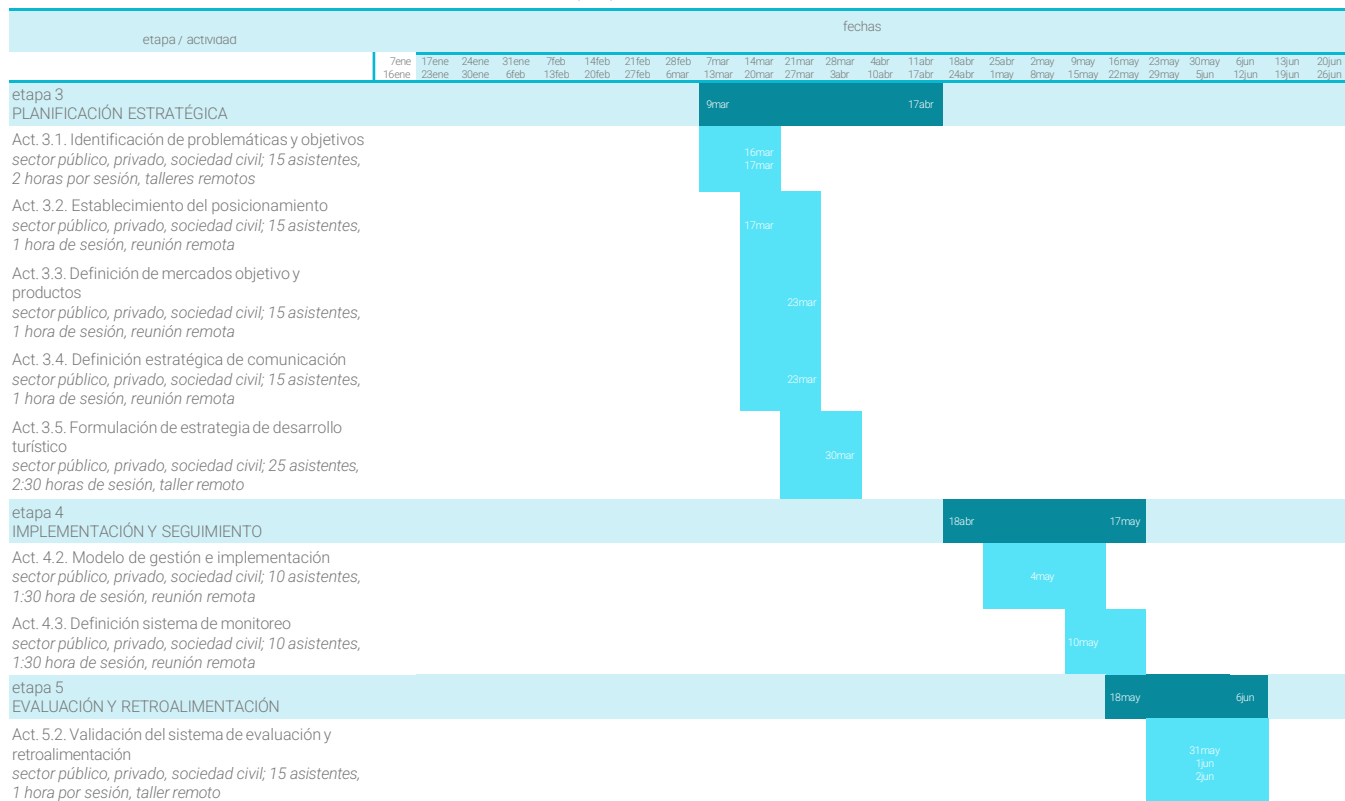
A continuación, se presenta la Carta Gantt y los antecedentes requeridos por cada actividad que cuenta con participación ciudadana abordada.

F.10 - CRONOGRAMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y ASISTENCIA ESTIMADA (48/2)



Fuente: elaboración propia ID

F.10 - CRONOGRAMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y ASISTENCIA ESTIMADA (49/2)



Fuente: elaboración propia ID



4

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

ANÁLISIS DE TEMAS CLAVES
PARA LA COMUNIDAD

4 ANÁLISIS DE TEMAS CLAVES PARA LA COMUNIDAD

A continuación, se presentan los resultados de la Etapa 2, Análisis de temas claves para la comunidad, que se compone de las actividades de:

- levantamiento información disponible
- análisis de la demanda turística
- análisis de la planta y oferta turística
- análisis ambiental
- opinión interna
- opinión externa
- análisis de comercialización y promoción
- benchmarking
- definición de la visión, misión y prioridades

- análisis FODA
- preparación informe síntesis

De acuerdo a Sernatur en sus Orientaciones para el diseño de Planes de Desarrollo Turístico (2015), esta etapa corresponde al *proceso de análisis con los actores locales involucrados en el sector turismo, por cuanto las decisiones municipales tendrán mayor posibilidad de éxito si responden a las expectativas e intereses de los residentes y de los usuarios de los servicios turísticos.*

Los resultados de las actividades ejecutadas se presentan a continuación en los acápite de *contextualización, análisis ambiental, oferta y demanda turística, opinión interna y externa, comercialización y promoción, benchmarking, y FODA, prioridades, visión y misión.*

4.1. CONTEXTUALIZACIÓN

A continuación, se presentan los resultados del levantamiento general por medio de fuentes secundarias con tal de poder construir un punto de partida para la contextualización territorial del proceso de la planificación del PLADETUR.

Se tomaron en consideración datos asociados a: ubicación, reseña histórica, geomorfología, geología, hidrografía, patrimonio local, conectividad, situación de servicios y equipamientos básicos, análisis socio cultural, indicadores sociales, demográficos y económicos, proyectos con impacto en desarrollo turístico, e institucionalidad.

La búsqueda de fuentes referentes se ha realizado según documentación proporcionada o indicada por parte de la I. Municipalidad de Mejillones, de antecedentes en disposición del equipo consultor y fuentes sectoriales nacionales.

LOCALIZACIÓN

Creada oficialmente el 04 de enero de 1957, en virtud de la Ley 12.419, la comuna de Mejillones se ubica en la Región de Antofagasta, en los 23° 20' S y 70° 20'W, a 1.440 kms. de la capital nacional, Santiago y a 65 kms. de Antofagasta, capital regional. Posee una superficie de 3.803,9 kms.² e integra a las localidades de Mejillones, Carolina de Michilla y Hornitos.

En cuanto a sus límites , estos son los siguientes:

- *al norte: una línea recta, desde la desembocadura de la quebrada Tames, en el mar chileno, hasta el trigonométrico cerro Colupo;*
- *al este: la línea de cumbres de los cerros de Buey Muerto y de Quimurcu, desde el trigonométrico cerro Coludo hasta el trigonométrico cerro Valenzuela; y la Sierra Miranda, desde el trigonométrico cerro Valenzuela hasta el Cerro Negro;*

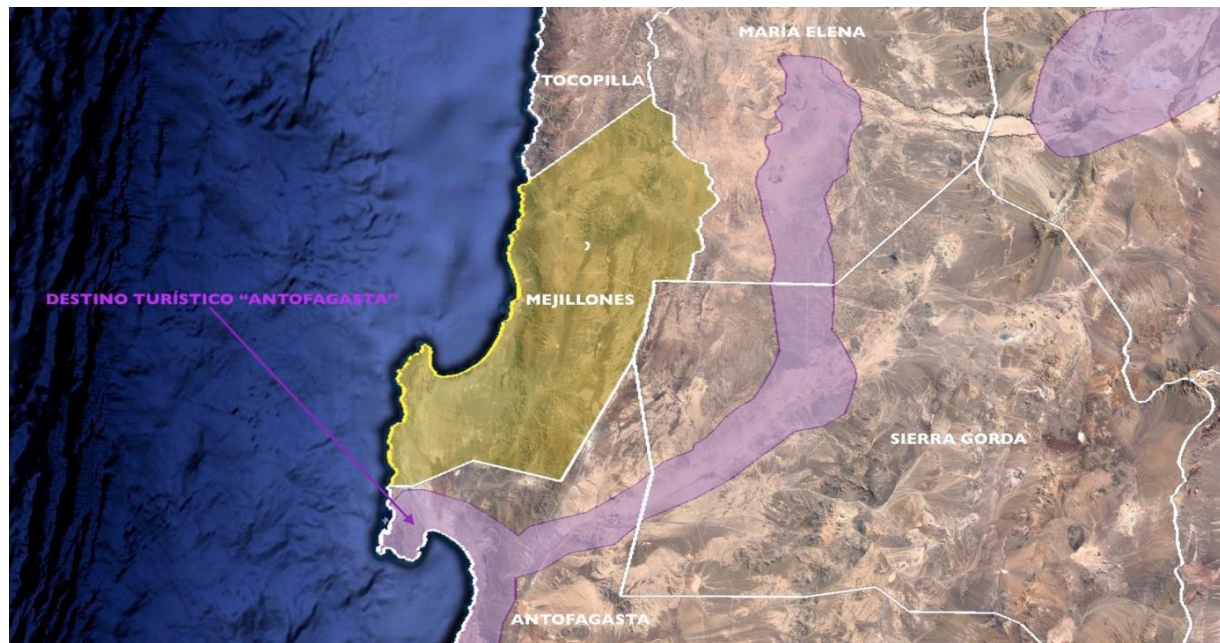
- *al sur: la poligonal que une al cerro Negro y la Punta Lagartos, pasando los trigonométricos cerro Gordo y cerro Bandurrias;*
- *al oeste: el mar chileno, desde la Punta Lagartos hasta la desembocadura de la quebrada de Tames.*

Su accesibilidad es eminentemente terrestre, a través de la ruta B2-62 por el norte y mediante la ruta B2-72 por el sur, como también vía el Aeropuerto Internacional, Andrés Sabella – Cerro Moreno, de Antofagasta

Posee más de 60 kilómetros de playas aptas para la pesca deportiva, el nado y la práctica de deportes acuáticos.

Actualmente, cabe señalar, la comuna de Mejillones no forma parte de ningún destino turístico priorizado por la Subsecretaría de Turismo - limita con el destino turístico Antofagasta, tampoco forma parte de alguna de las actuales Rutas Chile desarrolladas por el Servicio Nacional de Turismo.

F.11 – UBICACIÓN DE LA COMUNA DE MEJILLONES EN RELACIÓN A COMUNAS VECINAS Y DESTINOS TURÍSTICOS



Fuente: elaboración propia

RESEÑA HISTÓRICA

Para la revisión de la reseña histórica, se han analizado los contenidos del Plan de Intervención Territorial (Servicio País, 2021-2022), y del Estudio, Diagnóstico y Elaboración de Plan Maestro, Programa Recuperación de Barrios, Barrio Sector Casa de Máquinas, comuna de Mejillones (DESE UC, 2020).

Los orígenes de habitabilidad de Mejillones datan de tiempos de presencia de changos, quienes se distribuyeron a lo largo de todo el territorio costero de la Región de Antofagasta actual.

La comuna concentra una cantidad considerable de estructuras patrimoniales que dan cuenta de un pasado que ha marcado su configuración y a sus habitantes.

Desde sus inicios como un pequeño asentamiento localizado inicialmente al sur de la actual ciudad, su historia ha estado vinculada a la explotación de recursos naturales como el guano. Si bien la zona norte tiene un pasado histórico

reconocible por la extracción de minerales, como el salitre y el cobre, el guano fue un eje muy importante de la economía nortina que tenía un enclave de relevancia en Mejillones.

La comuna, estratégicamente ubicada en una de las bahías con mejores condiciones de navegabilidad y recursos marítimos, ya era proyectada como un fuerte y proyectable núcleo urbano en la administración boliviana del siglo XIX, en donde los gobiernos bolivianos de la época ya trabajaban en planos urbanos, trazabilidad de calles y un importante puerto comercial para la exportación de materias primas.

La Guerra del Pacífico fue un punto de inflexión en la historia de Mejillones al pasar de manos bolivianas a soberanía chilena en febrero de 1906 con la refundación de la ciudad bajo el gobierno de Germán Riesco.

Su desarrollo como uno de los focos industriales más importantes del país se reflejó en la necesidad de fortalecer la conectividad del territorio con el resto del norte chileno y las zonas portuarias, con el objetivo de transportar las materias

que eran explotadas en los alrededores, principalmente salitre; además del transporte de pasajeros entre Antofagasta y distintos puntos de la pampa salitrera.

En torno a la figura del ferrocarril es que se construye y desarrolla la ciudad de Mejillones, creándose núcleos urbanos con todos los servicios disponibles en la época para los trabajadores de dicha actividad productiva.

Destacada importancia tuvo el papel que cumplió la maestranza de ferrocarriles, perteneciente a la empresa de capitales ingleses Ferrocarril de Antofagasta a Bolivia (FCAB), nación que dejó su impronta en la arquitectura de una de las zonas más antiguas de la ciudad: el Barrio Casa de Máquinas, siendo esta maestranza, la segunda más grande del continente americano en aquellos años.

El desarrollo de un polo industrial convirtió a Mejillones en un punto de atracción para numerosos trabajadores. De este modo, el pueblo creció en las proximidades de la industria que impulsó la planificación de asentamientos a partir de sus

instalaciones, definiendo la disposición y organización de las edificaciones en función de criterios económicos e industriales (CORE Antofagasta, 2008).

Ya en el siglo XX, cambios en la planificación productiva de la región, eventos naturales y el declive de la extracción del salitre y, por ende la utilización del ferrocarril, estancan el proyecto de convertir a Mejillones en una ciudad de mayor relevancia a nivel regional y nacional.

Durante la década de los años 90, Mejillones modifica su actividad productiva, pasando de ser una comuna primordialmente extractivista de recursos marinos, a desarrollar un fuerte parque industrial, principalmente de químicos para el abastecimiento de la industria minera, lo que ha generado un vuelco en la planificación y proyección de la comuna.

CLIMA

El clima en la comuna de Mejillones es desértico cálido con nublado abundante. Este tipo de clima es más bien seco y presenta una gran estabilidad, siendo la oscilación térmica de 14,1°C y temperatura promedio anual de 15,8°C. El déficit o escasez de agua constituye una característica importante del clima, esto deriva por la presencia del anticiclón del Pacífico en la región que constituye una masa de alta presión. Este factor incide además en la dirección del viento que va en sentido sur-suroeste.

La humedad del mar da origen a camanchacas matinales y abundante nubosidad baja, además, en la faja litoral, la corriente de Humboldt produce una regulación térmica que rebaja la temperatura.

A pesar de las escasas precipitaciones que se registran en la comuna, se producen periodos de lluvias cada 11 a 30 años donde caen entre 5 y 10mms. de agua en uno o dos días. Estos eventos sumados a los largos periodos de escasez

agranan esta situación, la detección de construcción de viviendas en zonas dunares, en quebradas y lecho de cursos de agua, entorpeciendo el flujo natural, especialmente en época de lluvia.

Con respecto a la radiación solar en la ciudad es permanente durante todo el año y ha generado una adaptación de los habitantes a estas condiciones, quienes optan por llevar una vida al interior de las viviendas. Además, las plazas en el barrio responden a estas características, incluyendo sombreadores en el diseño. La alta radiación solar junto con la escasez de precipitaciones y las características del suelo, imposibilitan el surgimiento de cursos de agua superficial. Las precipitaciones son infiltradas al suelo o se evaporan. En eventos meteorológicos puntuales se puede estimar caudales de crecidas.

Las condiciones anteriores se complementan con la mencionada camanchaca que produce una niebla espesa y ocurre en Mejillones 110 días del año.

GEOMORFOLOGÍA

Según el Informe Territorial de la Comuna de Mejillones (CIREN, 2021), Mejillones está constituida por tres unidades geomorfológicas. Al oeste se desarrollan los relieves que constituyen la península, la parte central está ocupada por una extensa planicie elevada, prácticamente horizontal y, por último, al este, la cadena montañosa del Cerro Gris (l. Municipalidad de Mejillones, 2008).

La península de Mejillones es un cordón montañoso presentando su punto culminante en el morro de Mejillones de 766 metros de altura. Se pone en contacto hacia el oriente con la planicie, por medio de una ladera relativamente escarpada debido al control estructural ejercido por la falla Mejillones y también, por medio de un talud de piedemonte, constituido por los conos de escombros de talud y de deyección torrenciales.

La planicie intermedia es la unidad geomorfológica más importante por su extensión y amplitud. Está separada del

mar por una angosta playa arenosa y un acantilado costero, casi continuo, de una altura del orden de 20 metros. Desde el acantilado costero, la planicie se extiende hacia el sur con una débil pendiente (orientada de sur a norte), que no supera 1° de inclinación, hasta alcanzar una cota de 200 metros en afloramientos rocosos que la cierran a unos 23 kilómetros al sur del litoral.

Hacia el este, la planicie de Mejillones se une progresivamente al cordón montañoso del Cerro Gris, por medio de los depósitos coluviales de piedemonte.

Este cordón presenta una orientación norte-sur. Las cimas más importantes se sitúan hacia el oriente del relieve descrito, destacándose cumbres que sobrepasan los 1.000 metros de altura. El Cerro Gris, por su parte, sólo tiene 861 metros de altura. Un elemento geomorfológico importante es la existencia casi continua, de un acantilado costero de unos 20 metros de altura. Dicho acantilado tiene una gran importancia, como factor natural de protección ante el riesgo de tsunamis.

GEOLOGÍA

En Mejillones afloran rocas estratificadas sedimentarias y volcánicas; rocas intrusivas y metamórficas cuyas edades fluctúan entre el paleozoico inferior y el holoceno, siendo parcialmente cubiertas por depósitos de suelos del cuaternario (Plan de Desarrollo Comunal de Mejillones, 2008-2018).

La formación Bolfin aflora en la parte suroriental de Mejillones. Corresponde a una agrupación de rocas polimetamórficas cristalinas, entre los que destacan los gneises, anfibolias y esquistos muy plegados.

La formación Jorgino, donde las rocas más antiguas de la región son del paleozoico inferior y corresponden a esquistos micáceos, pizarras y filitas microplegadas, que afloran en la parte noroccidental y centro occidental de la península.

La formación La Portada, con secuencia de rocas sedimentarias marinas fosilíferas, del neógeno, que afloran al sur de la llamada pampa Mejillones.

La formación Mejillones, donde las rocas corresponden a una secuencia sedimentaria marina constituida por areniscas, limolitas y coquinas, que afloran en la parte central norte de la planicie de Mejillones, alcanzando por el norte hasta la localidad costera de Hornitos. La edad asignada a esta unidad es de pleistoceno a holoceno.

Además de las unidades de rocas mencionadas anteriormente, existen cuerpos intrusivos paleozoicos que afloran en el área del morro de Mejillones en la parte norte de la península. Corresponden principalmente a granitos y granodioritas con una edad tentativa permo-triásica.

Finalmente, en la Punta Chacaya afloran intrusivos cretácicos correspondientes a granodioritas y dioritas verdes subordinadas.

HIDROGRAFÍA

Según el Informe Territorial de la Comuna de Mejillones (CIREN, 2021), la comuna posee las características de desierto semiárido que imposibilita la aparición de escurrimientos visibles, existiendo gran cantidad de quebradas con lechos o cauces de distintas magnitudes.

Su importancia radica en los eventuales riesgos que se asocian a algunas de las quebradas que actúan como verdaderos desagües cuando se producen eventos pluviosos concentrados y de magnitud.

Las quebradas presentes son de escurrimiento intermitente, destacando las quebradas de Mejillones, Mititus, Ordoñez, y Naguayán. La disposición de las quebradas es generalmente este-oeste, desde las más altas cumbres hacia el mar.

Sin embargo, las quebradas antes mencionadas, afluentes a la quebrada Mejillones entregarían su eventual aporte hídrico con disposición norte-sur.

Dada la escasez de precipitaciones en esta zona, y la alta radiación térmica, no es posible el desarrollo de cursos de agua superficial. No obstante, es posible estimar caudales de crecidas asociadas a eventos meteorológicos locales (I. Municipalidad de Mejillones, 2008).

F 12- SUBCUENCAS DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA



Fuente: I. Municipalidad de Mejillones, 2008

PATRIMONIO LOCAL

Guaneras de Mejillones

Las guaneras motivaron que Chile declarara Mejillones como su frontera norte en 1842. El descubrimiento de otra veta en 1862 provocó el nacimiento del poblado. El guano rojo hizo que el congreso boliviano autorizara la guerra de ese país contra Chile para recuperar Mejillones. El guano obligó al primer tratado de límites con Bolivia en 1866, que fue modificado en 1874.

De acuerdo con el Consejo Patrimonial de Mejillones, *parece increíble que toda la historia que rodea a las guaneras de Mejillones se haya esfumado en la historia de Chile* (UCN Noticias, 2017).

La dictación de la Ley del Guano, promulgada el 31 de octubre de 1842 por el Presidente Manuel Bulnes, señala que las guaneras ubicadas en la costa del desierto de Atacama son de propiedad nacional.

De esta forma, fija como frontera norte en el paralelo 23, dejando claridad sobre la pertenencia de Mejillones al territorio chileno.

El edificio más antiguo de Mejillones, y de Antofagasta, es precisamente un edificio de las guaneras de Mejillones. Se trata de la Aduana Interventora para el Tratado de Medianería de 1866.

Fue construido en Mejillones en 1869 y posteriormente trasladado a Antofagasta en 1888 donde actualmente opera el Museo Regional de Antofagasta.

Asimismo, este edificio ha sido declarado Monumento Nacional, de la comuna de Antofagasta y no como un testimonio de la historia que formó en el actual Chile la historia de las guaneras de Mejillones.

A nivel comunal, se pueden identificar cuatro puntos donde se ubican los principales vestigios de las antiguas guaneras de Mejillones.

Según la información de Guaneras Mejillones (guanerasmejillones.cl) el primer punto es el yacimiento guanero propiamente tal, ubicado en el Morro de Mejillones y donde Juan López descubrió guano rojo en 1862. En esta ubicación aún existen vestigios de la explotación.

El segundo punto es caleta Ñoroble. Ha sido el primer embarcadero de guano durante el siglo XIX y donde también existió un poblado. Hasta hace recientemente en el lugar todavía se podía apreciar un cementerio.

Como tercer punto de interés se trata de La Caleta propiamente tal, que durante la concesión del Barón de la Riviere fue llamada San Luciano - en honor a Luciano Arman, su jefe. Esta zona es el casco fundacional de Mejillones.

Por último, Punta Cuartel sería la cuarta área relevante. En este lugar Chile inició activamente la integración del Desierto de Atacama a su territorio, con la construcción de un fortín el año 1846.

otros sitios patrimoniales destacados de la comuna

Hito paralelo 23 - Hito histórico, cuya rareza consiste en que fue medido y marcado por Arturo Prat para marcar el límite acordado por Chile y Bolivia en un tratado previo a la Guerra del Pacífico.

Cementerio de Grau y tripulación del Huáscar - Su rastro se fue borrando con el paso del tiempo. El Almirante Miguel Grau fue sepultado en Mejillones el 9 de octubre de 1879. Los restos de Grau y los marinos fueron repatriados a Perú, pero se mantiene el sitio.

Túmulos de Changos - sector Hornitos, Bahía de Hualahuala y Loberas al sur de Punta Angamos - Fueron áreas comunales formales y segregadas del sector residencial para el entierro de los difuntos, conformando cementerios compuestos de túmulos individuales que incluían ajuares y ofrendas, por lo general de artefactos relacionados a sus actividades de pesca y caza marina.

F.13 - CEMENTERIO DE GRAU, ACTUALMENTE DELIMITADO POR ESTACAS



Fuente: elaboración propia

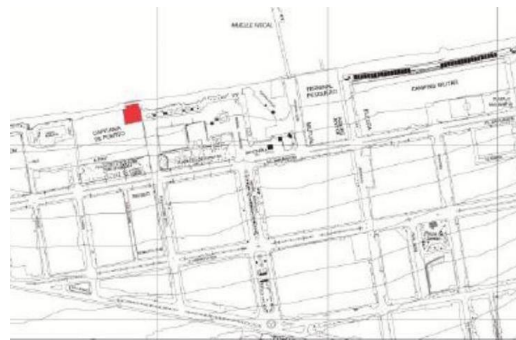
F.14 - HITO 23



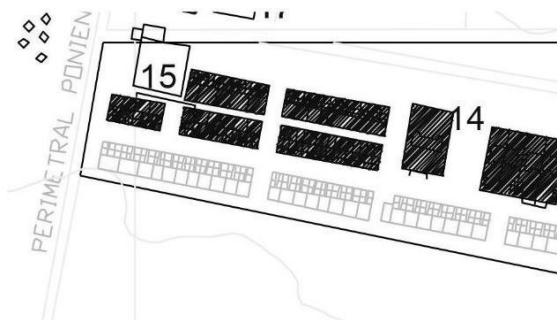
Fuente: elaboración propia

Si bien la comuna de Mejillones no posee infraestructura catalogada con algún grado de distinción y protección patrimonial por parte del Consejo de Monumentos Nacionales, posee diversos edificios que están catalogados por parte de la municipalidad como Inmuebles de Conservación Histórica, los cuales están representados por diecisiete inmuebles catalogados en una lista con esta denominación que se muestran a continuación con una referencia a su ubicación de acuerdo a las fichas facilitadas por parte de la Municipalidad.

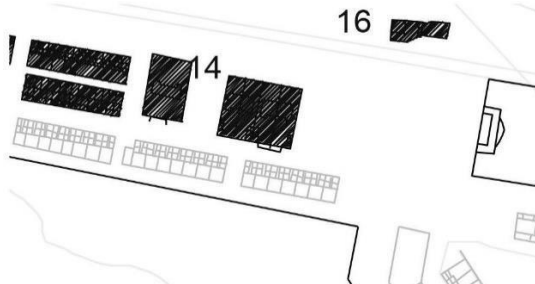
inmueble Capitanía de Puerto



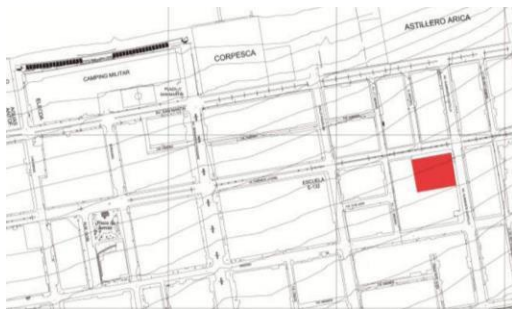
inmueble casa de Obreros Costanera Sur



inmueble Chalet Costanera Sur



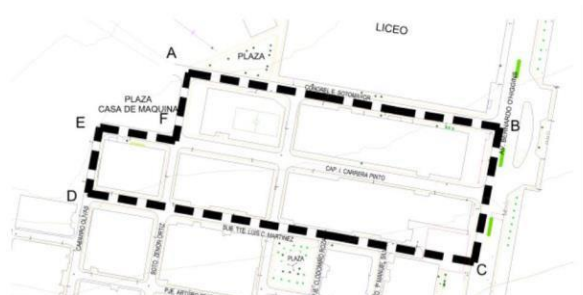
inmueble Iglesia Católica



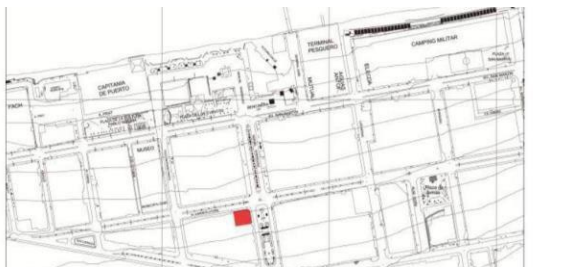
inmueble Casa de Máquinas



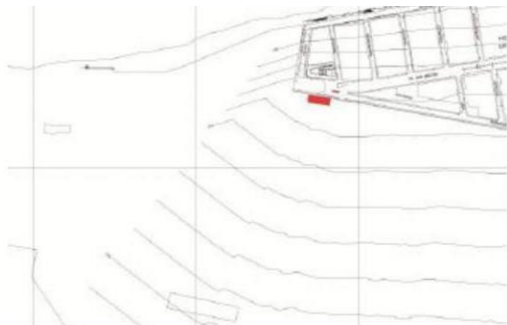
Zona de Conservación Histórica entre Av. Bernardo O'Higgins, Coronel Emilio Soto, pasaje Sargento Silva y Subteniente Luís Cruz Martínez



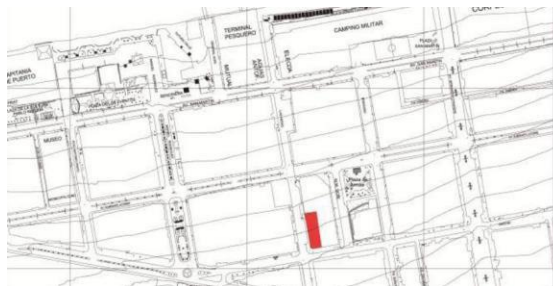
inmueble Casona Bienes Nacionales



inmueble CORPESCA



inmueble Correos de Chile



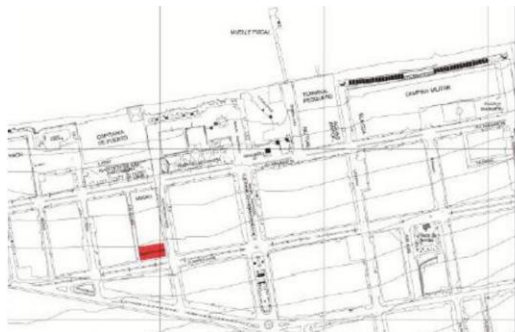
inmueble Dirección de Desarrollo Comunitario



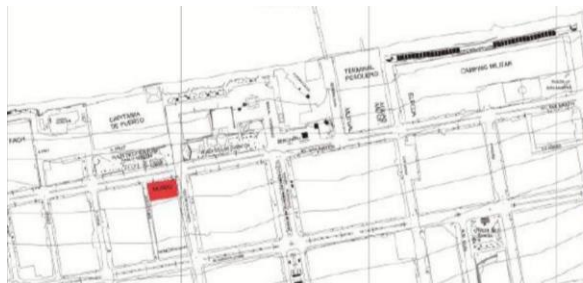
inmueble Estación F.C.A.B.



inmueble Ilustre Municipalidad de Mejillones



inmueble Museo de Mejillones



inmueble Oficina de Bahía Pesquera CORPESCA



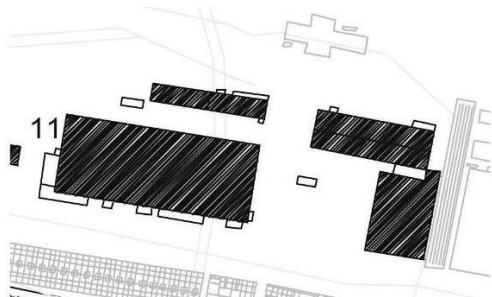
inmueble Ex Escuela de niños N°19, actual Defensoría Penal Pública



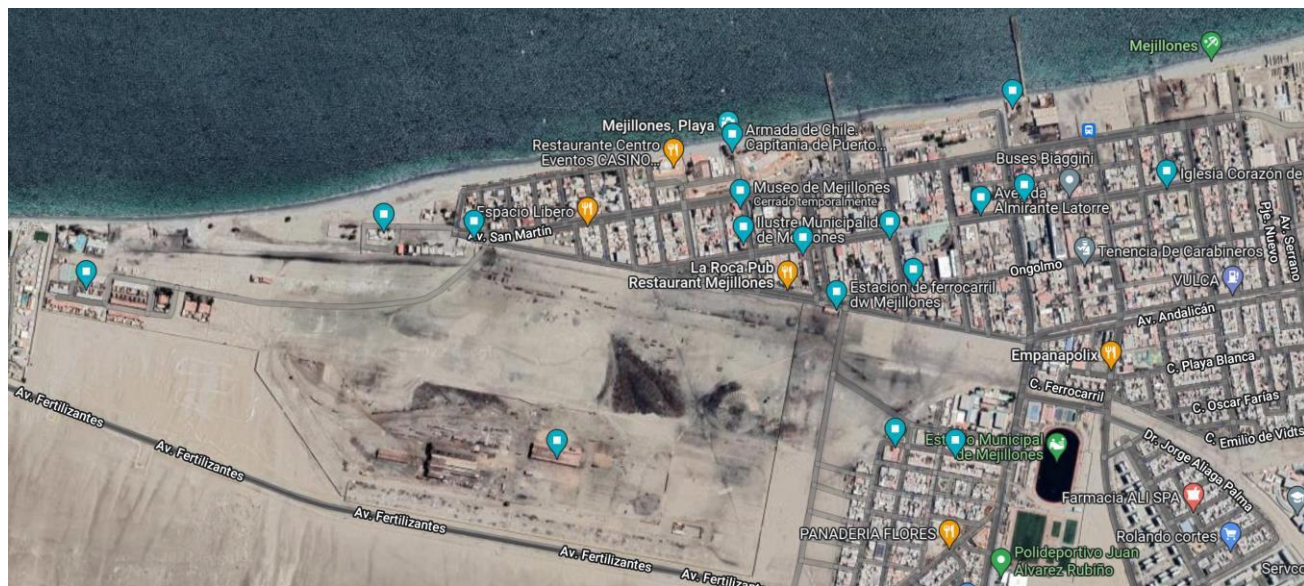
inmueble vivienda particular esquina Av. Almirnte Latorre con Bernardo O'Higgins



inmueble Maestranza Ferrocarril



F.15 - DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE SITIOS DE CONSERVACIÓN HISTÓRICA



Fuente: elaboración propia, en base I. Municipalidad de Mejillones

De acuerdo a las conclusiones sobre el área patrimonial elaboradas para la formulación del PLADECO 2021-2030 - en proceso de revisión y aprobación, se declara que se ha constatado el mal estado de conservación en que se encuentra el patrimonio cultural inmueble de Mejillones.

A escala del núcleo urbano los inmuebles de valor patrimonial se han quedado aislados, rodeados de edificaciones que no dialogan entre sí, perdiendo el valor de conjunto. Sin embargo, existen aún sectores urbanos que pueden ser entendidos como áreas patrimoniales. Las áreas patrimoniales revalorizan sectores urbanos ya que a nivel turístico ofrecen al visitante una experiencia conjunta, permitiendo el desarrollo de programas complementarios asociados a la hostelería como alojamientos, restaurantes, cafeterías, tiendas, entre otros. Además, generan beneficios en los sectores colindantes.

Se constata que los bienes culturales inmuebles que cuentan con protección legal en la comuna de Mejillones, únicamente son representativos de un periodo de inicios del siglo XX y se concentran en el núcleo urbano.

De esta forma, no se consideran sucesos históricos preliminares claves en la formación de la identidad de la comuna como la explotación del guano a partir de la década de 1840, que impulsó la formación del incipiente núcleo de Mejillones, y los conflictos limítrofes con Bolivia que gatillaron la Guerra del Pacífico.

De igual modo, se ha reconocido la existencia de áreas patrimoniales asociadas al período prehispánico de gran valor arqueológico, las que se encuentran distribuidas a lo largo del territorio costero.

Según el análisis adicional del equipo consultor se señala que el valor patrimonial de mayor preponderancia para Mejillones es su pertenencia a una región, un territorio del país, con características que han moldeado la forma de organización a raíz de sus condiciones climáticas, político-administrativas, presencia del ferrocarril, actividades agrícolas y mineras, entre otras. Por lo cual, el patrimonio base es el paisaje cultural, industrial-urbano, inmaterial y la manera como se ha ido adaptando a lo largo del tiempo.

El relevamiento del patrimonio edificado debe estar acompañando por elementos complementarios, por ejemplo patrimonio urbano, de paisaje y patrimonio intangible, etc., que le dan el significado y que son valorados por la comunidad residente.

El proceso de conformación de la estructura urbana y paisaje cultural actual es un atractivo a desarrollar. Para esto se considera de importancia la profundización en la valoración del patrimonio, con un eje constituido por la vía del ferrocarril, el cual, aunque ya no esta activo, constituye un elemento para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural integral.

Se considera, además que el Barrio Sector Casa de Máquinas pueda constituir un futuro punto de atracción dentro de la red de atractivos en el territorio.

El trabajo que se ha realizado con la comunidad evidenciado en los análisis sobre el Barrio Sector Casa de Máquinas, permite conocer la relación de los pobladores con su pasado, la permanencia por generaciones en este lugar y su deseo de

compartir estas historias. Esto es un elemento positivo y constituye la base firme para el desarrollo de un turismo sostenible y que incorpore el patrimonio como eje de su producto turístico.

La Zona de Conservación Histórica puede llegar a conformar el núcleo central de la oferta turística, complementado con los elementos del paisaje comunal y regional sustentados en su patrimonio intangible, relatos históricos, arqueológico y de oferta de actividades de turismo sostenible, enfocados a la recreación, deportes, descanso, estudio, entre otras.

CONECTIVIDAD

De acuerdo al Estudio, Diagnóstico y Elaboración de Plan Maestro. Programa Recuperación de Barrios, Barrio Sector Casa de Máquinas, comuna de Mejillones (DESE UC, 2020), Mejillones se conecta a nivel regional mediante la Ruta 1 Camino Antofagasta-Iquique, ruta costera que se presenta como una alternativa a la Ruta 5 que se ubica al interior, atravesando el desierto de Atacama. La Ruta 1 es transitada por vehículos particulares y de carga nacional e internacional. Mejillones es atravesado por la vía férrea de FCAB y se ubica a unos 40kms. del Aeropuerto Internacional, Andrés Sabella – Cerro Moreno, de Antofagasta.

El acceso a Mejillones se organiza en dos vías que se desprenden de la Ruta 1, la Ruta B-262 y la Ruta B-272.

Ambas rutas atraviesan la ciudad y llegan a la costa. La Ruta B-262 ingresa a la ciudad por el norte y se convierte en la Av. Andalicán, mientras que la Ruta B-272 entra por el costado sur de la ciudad y se transforma en la calle Ignacio Riquelme.

Además de las rutas mencionadas que conecta Mejillones con el resto de la Región de Antofagasta, existen vías de conectividad al interior de la comuna como la Ruta B-216 que une la localidad de Michilla con la empresa minera Carolina de Michilla, la Ruta B-220 que conecta la localidad de Hornitos con la Ruta 1, la Ruta B-240 conecta la quebrada de Mejillones con la Ruta 1 y la Ruta B-268 que conecta la península de Mejillones con el área poblacional.

La vialidad en Mejillones se ordena de acuerdo a tres elementos: avenidas principales que entran del interior a la costa, vías que funcionan como semicírculos que contienen el crecimiento de la ciudad, y el trazado del ferrocarril que divide el centro con la periferia de la comuna.

En cuanto a las vías que ingresan del interior a la costa, se encuentran de norte a sur Av. Serrano, Ignacio Riquelme y Av. Bernardo O'Higgins. En cuanto a la Av. Andalicán y Av. Fertilizantes se estructuran como medialunas que van en sentido de norte a sur llegando a la costa en ambos extremos.

La vía semicircular externa correspondiente a Av. Fertilizantes y que es la que conecta en sus extremos la Central Térmica Mejillones y la playa La Rinconada.

La vía férrea que llega desde Antofagasta, atraviesa la ciudad por la periferia sur hasta llegar a los terrenos de FCAB, a un costado del barrio Sector Casa de Máquinas.

Otro ramal de la vía férrea se desprende antes de entrar a la zona urbana, hacia el norte donde se encuentra el puerto de Mejillones.

El sector centro de la comuna se organiza en una cuadrícula de calles, donde destacan Av. Bernardo O'Higgins, Ignacio Riquelme y Av. Serrano como calles que van de la costa hacia el interior.

En sentido perpendicular, paralelo a la costa, destacan las calles Av. San Martín, Av. Almirante Latorre y Ongolmo. Este sector está limitado por Av. Andalicán, que se constituye como una vía perimetral del centro.

F.16 - RED VIAL Y CONECTIVIDAD DE MEJILLONES CON EL RESTO DE LA REGIÓN



Fuente: en base DESE UC, 2020

Hacia la periferia, al sur de Av. Andalicán, el trazado de las vías de los barrios es heterogéneo, siendo el trazado del ferrocarril un elemento que organiza el territorio.

En el límite oriente se encuentran vías de trazado irregular que están limitadas por Av. Andalicán, Av. Serrano y Av. Fertilizantes.

El sector ubicado entre las calles Av. Andalicán, Av. Serrano, calle Emilio de Vidts y calle Ferrocarril sigue el trazado de cuadrícula del centro urbano, y se encuentra limitado al sur por el trazado del ferrocarril.

Al sur de la vía férrea se encuentran dos barrios con distintos trazados viales.

Por una parte, se encuentra el barrio limitado por las calles Dr. Jorge Aliaga Palma que corre a un costado de la línea férrea y por Ignacio Riquelme y Av. Fertilizantes por el sur. Al poniente de Ignacio Riquelme se encuentra un trazado de cuadrícula, el cual es interrumpido por Diagonal O'Higgins.

F.17 - RED VIAL Y CONECTIVIDAD DE MEJILLONES URBANO



Fuente: DESE UC, 2020

F.18 - RUTAS DE CONECTIVIDAD TERRESTRE

SITUACIÓN RUTAS DE CONECTIVIDAD TERRESTRE COMUNALES Y CON EL RESTO DE LA REGIÓN

Ruta 1 (regional)	"Camino Antofagasta-Iquique", camino que conecta indirectamente a la comuna de Mejillones con los principales centros regionales (Antofagasta-Tocopilla). Presenta una longitud aproximadamente de 70 km. Se encuentra con terminación de carpeta asfáltica.
Ruta B-272 (local)	Constituye el acceso sur a la ciudad de Mejillones, a partir de la Ruta 1, Se encuentra con terminación de carpeta asfáltica, con una longitud aproximada de 18 km.
Camino al Morro (local)	Camino que recorre el perímetro externo de Mejillones en dirección a la parte oeste (El Rincón). Se encuentra con terminación de carpeta asfáltica y presenta una extensión de 4 km.
Ruta B-262 (local)	Carretera con presencia de carpeta asfáltica que conecta la Ruta 1 con Mejillones, a través del acceso norte, en una extensión de 12,5 km.
Ruta B-220 (local)	Constituye el acceso desde la Ruta 1 a la localidad de Hornitos e Itata. Presenta un Tratamiento Superficial Doble (T.S.D.) con una longitud aproximada de 5 km.
Ruta B-226 (local)	Constituye el acceso desde la Ruta 1 al Balneario de Chacaya. Presenta un Tratamiento Superficial Doble (T.S.D.) con una longitud aproximada de 1,7 km.
Ruta B-240 (local)	Camino que recorre el interior de la comuna desde Mejillones hasta Carolina de Michilla, en forma paralela a la Ruta 1. El camino se presenta ripiado en una longitud de 66 km.

Fuente: elaboración propia, en base SECPLA, I. Municipalidad de Mejillones, 2022

SERVICIOS Y EQUIPAMIENTOS BÁSICOS

Según antecedentes del Informe Territorial, comuna de Mejillones (CIREN, 2021), el Estudio, Diagnóstico y Elaboración de Plan Maestro. Programa Recuperación de Barrios, Barrio Sector Casa de Máquinas, comuna de Mejillones (DESE UC, 2020) y el Plan intervención Territorial (Servicio País, 2020- 2021), la población urbana en total es el 96,2% de la población comunal.

Posee acceso a servicios como el agua potable, tendido eléctrico e internet vía fibra óptica o satelital, sumado a la disponibilidad de servicios públicos como registro civil, departamentos municipales, servicios de salud, supermercados, infraestructura recreativa como cines, skatepark y restaurantes.

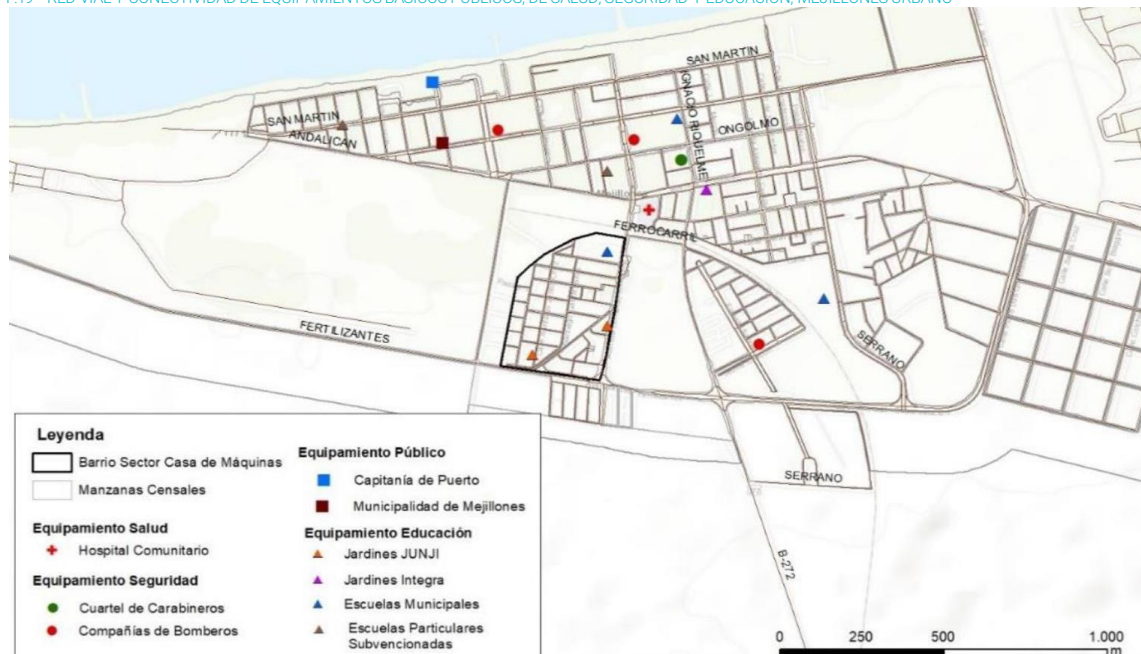
La población rural es distribuida en Itata, Michilla, Hornitos y Punta Cuartel. Se abastecen de energía eléctrica vía paneles solares y generadores, en el caso de Hornitos, poseen electricidad por tendido eléctrico por 12 horas al día.

En cuanto al agua potable, se debe acceder por camión aljibe y el internet sólo está disponible vía satelital y banda ancha móvil.

Según el Sistema Integrado de Información Social con Desagregación Territorial (SIIT-T) del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, las personas carentes de alcantarillado en Mejillones corresponden a un promedio de 16,3% a diciembre de 2020. Según la misma fuente, el porcentaje de hogares en situación de hacinamiento fue del 25,4%. Michilla cuenta con un sistema colectivo en base a dos fosas sépticas de mayor tamaño para todo el poblado. En el caso de Hornitos es en base a sistemas particulares o individuales. Casos específicos como la Caja Los Andes cuenta, para sus instalaciones, con una planta de tratamiento aprobada por la SEREMI de Salud.

El Hospital Comunitario de Mejillones es el único centro de salud que atiende a la comuna, y existe una Escuela Municipal y una Escuela subvencionada. La cobertura de Bomberos se distribuye en tres compañías.

F.19 - RED VIAL Y CONECTIVIDAD DE EQUIPAMIENTOS BÁSICOS PÚBLICOS, DE SALUD, SEGURIDAD Y EDUCACIÓN, MEJILLONES URBANO



Fuente: DESE UC, 2020

De acuerdo con la información del estudio en formulación para el PLADECO 2021-2030, una de las debilidades está en el sistema de transporte público urbano e interurbano.

De acuerdo con el Plan de Transporte Público Regional 2014-2026, prácticamente no existía en esa fecha un sistema de transporte urbano, rural o interurbano, ni en la categoría de taxis ni en la de buses. Sólo existía un sistema de taxis básicos privados (4% del total de la flota regional de transporte) 27 y, de manera marginal, buses rurales (1% de la flota total).

A nivel intercomunal, actualmente, entre Mejillones y Antofagasta opera el servicio Pullman Bus de buses interurbanos, con 6 salidas al día, en un trayecto de poco más de 1 hora de duración, por un valor de \$8.800 (valor en el tramo de ida desde el terminal de Antofagasta hasta la ciudad de Mejillones).

En lo que respecta a ferrocarriles y terminales portuarios, estos se utilizan principalmente para uso industrial y de carga.

- FCAB

Brazo logístico del grupo minero privado chileno Antofagasta PLC. Tiene acceso a 4 terminales portuarios en Mejillones (Puerto Angamos, Interacid, Terminal Mejillones y Puerto Mejillones) y 2 en Antofagasta (ATI y EPA). Cuenta con 700kms. de vía férrea y transporta carga de cátodos de cobre, concentrado de cobre y otros minerales, ácido sulfúrico y salmuera de litio. A nivel internacional, transportan concentrado de minerales desde Bolivia y tienen acceso al norte de Argentina.

- Complejo Portuario Mejillones

Empresa filial de Codelco, creada para consolidar un polo logístico y portuario en la bahía de Mejillones para todo tipo de cargas. Es dueña de los terrenos y activos portuarios para sus diferentes terminales, los cuales son financiados, construidos y operados por concesionarios privados, funcionando en base a un sistema denominado landlord port30.

ANÁLISIS SOCIO CULTURAL

De acuerdo con la fuente revisada del Plan intervención Territorial (Servicio País, 2021-2022), en cuanto a las características socio culturales, en términos generales se identifican dos grupos humanos ligados a recursos y asentamientos del territorio: aquellos ligados al mar y los urbanos-rurales.

El grupo humano de ligados a la mar incluye a personas y familias que viven en torno a la mar, desarrollando sus modos de vida en la costa mejillonina y sus alrededores, interactuando con la biodiversidad local, a la cual recurre como medios de vida.

Los mejilloninos ligados al mar poseen un gran sentido de pertenencia a su territorio, describiéndolo como un lugar con una diversidad y paisajes únicos, los que actualmente peligran debido al avance industrial en la comuna. La comunidad que se encuentra incluida en este grupo realiza distintas labores y oficios asociados a la mar, que van desde el uso directo de los

recursos marinos con fines productivos, como la pesca artesanal, el buceo, la recolección de orilla y su posterior comercialización, hasta la transformación de los recursos en productos finales como comidas, artesanías u otros.

También, se incluye a personas dedicadas al turismo, quienes trabajan durante todo el año en el avistamiento de cetáceos y avifauna de la zona, así como también al arriendo de botes, kayaks u otros instrumentos para realizar deportes náuticos.

Este grupo se subdivide en otros subgrupos, en primer lugar, de ligados al mar urbanos que incluye a quienes habitan y trabajan regularmente en la zona urbana, y cuyo núcleo principal de encuentro corresponde al terminal pesquero, muelle, costanera y sedes de sindicatos de pescadores artesanales. El segundo subgrupo es de ligados al mar rurales, que incluye a quienes habitan y trabajan regularmente en la zona rural, en asentamientos de Caleta Punta Cuartel, Península de Mejillones, Hornitos, Michilla y Guala Guala, los cuales tienen acceso restringido a transporte, salud y otros servicios básicos.

El segundo grupo humano responde a los denominados urbanos y rurales.

Es un grupo humano conformado por las organizaciones de la sociedad civil y emprendedores y de la comuna, quienes, a su vez están subdivididos en las categorías de mejilloninos urbanos y mejilloninos rurales.

En cuanto a la subdivisión de mejilloninos urbanos, se identifica que está compuesta por las organizaciones de la sociedad civil, integradas por juntas de vecinos, grupos de emprendedores, actores culturales y fundaciones.

En aspectos productivos los integrantes del grupo humano se encuentran en labores como el trabajo a tiempo completo para instituciones como fundaciones. En el caso de emprendedores, se basan en la propuesta y realizaciones de actividades del sector terciario.

Por último, los integrantes de las juntas de vecinos son los que presentan mayor heterogeneidad en sus actividades,

siendo desde jefas de hogar, hasta funcionarios de algunas de las dependencias municipales de la comuna.

Por otro lado, los mejilloninos rurales están compuestos por los habitantes de las localidades de Itata, Hornitos, Michilla y, más recientemente Punta Cuartel.

Estos en algún porcentaje o de forma total, carecen de ciertos servicios básicos como alcantarillado o luz por cableado eléctrico, siendo dependientes de camiones aljibe, paneles solares y baterías y generadores.

A su vez, este subgrupo de totalmente dependiente del área urbana de Mejillones, tanto por sus servicios de salud, colegios, instituciones públicas, como por su comercio.

De acuerdo al PLADECO 2021-2030 en formulación, el proceso de ocupación de Mejillones y sus localidades ha estado marcado por la actividad productiva y, asimismo, determinado por la geomorfología costera de acantilados - farellón costero, mesetas, planicies litorales y bahías.

Respecto de Hornitos, este es un poblado, caleta y balneario ubicado fuera del área urbana, a 35kms. de Mejillones hacia el norte y a 90kms. de Antofagasta. Está determinado por una geomorfología de acantilados, dunas y playas blancas, que constituye uno de los principales polos turísticos de la comuna.

Las unidades vecinales correspondientes son la 11 - Unión, 12 - Hornitos y 14 - Itata).

El Plan Regulador Intercomunal del Borde Costero identifica para Hornitos el desarrollo turístico y conservación de los recursos naturales y, para Michilla, desarrollo de actividades productivas y extractivas.

Con relación a Michilla, también fuera del área urbana, corresponde a una caleta de pescadores y mineros que se encuentra 57kms. de Mejillones y a 109kms. de Antofagasta.

El pueblo se desarrolla en torno unas 16 manzanas y parte de su estructura territorial está marcada por las instalaciones de

las mineras Centinela y Antucoya - Antofagasta Minerals, emplazadas hacia el sur a aproximadamente 1km.

La unidad vecinal correspondiente es la 6 - Carolina de Michilla. La vocación de Michilla, es productiva y extractiva.

Como indicado previamente, un tema sensible en la comuna es la situación sanitaria. Esto afecta particularmente a las localidades de Michilla y Hornitos debido a la ausencia de un sistema formal de redes y componentes para el agua potable y alcantarillado, manteniendo una dependencia de camiones aljibe y las dificultades propias de los sistemas individuales de evacuación y saneamiento.

La existencia asentamientos irregulares impone una complejidad adicional para abordar el problema respecto de la sanidad comunal.

En sí, los asentamientos poblados existentes en la comuna, están conformados por las localidades de Mejillones, Hornitos y Michilla.

Según el PLADECO 2002-2006, las unidades se insertan dentro de un paisaje costero por lo que presenta en su integridad los mismos caracteres morfológicos.

Las cuencas visuales son de pequeño tamaño, con vistas restringidas por la obstaculización visual generada por construcciones, calles, carteles comerciales, vegetación ornamental.

En términos de paisaje, estos se desarrollan colindantes a las principales vías de circulación.

En general el paisaje recurrente no tiene presencia de elementos singulares, salvo en Mejillones se conservan arquitectura de influencia inglesa propia de la época salitrera que otorga algunas marcas importantes.

F20 - DISTRIBUCIÓN DE ASENTAMIENTOS POBLADOS



Fuente: PLADECO 2002-2006

INDICADORES SOCIALES

Los datos presentados a continuación, fueron extraídos de la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN, 2017) y del Registro Social de Hogares, ambos instrumentos gestionados por el Ministerio de Desarrollo Social.

Se presenta la tasa de pobreza por ingresos, la tasa de pobreza multidimensional del año 2017, porcentaje de personas en hogares carentes de servicios básicos y porcentaje de hogares hacinados.

F.21 - TASAS DE POBREZA, 2017

unidad territorial	por ingresos	multidimensional
Mejillones	7,66	21,99
Región de Antofagasta	5,1	16,4
país	8,6	20,7

Fuente: en base encuesta CASEN, 2017

INDICADORES DEMOGRÁFICOS

Mejillones posee un total de 13.467 habitantes, de los cuales 8.035 son hombres y 5.432 son mujeres.

Para el año 2021 se espera un incremento del 12,6%, arrojando un total de 15.168 habitantes (Biblioteca del Congreso Nacional, 2021).

La población distribuida por rango etario es homogénea, teniendo el mismo porcentaje de concentración los habitantes situados en los rangos de edad de 15 a 29 años, 30 a 44 años y 45 a 64 años.

F.22- POBLACIÓN, 2017-2021

unidad territorial	población total 2017	población total 2021	% de variación
Mejillones	13.467	15.168	12,6%
Región de Antofagasta	607.534	703.746	15,8%
país	17.574.004	19.678.363	12,0%

Fuente: en base INE, 2017 y Biblioteca del Congreso Nacional, 2021

F.23 - DISTRIBUCIÓN POBLACIÓN, 2017

rango de edad	total	distribución
0 a 14	2.638	20%
15 a 29	3.322	25%
30 a 44	3.418	25%
45 a 64	3.331	25%
64 o más años	758	5%

Fuente: en base INE, 2017

F.24 - POBLACIÓN POR SEXO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, 2017

unidad territorial	censo 2017		proyección 2021		índice de masculinidad	
	hombres	mujeres	hombres	mujeres	censo 2017	proyección 2021
Mejillones	8.035	5.432	7.908	7.260	147,92	108,93
Región de Antofagasta	315.014	292.520	354.057	349.057	107,69	101,25
país	8.601.989	8.972.014	9.708.512	9.969.851	95,88	97,38

Fuente: en base INE, 2017 y Biblioteca del Congreso Nacional, 2021

INDICADORES ECONÓMICOS

Según el Informe Territorial (CIREN, 2021), al 2018 el tamaño de mercado en la comuna fue de 376 millones USD.

El principal rubro tiene relación con la construcción, suministro de electricidad, gas y agua e industrias manufactureras metálicas de acuerdo con la clasificación de rubros del Servicio de Impuestos Internos (SII).

En términos de subrubros económicos, destacan construcción, generación, captación y distribución de energía eléctrica y fabricación de sustancias químicas básicas, representando un 34,4%, 21,1% y 10,5% del tamaño total de mercado, respectivamente.

En la tabla que se presenta a continuación, se presenta el tamaño del mercado según subrubros económicos, expresado en el porcentaje de participación, en donde el mercado asociado a servicios de alojamiento y alimentación corresponden al 3,38% del total del mercado comunal.

F.25 - SUBRUBROS ECONÓMICOS, MEJILLONES, 2018

subrubro	%
construcción	34,4%
generación, captación y distribución de energía eléctrica	21,1%
fabricación de sustancias químicas básicas	10,5%
fabricación de productos de metales preciosos y no ferrosos	10,5%
industrias básicas de hierro y acero	8,43%
actividades empresariales y profesionales prestadas a empresas	5,52%
restaurantes, bares y cantinas	1,92%
hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal	1,46%
peca extractiva	1,05%
otros	5,12%

Fuente: en base CIREN, 2021

PROYECTOS CON IMPACTO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO

De acuerdo a entrevistas realizadas con equipos de SECPLA de la I. Municipalidad de Mejillones en el marco de la formulación del presente instrumento de PLADETUR, se ha logrado poder identificar diversos proyectos e iniciativas del municipio que están en ejecución o en carpeta para su ejecución en el corto y mediano plazo, y que tendrán un impacto directo e indirecto para la actividad turística.

Estas iniciativas se encuentran especialmente en el sector urbano de la comuna, mejorando de esta forma el espacio que recibe a turistas y visitantes.

En total se han identificado 33 iniciativas que se presentan en las tablas a seguir.



F.26 - PROYECTOS EN EJECUCIÓN O EN CARPETA (1/2)

	nombre iniciativa	fuentes de financiamiento	etapa	monto	ejecución
1	Actualización Plan de Desarrollo Comunal, Mejillones	FNDR	estudio	\$123.312.000	en ejecución
2	Construcción Plaza Carol Urzua, Mejillones	FNDR	ejecución	\$414.876.000	2022
3	Construcción Plaza Sirenita, Mejillones	FNDR	ejecución	\$1.120.292.000	2022
4	Plan de Inversiones de Infraestructura de Movilidad y Espacio Público	FNDR	estudio	\$75.383.000	2022
5	Construcción Piscina Temperada Mejillones (diseño)	FNDR	diseño	\$160.000.000	2022
6	Construcción Piscina Temperada Mejillones	FNDR	ejecución	\$3.500.000.000	2025
7	Mejoramiento Plaza de Armas de Mejillones	FNDR	ejecución	\$800.000.000	2024
8	Conservación Cuartel Tenencia de Carabineros	FNDR	ejecución	\$330.000.000	2022
9	Construcción Parque Urbano Mejillones Etapa 1 (diseño)	FNDR	diseño	\$220.000.000	2022
10	Construcción Parque Urbano Mejillones Etapa 1	FNDR	ejecución	\$2.800.000.000	2023
11	Construcción Parque Urbano Mejillones Etapa 2	FNDR	ejecución	\$3.000.000.000	2025
12	Construcción Parque Urbano Mejillones Etapa 3	FNDR	ejecución	\$3.000.000.000	2027
13	Construcción Terminal de Buses, Comuna de Mejillones (prefactibilidad)	FNDR	prefactibilidad	\$60.000.000	2022
14	Adquisición Puntos Verdes y Puntos Limpios Diversos Sectores	FNDR	ejecución	\$80.000.000	2024
15	Adquisición Mobiliario Urbano Playas de la Comuna de Mejillones	FNDR	ejecución	\$300.000.000	2023
16	Construcción 3era Etapa Bordo Costero, Comuna de Mejillones (diseño)	FNDR	diseño	\$200.000.000	2023
17	Construcción 3era Etapa Bordo Costero, Comuna de Mejillones	FNDR	ejecución	\$3.000.000.000	2023
18	Construcción Centro Cultural Comuna de Mejillones	FNDR	ejecución	\$150.000.000	2023
19	Iluminación Edificios Fachadas Municipales	FNDR	ejecución	\$220.000.000	2023

Fuente: en base SECPLA, I. Municipalidad de Mejillones, 2022

F.26 - PROYECTOS EN EJECUCIÓN O EN CARPETA (2/2)

	nombre iniciativa	fuelle financiamiento	etapa	monto	ejecución
20	Conservación Vías Diversos Sectores, Comuna de Mejillones	FNDR	ejecución	\$1.500.000.000	2023
21	Adquisición Señalética de Calles e Información Turística	FNDR	ejecución	\$300.000.000	2023
22	Adquisición Maquinarias para Aseo y Ornato Diversas Plazas y Calles de Mejillones	FNDR	ejecución	\$52.466.000	2022
23	Mejoramiento Plaza de Hornitos	FNDR	ejecución	\$450.000.000	2023
24	Adquisición Planta de Agua Potable Solar para la caleta Hornitos, Comuna de Mejillones	FNDR	ejecución	\$370.000.000	2023
25	Habilitación Alumbrado Publico Av. Fertilizantes, Sector Casa de Maquinas, Mejillones	PMU	ejecución	\$52.681.417	en ejecución
26	Construcción Sombreadero Plaza Oasis Chacaya	PMU	ejecución	\$55.253.943	en ejecución
27	Habilitación de la Red de Alumbrado Público entre Calle Serrano y Cementerio, Comuna de Mejillones	PMB	ejecución	\$254.888.240	2022
28	Saneamiento Sanitario de la Planta de Tratamiento y Normalización de la Red de Alcantarillado Existente, Localidad de Michilla	PMB	ejecución	\$251.004.731	2022
29	Mejoramiento Plaza Playa Blanca	PMU	ejecución	\$58.381.245	2022
30	Barrio Casa de Máquinas (Programa Quiero mi Barrio) Eje de Integración	Sectorial/Minvu	diseño-ejecución	\$808.000.000	2022
31	Barrio Casa de Máquinas (Programa Quiero mi Barrio) Eje de Integración	Sectorial/Minvu	ejecución	\$455.000.000	2022
32	Barrio Casa de Máquinas (Programa Quiero mi Barrio) Recorrido Patrimonial	Sectorial/Minvu	ejecución	\$400.000.000	2022
33	Restauración Museo Municipal	Sectorial/MOP	ejecución	\$3.200.000.000	2022

Fuente: en base SECPLA, I. Municipalidad de Mejillones, 2022

INSTITUCIONALIDAD Y POLÍTICAS DE INCIDENCIA

Ley de Turismo 20.423

Dentro de los aspectos más relevantes de la ley es que crea el Comité de Ministros del Turismo, presidido por el Ministro de Economía, Fomento y Turismo e integrado además por los Ministros de: Obras Públicas; Vivienda y Urbanismo; Agricultura; Bienes Nacionales; Medio Ambiente; y Cultura.

Asimismo se crea la Subsecretaría de Turismo - dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y se modifica la actual orgánica del Servicio Nacional de Turismo, acorde a las nuevas exigencias legales.

Las funciones principales del Comité de Ministros son:

- *proponer al Presidente de la República y velar por su cumplimiento los lineamientos generales de la Política Nacional de Turismo y de la Política Nacional de Promoción del Turismo,*

- *aprobar los planes y programas nacionales que deberán seguir los órganos de la administración de Estado para el fomento y desarrollo del turismo;*
- *declarar las Zonas de Interés Turístico; determinar las áreas silvestres protegidas del Estado que, de acuerdo a su potencial, serán priorizadas para ser sometidas al procedimiento de desarrollo turístico; y,*
- *recabar periódicamente la opinión de los actores del sector sobre asuntos de su competencia.*

Las funciones relevantes de la Subsecretaría de Turismo son:

- *asesorar al Ministro Presidente del Comité de Ministros de Turismo;*
- *elaborar y proponer al Comité de Ministros los planes, programas y proyectos para el fomento, promoción y desarrollo del turismo;*

- *informar periódicamente al Ministro de Economía, Fomento y Turismo sobre la marcha del sector;*
- *conducir estudios e investigaciones vinculadas al funcionamiento y desarrollo integral del sector, así como los de prefactibilidad y factibilidad que sean necesarios para la formulación y ejecución de la Política Nacional de Turismo y de la Política de Promoción del mismo;*
- *supervigilar la elaboración y cumplimiento del Plan Anual de Acción del Servicio Nacional de Turismo;*
- *proponer al Ministro de Economía el presupuesto anual de la Subsecretaría de Turismo y del Servicio Nacional de Turismo; y,*
- *proponer la simplificación y modificación de las normas y procedimientos requeridos para el ingreso, permanencia y salida de los turistas del territorio nacional, coordinando con los servicios competentes las respectivas medidas de facilitación.*

La Ley también establece la regulación de las actividades turísticas en el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado - SNASPE. Se establece que sólo se podrán desarrollar actividades turísticas cuando sean compatibles con su objeto de protección, debiendo asegurarse la diversidad biológica, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental.

A objeto de identificar y priorizar aquellas áreas del SNASPE que serán sometidas al procedimiento de desarrollo turístico, la Subsecretaría de Turismo - previo informe de compatibilidad de la institución a cargo de la administración del SNASPE, debe informar al Comité de Ministros del Turismo, el que finalmente determina las áreas potencialmente elegibles. En esta selección deberán concurrir con voto favorable el Ministro bajo cuya tutela esté el SNASPE y del Ministro de Bienes Nacionales.

El Ministerio de Bienes Nacionales podrá concesionar los inmuebles que formen parte de las áreas priorizadas, de acuerdo a los planes de manejo respectivos.

Estas concesiones podrán incluir una parte del área geográfica y/o sólo usos determinados sobre el territorio. Las concesiones sobre una misma área para usos determinados podrán ser diversas, siempre que sean compatibles entre sí.

Así también fija otros aspectos relevantes para la institucionalidad como lo son los incentivos a la colaboración público-privada para el fomento y la promoción.

Se establece que es deber del Estado impulsar, a través de sus organismos, una imagen del país tanto en el territorio nacional como en el exterior, que promueva sus atractivos de carácter patrimonial, natural, cultural y cualquier otro con valor turístico.

Para impulsar las acciones de promoción de la imagen país turística, se debe dictar una Política Nacional de Promoción del Turismo, la que será propuesta por la Subsecretaría de Turismo, al Comité de Ministros de Turismo, con la colaboración del Consejo Consultivo de Promoción Turística, instancia que se crea bajo la ley.

Otro aspecto relevante es la definición de un sistema de calidad de los servicios turísticos.

En la ley se definen las características del Sistema de Calidad turística, estableciendo tres funciones principales: clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. El sistema queda administrado por el Servicio Nacional de Turismo, el que además deberá revisar el cumplimiento de las normas definidas para la operación del mismo.

El sistema, comprende un registro público de servicios turísticos y de aquellos certificados agrupados por tipo y los criterios de calidad y sus estándares. La inscripción en el registro y la obtención de la certificación de calidad por parte de un prestador de servicios turísticos, serán voluntarias. En el caso de los prestadores de servicios de alojamiento turístico, éstos deberán inscribirse en el registro. Por su parte, los prestadores de servicios de turismo aventura deberán además cumplir con los requisitos de seguridad definidos en el marco de la propia ley.

Se establece que serán obligaciones de los prestadores de servicios turísticos: informar a los usuarios sobre las condiciones de los servicios que ofrezcan, y otorgar aquéllos a que estén obligados según su clasificación, en las condiciones pactadas con el usuario, de acuerdo con la presente ley y sus normas complementarias; exhibir en forma y lugar visibles el precio de los servicios y el Sello de Calidad, si procediere.

Además, de ocuparse del buen funcionamiento y la mantención de las instalaciones y los servicios y demás bienes usados en la prestación; garantizar en las instalaciones y servicios la salud y seguridad de las personas y de sus bienes; velar por la preservación de los recursos que sean objeto de su actividad. Tratándose de las empresas o agencias que organicen viajes o estadías con objetivos turísticos, deben poner a disposición de los consumidores un programa o folleto informativo que señale la oferta sobre el viaje a contratar, especificando los servicios y actividades incluidas y sus características.

Respecto a la puesta en valor de territorios denominados de interés turístico se definen como territorios susceptibles de ser declarados como Zonas de Interés Turístico - ZOIT, a aquellas áreas que tengan condiciones especiales para la atracción turística, y que por lo tanto requieren de unas medidas de conservación y planificación integradas.

Los criterios bajo los cuales se identificarán esas condiciones especiales son definidos por reglamento del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, suscrito por los integrantes del Comité de Ministros del Turismo.

En estas zonas, la modificación o formulación de instrumentos de planificación territorial, entre ellos los planes reguladores comunales, requerirá el informe favorable - e informado a la comunidad, del Servicio Nacional de Turismo.

Las ZOIT tienen carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad y para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios.

Estrategia Nacional de Turismo (2012-2020)

La última estrategia vigente a nivel país y promulgada por la Subsecretaría de Turismo es la Estrategia Nacional en Turismo al 2020 que incorpora una visión y constituye hoja de ruta para todos los actores, públicos y privados.

Los cimientos de la Estrategia Nacional de Turismo se sustentan en 5 pilares, siendo cada uno de ellos fundamental, pero a la vez interdependiente: promoción, sustentabilidad, inversión y competitividad, calidad y capital humano e inteligencia de mercado.

La ejecución de la Estrategia contempló desafíos al país para mejorar su competitividad. A nivel global, Chile se orientó en adaptarse y hacer frente a las tendencias mundiales del turismo; los efectos del cambio climático; las inesperadas catástrofes naturales; las restricciones de capacidad del transporte aéreo; las eventuales crisis económicas de los países emisores; las fluctuaciones del tipo de cambio y el precio del petróleo, entre otras.

Plan de Acción SERNATUR Región de Antofagasta (2014-2018)

La última versión del plan regional es hasta el año 2018 y recopila las distintas iniciativas para los servicios públicos regionales que tengan una influencia en la actividad turística.

De esta manera se enfoca en poder identificar los aspectos que requieran de mayor atención, a los cuales deberán enfocarse los esfuerzos futuros por mejorar esta actividad productiva.

El plan también define una visión, lineamientos estratégicos y brechas que permiten priorizar y posicionar proyectos a nivel regional que tengan mayor incidencia e impacto de acuerdo a las necesidades de la Región de Antofagasta.

Comité de SEREMIS del Turismo

Es un Comité asesor colegiado, creado bajo el artículo 2° del Decreto 30/2016 que aprueba el reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico.

El Comité de Seremis del Turismo está compuesto por los Secretarios Regionales Ministeriales de los Ministerios que forman parte del Comité de Ministros del Turismo: Economía, Fomento y Turismo (quien preside); Obras Públicas; Vivienda y Urbanismo; Agricultura; Bienes Nacionales; Medio Ambiente; y el director regional del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Asimismo, Sernatur actúa como secretaría técnica de la instancia a través de su Dirección Regional.

El Comité formula opiniones, observaciones y recomendaciones a los contenidos del Plan de Acción de las Zonas de Interés Turístico propuestas y/o declaradas.

Para el cumplimiento de sus objetivos, el Comité puede invitar Mesas Público-Privadas encargadas de la gestión del Plan de Acción de una ZOIT, como a los órganos de la Administración del Estado con competencias sectoriales en materia de desarrollo del turismo.

Entre otras funciones que no están contempladas en el Decreto 30/2016, el Comité también puede ser una instancia de asesoramiento y coordinación a nivel regional de los diversos servicios cuyas carteras inciden de forma directa en el desarrollo del turismo, desde una mirada más transversal y multisectorial, impulsando el turismo desde los diferentes ámbitos y en coordinación.

Gobierno Regional de Antofagasta

Dentro de las principales funciones generales de los gobiernos regionales y que inciden en el desarrollo de la actividad turística se destaca la de elaborar y aprobar las políticas, planes y programas de desarrollo de la región, así como su proyecto de presupuesto, los que deberá ajustar a la política nacional de desarrollo y al Presupuesto de la Nación.

Además de las funciones generales, corresponde a los gobiernos regionales cumplir funciones en materia de ordenamiento territorial; fomento de actividades productivas, entre las que se reconoce el fomentar el turismo en los niveles regional y provincial, con arreglo a las políticas nacionales.

Junto con lo anterior, existen otras funciones que complementan la de fomento al turismo, y que inciden en el desarrollo de esta actividad como la de participar en coordinación con las autoridades nacionales y comunales, en programas y proyectos de dotación y mantenimiento de obras de infraestructura y de equipamiento.

Asimismo, se evidencian las funciones de:

- *contribuir a la formulación de las políticas nacionales de fomento productivo, de asistencia técnica y de capacitación laboral;*
- *establecer prioridades de fomento productivo en los diferentes sectores, coordinando a los entes públicos competentes y concertando acciones con el sector privado; y,*
- *fomentar las expresiones culturales, cautelar el patrimonio histórico, artístico y cultural de la región, incluidos los monumentos nacionales, y velar por la protección de las etnias originarias.*

Consejo Regional de Antofagasta

El Consejo Regional es un cuerpo colegiado constituido por 14 consejeros, todos elegidos a través de sufragio universal, quienes duran en su cargo 4 años, pudiendo ser reelegidos.

Dicho cuerpo está investido de facultades normativas, resolutivas y fiscalizadoras y, para su mejor desempeño, se ha organizado en comisiones permanentes para su funcionamiento.

El consejo regional es quien finalmente somete a votación programas y proyectos, en este caso enfocados al desarrollo turístico de la región.

Existe una primera instancia de revisión de los proyectos que se colocan para la evaluación, la cual es la Comisión de Turismo y Relaciones Internacional del Consejo Regional, la cual es la comisión designada para el análisis y priorización de programas y proyectos enfocados al desarrollo de la actividad turística regional.

El Consejo Regional es la instancia principal para la aprobación mediante votación de financiamiento para el desarrollo de proyectos y programas de turismo ejecutados por la Dirección Regional de Turismo del Servicio Nacional de Turismo y de las municipalidades.

Así como, además, el Consejo Regional realiza la aprobación de otros programas y proyectos de servicios de fomento como es el caso de CORFO y otros financiamientos sectoriales que permiten financiar proyectos que incidan directamente en el desarrollo del sector turismo de la comuna.

Estrategia Regional de Desarrollo (2009-2020)

La Estrategia Regional de Desarrollo, en el lineamiento de Desarrollo Económico Territorial, plantea como segundo objetivo general *potenciar la diversificación productiva de la región, fortaleciendo los sistemas productivos locales mediante el uso de recursos endógenos, con énfasis en la pequeña minería, las actividades del borde costero, las energías, la agricultura y el turismo*. A su vez, este objetivo plantea dos líneas de acción asociadas al fomento de la industria turística regional:

- *potenciar y planificar el desarrollo de nuevos polos turísticos en la región, incorporando alternativas innovadoras como el enoturismo, el turismo cultural, científico gastronómico y astronómico, entre otros; y,*
- *articular y difundir las herramientas de fomento productivo ofrecidas por el Estado que apoyan las iniciativas locales, resguardando la pertinencia territorial de dichas herramientas.*

Junto con lo señalado, la Estrategia Regional de Desarrollo en apoyo a la innovación de iniciativas en la industria turística, plantea como también como objetivo general *fomentar la innovación en productos, procesos y marketing en las distintas actividades productivas de la Región, impulsando la competitividad territorial*. Este objetivo plantea tres líneas de acción de beneficio para el turismo:

- *generar programas de apoyo financiero o de exención tributaria para las micro, pequeñas y medianas empresas que desarrollen proyectos de innovación;*
- *incentivar la elaboración de productos con denominación de origen, generando el apoyo institucional necesario para su efectivo desarrollo; y,*
- *fomentar los Acuerdos de Producción Limpia (APL) entre el sector empresarial y los organismos públicos competentes, incorporando tecnologías e innovación en los productos y procesos.*

PLADECO Mejillones (2008-2018)

Se trata del instrumento actual, vigente y en proceso de actualización, que identifica como las características más importantes para el desarrollo del turismo de Mejillones la costa con potencial para el desarrollo de actividades deportivas como la pesca submarina, pesca de altamar y pesca de escollera.

Reconocen espacios para la práctica de trekking, mountainbike y sandboard, la existencia de playas para la recreación, entre las cuales destacan los balnearios de Hornitos, Playa Chacaya, Punta Itata, Playa Dos Quebradas y Punta Cuartel.

Si bien se considera que el slogan comunal es Ciudad/Desarrollo Turístico, Portuario e Industrial es consecuente con la vocación de la comuna, de acuerdo a sus recursos y dinámica o potencialidad, éste se encuentra orientado solo al fomento de la actividad industrial de gran escala y no a la promoción de la empresa local.

En la imagen objetivo del sector turístico y del comercio para Mejillones al 2018, se enfoca en ver diversificada su base productiva comunal a partir de la consolidación y posicionamiento de la actividad turística y comercial como uno de los ejes centrales de su desarrollo, en tanto promueve transacciones comerciales entre diferentes sectores económicos y entre empresas de diverso tamaño posibilitando la generación de encadenamientos locales que se enlazan en la red de relaciones económicas y de cooperación con las demás comunas de la región, la macro zona norte, así como potencia los vínculos y estrategias de apoyo con los países vecinos, principalmente en la red de turismo de la Zona de Integración del Cono Sur (ZICOSUR).

Asimismo, reconoce un Modelo de Desarrollo Turístico Sustentable, que releva y promueve la preservación del medio físico y de su flora y fauna nativas y que sustentado en un Plan de Desarrollo Turístico y del Comercio se ejecuta de acuerdo a la estacionalidad de la demanda y que promueve la prestación de servicios de calidad.

Para ello, se estableció promover la certificación empresarial en materia hotelera, gastronómica y cultural, agregando valor a través de la innovación productiva que incorpora en el mercado objetivo la idiosincrasia local y los insumos particulares que se encuentran presentes en la comuna dentro de la carta de productos del sector.

Es decir, un proceso de certificación de calidad de las empresas turísticas de la comuna, en el que las empresas exhiban a clientes, proveedores y al entorno en general, estándares de calidad reconocidos nacionalmente.

Finalmente, el mismo documento plantea en el área del desarrollo de la industria turística el objetivo de promover la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.

PLADECO (2021-2030)

El documento, en proceso de formulación, identifica como parte de las debilidades comunales con incidencia en el turismo:

- *la polarización entre chilenos y extranjeros, lo que impone la necesidad de legislar para controlar la violencia, el hacinamiento y las actividades clandestinas. Se deben normalizar los asentamientos informales y el acceso a servicios públicos.*
- *el déficit hídrico dificulta la mantención de áreas verdes, a la vez que la intensa radiación solar impide la permanencia prolongada en ellos, si hay ausencia de elementos de protección. Ha habido, sin embargo, importantes avances en la construcción e implementación de espacios públicos, que han venido a agregar valor visual y capacidad recreativa para la comunidad y el turismo.*

El documento señala que los cambios en la base económica de Mejillones, orientados al turismo, permiten una mayor participación laboral de la mujer, consolidar su rol como jefas de hogar y aliviar la situación de pobreza en que se encuentran algunas familias.

También se identifican fortalezas bioclimáticas, geomorfológicas, patrimoniales culturales, de paisaje y naturaleza, puntales para la expansión del turismo.

Se reconoce como prioritario una comprensión sistémica de los contextos patrimoniales en el territorio, desde los puntos de vista económico, sociocultural, político institucional, de sostenibilidad de las organizaciones del patrimonio y de los ámbitos legal y normativo.

Asimismo, se requiere ampliar la mirada y la percepción respecto de las actuaciones en el patrimonio urbano y rural, promoviendo la conservación, rehabilitación y revitalización, desde una perspectiva integral, apartando la mirada museística-monumentalista y apuntando hacia el desarrollo

integral, sostenible y con equidad, enfocando al patrimonio como potencial agente en la activación, descentralización y dinamización de los territorios, así como en la activación de un turismo cultural que contribuya al desarrollo económico de la comuna.

Junto con lo anterior, el PLADECO 2021-2030 en desarrollo, identifica mediante actividades de participación ciudadana, aspectos del crecimiento económico desde el ámbito turístico, ciertos elementos negativos o desfavorables, como también aquellos positivos, y una serie de proyectos o inversiones que debiesen ser prioritarios en diversas áreas del desarrollo comunal.

En las siguientes páginas se presentan estos aspectos y los proyectos, inversiones que han sido identificados.

F.27 - ASPECTOS NEGATIVOS Y POSITIVOS PARA EL TURISMO COMO DIMENSIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO

dimensión	aspectos negativos o desfavorables	aspectos positivos o favorables
DESARROLLO ECONÓMICO	Desarrollo industrial limita el turismo por la contaminación y deterioro del ecosistema de la comuna. Las playas se cierran por falta de salvavidas, lo que afecta al turismo. La oficina de turismo es poco potenciada y desarrollada. Hay existencia de trabajo precario, enfocado en turismo.	El potencial turístico: Impulso a la gastronomía local, con el uso de producto marinos locales, generando alianza con pescadores artesanales y apoyando el turismo. Mejorar la capacitación en área de servicios y turismo. Potenciar el turismo desde el valor histórico que posee Mejillones, generando tours históricos, circuitos turísticos con adultos mayores, etc. Aumentar oferta de carreras en liceo (chef, turismo, administración de empresas) y oficios (carpintería, gasfitería, zapatería, etc.). Fortalecer el turismo, mejorando la infraestructura y la capacitación en el área de servicios. Potenciar el turismo ecológico - avistamiento fauna marina, turismo aventura.

Fuente: en base PLADECO 2021-2030, en formulación, 2022

F.28 - PROPUESTA DE PROYECTOS PARA PLADECO

proyectos o inversiones propuestas
El turismo, pero en toda la comuna - potenciar y crear un Plan de Desarrollo Turístico.
Generar turismo y aprovechamiento de espacio costero.
Hacer un parque nacional para fomentar el turismo.
Inversión en turismo y en educar a la población para que los mismos habitantes sean quienes operen el turismo en la comuna.
Mejorar la infraestructura del borde costero, accesos a playas, servicios y turismo.
Crear una zona de pubs, para realizar el turismo.

Fuente: en base PLADECO 2021-2030, en formulación, 2022

Ordenanzas Municipales Vigentes

Si bien la municipalidad no cuenta con ordenanzas enfocada directamente a la actividad turística de la comuna, si cuenta con ordenanzas que inciden o influyen en el desarrollo de la actividad:

Ordenanza sobre instalación de líneas eléctricas y de telecomunicaciones, antenas e instalaciones complementarias (2008) - regula el tendido aéreo y la canalización subterránea de líneas de energía eléctrica y de telecomunicaciones en los bienes nacionales de uso público, y en el territorio normado. Además, regula de manera específica el área de nidificación del Gaviotín Chico o Chirrí, en las zonas denominadas P1 y P2 del Plan Regulador de Mejillones.

Ordenanza del Medio Ambiente y sobre Salubridad Pública (2004) - tiene por objetivo normar:

- *la limpieza y protección de los bienes privados y nacionales de uso público y medio ambiente marino;*
- *el manejo y disposición final de escombros, chatarra y vehículos abandonado;*
- *la recolección, almacenamiento, evacuación, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos domiciliarios e industriales asimilables a domésticos;*
- *el mantenimiento de los espacios públicos, seguridad y salubridad pública;*
- *la prevención y control de ruidos molestos;*
- *el tránsito y estacionamiento de vehículos en general, de carga o locomoción colectiva en particular; y,*
- *la protección y conservación de la biodiversidad y el patrimonio comunal.*

4.2. ANÁLISIS AMBIENTAL

En este acápite se presenta el análisis ambiental que se realiza en base a información secundaria y complementada con levantamientos vía entrevistas a actores claves para así construir la situacionalidad del destino.

Para ello, también, cabe destacar, que el análisis de complementa con salida técnica a terreno para poder in situ realizar la evaluación desde la perspectiva de la fragilidad ambiental y aspectos de amenaza sobre el recurso-producto turístico.

De acuerdo con la información publicada por el Ministerio de Medio Ambiente sobre la biodiversidad y áreas protegidas en su respectivo sitio web institucional, en Mejillones se identifica como área de protección ambiental al Sitio Prioritario Península de Mejillones (compartido con la comuna de Antofagasta) y el área de protección del Bien Nacional Protegido Península de Mejillones.

El Sitio Prioritario de Península de Mejillones corresponde a un área en una extensa bahía y península, con una superficie aproximada de 44.230has.

Posee una costa rocosa, acantilados, islotes rocosos, amplias zonas intermareales, playas arenosas y dunas costeras.

Corresponde a una amplia planicie litoral de antiguas terrazas marinas soleantadas, constituida en su parte occidental por cerros a estructurales, lo cual confiere este flanco fuertes pendientes y una topografía abrupta.

La parte oriental es una antigua plataforma de sedimentación marina que presenta una topografía plana; su basamento es sólido y está constituido por rocas jurásicas recubiertas por sedimentos marinos estratificados y consolidados.

Este lugar posee la zona de estadía no reproductiva de aves migratorias más importante de la costa norte de Chile, y resulta de gran importancia como área de cría para las aves de la corriente de Humboldt, en especial, como área de

de alimentación de *Larus modestus*, especie amenazada según el Reglamento de la Ley de Caza (SAG, 1998).

Es importante, además, la presencia de Chungungo (*Lontra felina*), Lobo marino común (*Otaria flavescens*) y Lobo fino austral (*Arctocephalus australis*).

La Península de Mejillones muestra uno de los más altos endemismos en la región, así también, corresponde a un ecosistema importante tanto para especies marinas, por ser una zona de concentración de surgencias marinas, como para la flora y fauna terrestre.

El borde costero constituye un sitio de alta importancia para la reproducción, descanso y alimentación de numerosas especies de aves y mamíferos marinos tales como el Chungungo (*Lontra felina*), el Lobo marino común (*Otaria flavescens*), Lobo fino austral (*Arctocephalus australis*), Piquero (*Sula variegata*), Gaviotín monja (*Larosterna inca*), Pingüino de Humboldt (*Spheniscus humboldti*), entre otras (CONAMA).

En cuanto al Bien Nacional Protegido Península de Mejillones, fue decretado el 2009, para la conservación del patrimonio de biodiversidad contenido en él. Tiene una superficie total de 7.215,84has. y corresponde actualmente a un predio de libre administración del Ministerio de Bienes Nacionales.

Ante una destinación, el potencial beneficiario debe procurar su conservación ambiental y la protección y/o planificación del patrimonio, además de realizar una gestión y manejo sustentable de sus recursos, a fin de lograr un desarrollo sustentable de los proyectos de inversión que se ejecuten.

El objetivo específico de la destinación debe ser la conservación y protección del hábitat de especies tales como águila pescadora, vampiro chileno o piuchén, cormorán lile, huanai, lagartija corredor, zorro chilla, cóndor y lobos marinos finos y comunes, la nidificación y concentración de aves marinas y zonas con presencia de vegetación. Además, los sectores con importancia arqueológica, por sus vestigios de asentamientos humanos de larga data.



F.29 - LOCALIZACIÓN SITIO PRIORITARIO Y BIEN NACIONAL PROTEGIDO PENÍNSULA DE MEJILLONES



Fuente: elaboración propia en base Ministerio del Medio Ambiente e I. Municipalidad de Mejillones, 2022

Es al interior del Bien Nacional Protegido Península de Mejillones donde está ubicado el área de Punta Cuartel, donde actualmente existe una caleta de vivienda no ha podido regularizar su situación hasta la fecha.

De acuerdo a entrevistas realizadas en el proceso, para la actividad turística este sector es de alto potencial e importancia, dada la existencia de una playa con características para el turismo. Actualmente en la playa existe una concesión marítima por período estival que permite dotar de ciertos servicios turísticos a los visitantes como buceo, kayak, waveboard, observación de fauna marina como ballenas, delfines, lobos y aves marinas. El concesionario tiene planificado poder solicitar la concesión anual para así poder tener la posibilidad de poder hacer una mayor inversión y equipamiento para el desarrollo del turismo en la playa.

El desarrollo de servicios más completos se ve impedido debido a la imposibilidad regularizar servicios formales como baños y alimentación para los visitantes - actualmente solo se puede contar con algunos arriendos de sillas y quitasoles.

Esta playa tiene similares problemáticas evidenciadas en otros balnearios de la comuna, como es el abandono de perros, basura (aunque en período estival la municipalidad cuenta con servicio de recolección de basura durante los fines de semana), uso de cuatrimotos, estacionamientos para automóviles, asados y uso de fogatas en lugares no habilitados y falta de señalización y fiscalización por la autoridad marítima local.

Se señala que existe la voluntad de la Universidad Católica del Norte - por medio de la iniciativa Triple Hélice - con el apoyo de la comunidad que reside en el sector, de poder gestionar y solicitar la concesión del Bien Nacional Protegido, lo que podría transformarse en una oportunidad para poder administrar el área por medio de la conservación ambiental y la protección y planificación del patrimonio en conjunto con la comunidad local.

Junto con lo anterior, esta área además del valor turístico que posee, se complementa con el valor identitario encontrándose además una cultura establecida de recolectores, buzos y pescadores artesanales.

F.30 - PLAYA PUNTA CUARTEL, SITIO DE CONCESIÓN MARÍTIMA Y ACTIVIDAD DE RECOLECCIÓN DE ALGAS



Fuente: elaboración propia



En cuanto a otras áreas de conservación local, son diversos los sitios identificados para la nidificación de la especie de Gaviotín Chico.

Entre estas áreas desatacan aquellos con planes de vigilancia y manejo de amenazas implementados en la comuna por parte de la Fundación Gaviotín Chico con el apoyo de la I. Municipalidad de Mejillones y se encuentran Pampa Mejillones, ZR-1 (Pta. Itata- Hornitos), Hornitos, Gualaguala - Yayas, Michilla.

En cada sitio antes mencionado se ha registrado nidificación de la especie, entre los meses de julio a enero. Ninguna de estas áreas se encuentra dentro del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado, a su vez se señala que en la actualidad no existen áreas de nidificación que estén protegidas por el Estado de Chile.

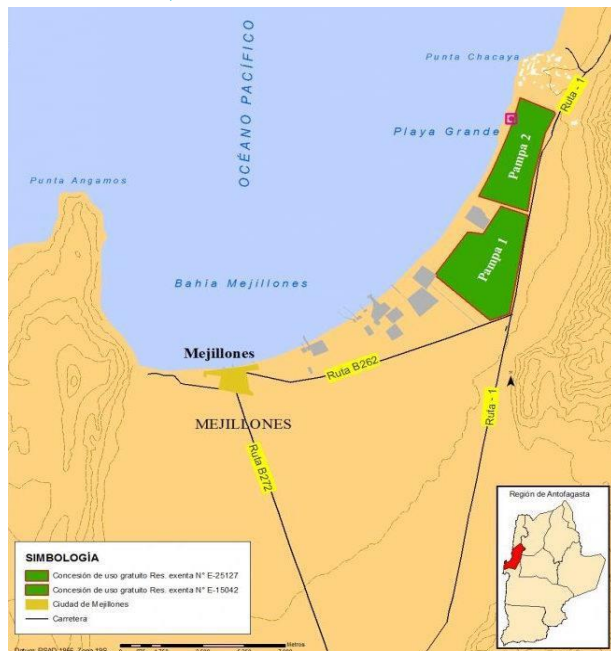
La Fundación Gaviotín y la Municipalidad han realizado acciones para la protección de algunas áreas de nidificación de la especie, identificables en su plataforma web.

El área de Pampa Mejillones es protegida por el Decreto Alcaldicio 1776/2007 y 1011/2008 que prohíben el ingreso a los sitio de nidificación en la zona denominada P1 y P2 del Plan Regulador de Mejillones. La Fundación también realizó gestiones para proteger esta zona ante el Ministerio de Bienes Nacionales para y se obtuvo la Concesión de Uso Gratuito con fines de Conservación el 2016 mediante la Resolución Exenta E-25127 y la Resolución Exenta N°: E-15042.

El área de Nidificación Itata-Chacaya se encuentra dentro del Plan Seccional Balneario Punta Itata-Hornitos, Mejillones aprobado por el Decreto Alcaldicio 26/04-R, donde existe una Zona Restrictiva (ZR1) definida como Zona de Nidificación de Gaviotín Chico, de aproximadamente 300 hectáreas, destinada a la protección de la especie.

En la actualidad la Fundación Gaviotín Chico, se encuentra en el proceso de solicitud de 6 sitios de nidificación ante el Ministerio de Bienes Nacionales, bajo la figura de Solicitud de Concesión Gratuita con fines de Conservación.

F.31 - ÁREA PROTEGIDA, CONSERVACIÓN DEL GAVIOTÍN CHICO PAMPA MEJILLONES



Fuente: Fundación Gaviotín Chico

F.32- ZONA ZR-1 PLAN SECCIONAL, ZONA NIDIFICACIÓN



Fuente: Fundación Gaviotín Chico

Respecto al área propuesta como Santuario de la Naturaleza Itata-Gualaguala Zona Norte y Sur, impulsada por Fundación Gaviotín Chico tiene una orientación para la conservación de la especie.

El principal desafío de la iniciativa en sí es lograr la recuperación de los valores actuales de la población de gaviotines y especies asociadas a este hábitat, y que este sitio sea reconocido a nivel internacional como la primera área protegida del Estado de Chile para esta ave migratoria.

En el ámbito patrimonial, el desafío es poner en valor la historia del pueblo chango camanchaco, resguardando los sitios y protegiéndolos de los constantes robos y destrucciones.

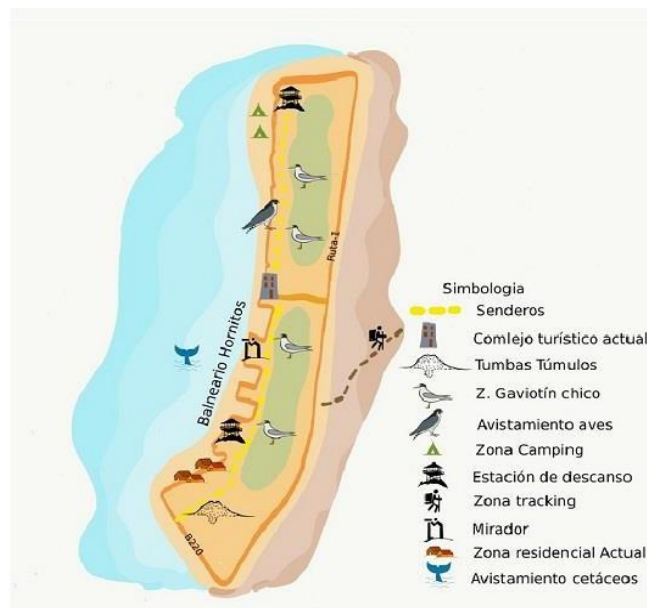
Por su parte, en el ámbito turístico, el desafío es que este santuario sea un polo de desarrollo sustentable para las comunidades aledañas, que permita de manera armónica mejorar la calidad de vida y la puesta en valor de un sitio que conserve el patrimonio natural y cultural de la región.

La propuesta de Santuario de la Naturaleza cubre una superficie cercana a las 2.800has., dividido en dos polígonos, entre Punta Itata y Punta Gualaguala, área que incorpora en sus límites uno de los principales sitios de nidificación del gaviotín.

Este sector corresponde a una subcolonia compuesta por 2 áreas: Gualaguala y Hornitos y es el segundo más importante después de Pampa Mejillones, aportando con el 25,2% de los nidos de toda la Región de Antofagasta.

Asimismo, en el lugar se han identificado más de 19 cementerios y 10 sitios residenciales de distintos momentos de la prehistoria, con antigüedades de hace 4.000 a 6.000 años.

F.33 - PROPUESTA SANTUARIO DE LA NATURALEZA, ITATA-GUALAGUALA ZONA NORTE Y SUR



Fuente: SECPLA, I. Municipalidad de Mejillones

De acuerdo al estudio de Actualización de Información de Objetos de Conservación en Bahía Mejillones, comuna de Mejillones, Región de Antofagasta (Centro de Estudios Agrarios y Ambientales (CEA), 2019), se pueden identificar cinco grandes actividades que generan amenazas sobre los objetos de conservación de la bahía de Mejillones: actividad industrial y energética; actividad turística y recreacional; especies invasoras y otras especies problemáticas; desarrollo residencial y comercial; y la contaminación.

Los objetos de conservación corresponden a elementos bióticos que se incorporan como fundamentos de protección para los ecosistemas con alto valor para la conservación de la biodiversidad. De esta forma, se establece que los impactos ambientales negativos derivados de las perturbaciones y sus consecuencias son:

- *alteración de la biodiversidad acuática: que provoca una degradación de las poblaciones de aves y mamíferos marinos.*

- *pérdida de la funcionalidad ecosistémica: principalmente contaminantes industriales que generan contaminación en la bahía. Destaca la pérdida de combustible de barcos de gran calado durante el proceso de desenganche o las labores de limpieza de bodegas con distintos ácidos.*
- *alteración de la estructura del ecosistema: por el vertimiento de ácidos y combustibles en las playas, o modificación de playas por el manejo inapropiados de línea de costa para el establecimiento de puertos.*
- *alteración de la biodiversidad terrestre: principalmente en playas por los cambios de uso de suelo para expansión urbana o industrial. Además destaca la contaminación con residuos sólidos, ahuyentamiento y depredación de fauna silvestre por perros, o ahuyentamiento por tránsito de vehículos motorizados en playas.*

Durante el año 2019, el trabajo de CEA con actores claves logró identificar las áreas donde ocurren estas perturbaciones, y se presentan en la próxima página.

F.34 - PERTURBACIONES SOBRE LOS OBJETOS DE CONSERVACIÓN Y SU DISTRIBUCIÓN



Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

En las siguientes tablas se muestran las especies identificadas como objetos de conservación caracterizadas con sus órdenes y familias correspondientes.

Además, se determinan las categorías de conservación vigentes según los criterios de Reglamento de Clasificación de Especies (RCE) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Según el RCE, las especies *Spheniscus humboldti*, *Pelecanoides garnotii*, *Phalacrocorax bougainvillii* y *Leucophaeus modestus* presentan la categoría de conservación de vulnerable (VU) mientras que *Sternula lorata* destaca por tener la categoría de en peligro (EN).

Para la UICN, sólo la especie *Spheniscus humboldti* presenta la categoría de vulnerable (VU), mientras que *Pelecanoides garnotii* y *Sternula lorata* están clasificadas como en peligro (EN).

F.35 - ESPECIES, OBJETOS DE CONSERVACIÓN (1/3)

especie	nombre común	RCE	UICN
<i>Spheniscus humboldti</i>	Pingüino de Humboldt	VU	VU
<i>Ardeana grisea</i>	Fardela negra	NE	NT
<i>Pelecanoididae</i>	Yunco de Humboldt	VU	EN
<i>Oceanites gracilis</i>	Golondrina de mar chica	IC	DD
<i>Sula variegata</i>	Piquero de Humboldt	IC	LC
<i>Phalacrocorax brasiliensis</i>	Yeco	NE	LC
<i>Phalacrocorax gaimardi</i>	Lile	IC	NT
<i>Phalacrocorax bougainvillii</i>	Guanay	VU	NT
<i>Pelecanus thagus</i>	Pelícano de Humboldt	NE	NT
<i>Ardea alba</i>	Garza grande	NE	LC
<i>Nycticorax nycticorax</i>	Huairavo común	NE	LC

VU (vulnerable), NT (casi amenazada), DD (datos insuficientes), NE (no evaluado), LC (preocupación menor)

Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

F.35 - ESPECIES, OBJETOS DE CONSERVACIÓN (2/3)

especie	nombre común	RCE	UICN
<i>Haematopus palliatus</i>	Pilpilén común	NE	LC
<i>Haematopus ater</i>	Pilpilén negro	NE	LC
<i>Tringa semipalmata</i>	Playero grande	NE	LC
<i>Numenius phaeopus</i>	Zarapito común	NE	LC
<i>Arenaria interpres</i>	Playero vuelvepiédras	NE	LC
<i>Calidris alba</i>	Playero blanco	NE	LC
<i>Stercorarius parasiticus</i>	Salteador chico	NE	LC
<i>Leucophaeus modestus</i>	Gaviota garuma	VU	LC
<i>Larus belcheri</i>	Gaviota peruana	NE	LC
<i>Larus dominicanus</i>	Gaviota dominicana	NE	LC
<i>Sternula lorata</i>	Gaviotín chico	EN	EN
<i>Sterna hirundinacea</i>	Gaviotín sudamericano	NE	LC
<i>Thalasseus elegans</i>	Gaviotín elegante	NE	NT
<i>Cathartes aura</i>	Jote de cabeza colorada	NE	LC

Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

F.35 - ESPECIES, OBJETOS DE CONSERVACIÓN (3/3)

especie	nombre común	RCE	UICN
<i>Larosterna inca</i>	Gaviotín monja	NT	NT
<i>Rynchops niger</i>	Rayador	NE	LC
<i>Charadrius semipalmatus</i>	Chorlo semipalmado	NE	LC
<i>Pluvialis squatarola</i>	Chorlo ártico	NE	LC
<i>Pluvialis dominica</i>	Chorlo dorado	NE	LC
<i>Himantopus mexicanus</i>	Perrito	LC	LC
<i>Podiceps occipitalis</i>	Blanquillo	LC	LC
<i>Cinclodes nigrofumosus</i>	Churrete costero	NE	LC
<i>Lagenorhynchus obscurus</i>	Delfín oscuro	LC	LC
<i>Phocoena spinipinnis</i>	Marsopa espinosa	DD	NT
<i>Arctocephalus australis</i>	Lobo fino austral	NT	LC
<i>Otaria flavescens</i>	Lobo común	LC	LC

VU (vulnerable), NT (casi amenazada), DD (datos insuficientes), NE (no evaluado), LC (preocupación menor)

Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

En este sentido, a nivel local se pueden identificar perturbaciones de alteración de la biodiversidad acuática que afecta principalmente a cetáceos y en menor medida aves marinas y chungungo.

Respecto a la pérdida de la funcionalidad ecosistémica, afecta a todos los objetos de conservación.

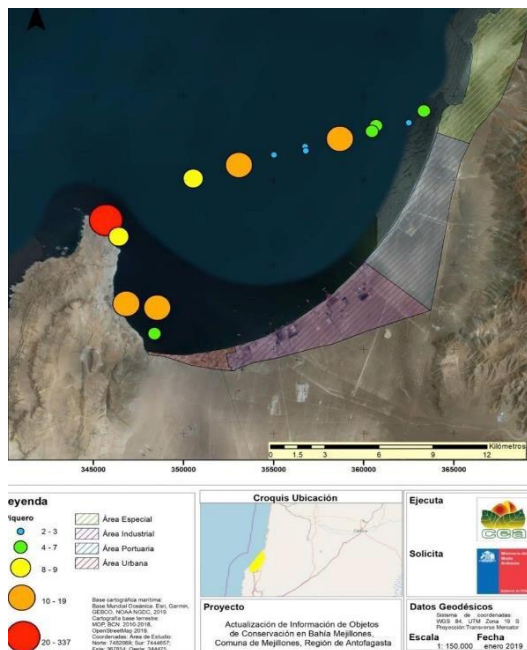
Sobre la alteración de la estructura del ecosistema, las corrientes de la bahía podrían favorecer para que estos eventos se extiendan a áreas de importancia para la reproducción de algunas especies, como de la marsopa espinosa en Punta Angamos.

Finalmente, sobre la alteración a la biodiversidad terrestre, afecta principalmente a las aves marinas.

En las siguientes figuras se visualiza la distribución y ubicación de diversos objetos de conservación asociados a los impactos identificados.

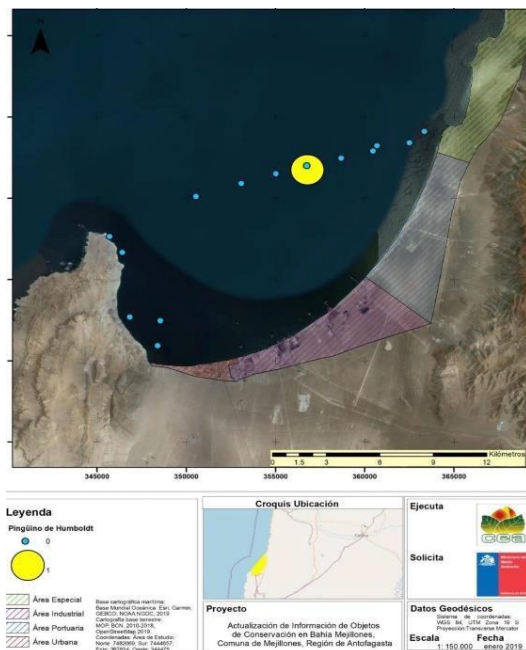


F.36 - DISTRIBUCIÓN Y ABUNDANCIA DE PIQUERO COMÚN



Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

F.37 - DISTRIBUCIÓN Y ABUNDANCIA DE PINGÜINO DE HUMBOLDT



Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

F.40 – EXTENSIÓN, INTENSIDAD Y FRECUENCIA DE PERTURBACIONES SOBRE LOS OBJETOS DE CONSERVACIÓN (1/2)

perturbaciones	extensión	intensidad	frecuencia
actividad industrial y energética			
sobreexplotación de recurso pesquero	grande	mediana	alta
enmallamiento de fauna marina	grande	mediana	alta
colisiones con fauna marina	grande	mediana	alta
contaminación acústica (ahuyentamiento de especies)	grande	leve	media
residuos líquidos y sólidos domésticos en riberas	grande	mediana	alta
contaminación bacteriológica del agua	pequeña	mediana	alta
contaminación acústica y visual	grande	mediana	alta
contaminación puntual superficial	pequeña	mediana	alta
contaminación difusa por metales	pequeña	mediana	alta
contaminación difusa por sales	mediana	mediana	alta
contaminación por aguas servidas	grande	mediana	alta
cambio de uso de suelo	grande	severa	media

Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

F.40 – EXTENSIÓN, INTENSIDAD Y FRECUENCIA DE PERTURBACIONES SOBRE LOS OBJETOS DE CONSERVACIÓN (2/2)

perturbaciones	extensión	intensidad	frecuencia
actividad turística y recreacional			
ahuyentamiento de fauna nativa	grande	mediana	alta
destrucción de sitios de nidificación	grande	mediana	alta
especies invasoras y otras especies problemáticas			
depredación de fauna nativa	grande	mediana	alta
ahuyentamiento de fauna nativa	grande	mediana	alta
desarrollo residencial y comercial			
residuos líquidos y sólidos domésticos en riberas	grande	mediana	alta
contaminación acústica (ahuyentamiento de especies)	grande	mediana	alta
contaminación			
residuos líquidos y sólidos domésticos en riberas	grande	mediana	alta

Fuente: Centro de Estudios Agrarios y Ambientales, 2019

De acuerdo al estudio Diagnóstico y Monitoreo Ambiental de la Bahía Mejillones (Gobierno Regional de Antofagasta, 2019), los factores de importancia asociados a impactos ambientales que han sido identificados en la bahía son:

- *ecosistema naturalmente sensible, debido a los procesos de gran escala que lo dominan, generando acumulación de materia orgánica, nutrientes y consecuentemente provocando eventos de hipoxia;*
- *condiciones oceanográficas propias de una bahía con bajas tasas de circulación de agua en su interior;*
- *ubicación espacial, características fisicoquímicas y volumen de las descargas líquidas de origen antrópico dentro de la bahía y su relación con el aumento de las tasas de incorporación de materia orgánica y posterior depositación en los sedimentos;*
- *acumulación de metales y metaloides en el sedimento, tanto de origen natural como antrópico;*

- *aumento sostenido de la población;*
- *aumento de la actividad industrial; y,*
- *ausencia de una normativa ambiental de protección de los ecosistemas de la bahía sur de Mejillones.*

El mismo estudio menciona que la bahía presenta un estado *deficiente*, con tendencia *en deterioro*, usando la clasificación indicada por Hyde, 2011, para evaluar las condiciones de las Áreas Marinas Protegidas (AMP) de América del Norte.

La ocurrencia de condiciones particulares - zona mínima de oxígeno, surgencia costera, alta productividad biológica, con la presencia de condiciones geológicas que hace que los sedimentos marinos presenten concentraciones altas de ciertos elementos (como arsénico y otros metales), conduce a que las descargas líquidas de la industria local adquieran mayor relevancia en la condición de la columna de agua y los sedimentos de la bahía.

En cuanto a la actividad turística y sus impactos ambientales en la comuna, las opiniones de entrevistas realizadas en el proceso de levantamiento de información son unánimes, los principales impactos negativos se observan en el borde costero y playas de la comuna, en donde se identifican diversas actividades entre las cuales, las con mayor impacto son los camping informales en playas principalmente en verano.

Se señala que se pueden llegar a observar hasta 10.000 campistas en playa de Hornitos norte, lo que junto a la inexistencia de servicios básicos como baños, duchas, agua potable y escasez de contenedores, generan un impacto considerable en cuanto a deposiciones, basura y perros sueltos que ahuyentan o cazan la fauna local, especialmente aves y sus sitios de nidificación.

Por otra parte, la basura genera el traslado de plástico mediante corrientes marinas (principalmente botellas plásticas) hacia otros sectores costeros de poca visitación.

F.41 - SITUACIÓN DE BASUREROS, PLAYA GRANDE



Fuente: elaboración propia

El desarrollo de asados que conlleva que la gente vierta el carbón usado en la playa generando un impacto masivo de contaminación de carbón en el sector costero. La basura en términos generales, de carácter volátil también impacta al ser trasladada por el viento hacia el interior causando daños en la fauna, principalmente en aves y sus sitios de nidificación.

Otras actividades de impacto severo son el uso de camionetas 4x4 y motocicletas que conllevan la muerte o accidente por atropello en aves y sitios de nidificación, imperceptibles a la vista. Los impactos mencionados han ido en aumento por la mejora de caminos que han permitido el acceso directo a otras playas antes no visitadas masivamente.

La falta de señalización, de conciencia turística y de prohibición de acampar son otras situaciones que complementan estos problemas. A continuación, se muestra una tabla resumen con los levantamientos realizado en el marco del PLADECO en actualización.

F.42 - SITUACIÓN DE CAMPINGS



Fuente: elaboración propia

F.43 - ASPECTOS NEGATIVOS Y POSITIVOS PARA EL TURISMO COMO DIMENSIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

dimensión	aspectos negativos o desfavorables	aspectos positivos o favorables
MEDIO AMBIENTE	Contaminación marina con fecas. Desconocimiento general de los habitantes sobre medio ambiente local. Aumento de enfermedades producto de la contaminación ambiental provocada por la industria. Borde costero no reconoce la toma de Hornitos. Extracción indiscriminada del alga marina, lo que afecta el ecosistema de la bahía. Ausencia de apoyo económico para la investigación medio ambiental. Sobreexplotación de los recursos marinos de parte de Corpesca. Ausencia de fiscalización de actividades clandestinas que provocan contaminación acústica (carreras de auto) Presencia de microbasurales. Poco resguardo de la fauna nativa, sector de anidación del gaviotín chico.	Comuna posee alto potencial turístico debido a sus playas y biodiversidad. Posee una gran diversidad y especies marinas únicas. Se deben mejorar los accesos a las playas, como gestión del borde costero. Se debe vincular el turismo con medio ambiente. Se debe potenciar una comuna sustentable. Se deben recuperar espacios deteriorados. Se deben articular las organizaciones de la sociedad civil, organizaciones comunitarias e instituciones para el cuidado y protección del medio ambiente. Se debe entregar un mayor resguardo a los nidos del gaviotín chico.

Fuente: en base PLADECO 2021-2030, en formulación, 2022

Parte del proceso de entrevistas evidencia que otra situación puede traer consigo impactos negativos tanto a nivel ambiental como a nivel de experiencia turística.

Se evidencia que uno de las grandes problemáticas es el poco conocimiento de la biodiversidad y su cuidado no solo a nivel general de la comunidad local, sino que también a nivel de operadores turísticos, especialmente a nivel de la gran biodiversidad marina con la que cuenta la comuna y que es ofrecida y promocionada como parte de productos turísticos asociados a navegaciones costeras.

En el ámbito de operadores turísticos, el conocimiento acabado del ecosistema que forma parte de la experiencia turística permite observar la fauna y poder generar un relato acabado por parte del operador para así complementar la experiencia. Por otro lado también permite mejorar su promoción y su posicionamiento con respecto a otros destinos de la región, mientras que el conocimiento de la comunidad permite la valoración de la riqueza ecosistémica de Mejillones.

F.44 - NUTRIA DE MAR Y DELFÍN OSCURO



Fuente: cifamac-chile.weebly.com/

De acuerdo a las entrevistas realizadas en el marco de levantamiento de información se da cuenta de la riqueza de fauna marina del lugar, lo que ha hecho que de forma incipiente estén llegando turistas nacionales y extranjeros del mundo científico y audiovisual para poder investigar y plasmarlo en documentación. A ello se suma a la variedad de aves que pueden ser avistadas.

Otra característica que potencia lo anterior y diferenciaría a Mejillones de otros destinos, es que la variedad puede ser observada a poca distancia desde la costa.

En este sentido es de gran importancia el poder generar conciencia y conocimiento en torno a la biodiversidad tanto entre empresarios como en la comunidad en general para su resguardo, protección y puesta en valor.

F.45 - BALLENA JOROBADA



Fuente: cifamac-chile.weebly.com/

F.46 - MATERIAL SOBRE OBSERVACIÓN DE BALENAS Y BUENAS PRÁCTICAS (1/2)

Sabías que

Una **perturbación**

es cuando el ser humano interfiere en la habilidad de un animal para cazar, alimentarse, comunicarse, socializar, descansar, amamantar o cuidar de sus crías.

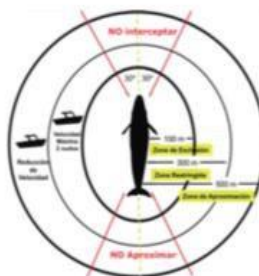
Estos son procesos vitales, necesarios para el bienestar de las poblaciones naturales de la fauna marina.

La Ley en Chile **prohíbe** acosar, alimentar, capturar o matar cetáceos, lobos de mar, focas, nutrias de mar, tortugas marinas y pingüinos, a través del Reglamento General de Observación de Mamíferos, Reptiles y Aves Hidrobiológicas y del Registro de Avistamiento de Cetáceos, aprobado por D.S. N° 28/2011, y establece **multas de 30 a 300 UTM**.

**ACTÚA PARA PROTEGER
LA FAUNA DE CUALQUIER DAÑO
O PERTURBACIÓN**

Haz tu denuncia a los correos:
informaciones@sernapesca.cl
cifamacchile@gmail.com

- 1.- Mantén el menor ruido posible.
- 2.- No te aproximes ni te alejes rápido.
- 3.- Si hay una cría no aproximarse a menos de 300 m.
- 4.- No los alimentes.
- 5.- No nades con ellos.
- 6.- No pasar más de 30 min con una ballena.
- 7.- No los acorralen o los guíen hacia la playa.
- 8.- Deja a los animales decidir por donde ir.



F.46 - MATERIAL SOBRE OBSERVACIÓN DE BALLENAS Y BUENAS PRÁCTICAS (2/2)

Península de Mejillones



¿Por qué necesitamos un reglamento?

Observar ballenas, delfines y otra fauna marina en su hábitat natural puede ser una actividad muy emocionante.

Sin embargo, nuestra presencia puede afectar el bienestar de la fauna marina y su ecosistema. Los cetáceos necesitan espacio para encontrar comida, aparearse, socializar y descansar.

Cuando estamos muy cerca, nos aproximamos muy rápido o hacemos mucho ruido, podemos perturbarlos de sus actividades y causarles malestar y estrés. En algunos casos podemos hasta poner en riesgo su vida.

Sé un ejemplo para el resto y ayúdanos a proteger los recursos marinos. Sigue este reglamento cuando encuentres cetáceos.



Proyecto "Pescador amigo": Ciencia Ciudadana y Educación Ambiental para la Conservación de la Fauna Marina en la Península de Mejillones"

Financiado por el Fondo de Protección Ambiental del Ministerio del Medio Ambiente, Gobierno de Chile

Ejecutado por el Centro de Investigación de Fauna Marina y Avistamiento de Cetáceos

Año 2018

Financia: Ejecuta: Apoya:



Organismos asociados:



Buenas prácticas para la observación de cetáceos en la Península de Mejillones



www.cifamac.org

Fuente: cifamac-chile.weebly.com/

Según el Estudio de Vulnerabilidad ante el Cambio Climático (Subsecretaría de Turismo, 2019), enfocado en destinos turísticos priorizados, si bien Mejillones no está dentro de éstos, si tiene una relación directa con el destino turístico Antofagasta.

El estudio ante el cambio climático distingue los siguientes problemas potenciales en el sector urbano costero de la zona:

- *marejadas y vientos extremos (eventos extremos): problemas de abastecimiento (combustible, comida, etc.); afectación de infraestructura del borde costero; interrupción de oferta turística en borde costero (buceo, surf, sol y playa, gastronomía, etc.). Pérdida en el confort de la experiencia turística. Aumento del nivel del mar. Aumento de la erosión del borde costero;*
- *alza de temperatura: cambios en la biodiversidad marina (efectos sobre el atractivo turístico), por ejemplo, la fragata portuguesa; eventos de marea roja que afectan la gastronomía, actividades recreativas en el agua, etc.;*

- *cambio porcentual de noches cálidas: se refiere al porcentaje de noches cuyas temperaturas superan un valor umbral. En donde se estima un aumento del 30% (máximo) en Antofagasta. Este indicador puede ser complementado mediante un análisis de las preferencias de los turistas, lo cual indicará si el efecto esperado será positivo (mayor demanda, menores costos de energía) o negativo (menor demanda, mayores costos de energía).*

En cuanto a riesgos en aumento de temperaturas de verano e invierno y menores precipitaciones, los principales problemas a futuro se relacionan con el aumento de la demanda de agua por parte del sector turismo y otros sectores productivos, lo cual podría conducir a conflictos entre las partes, por el uso del recurso hídrico.

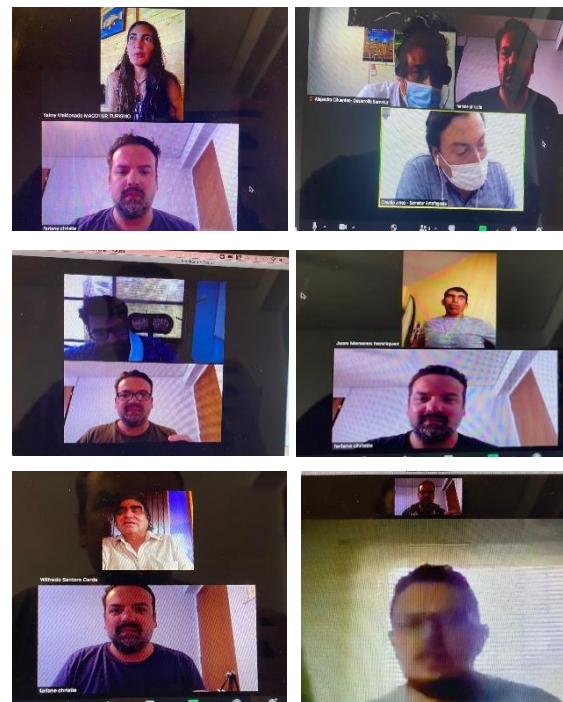
Como indicado a lo largo del desarrollo del acápite de medio ambiente, junto con el levantamiento de información desde material bibliográfico, se desarrollaron entrevistas a actores claves que permitieron complementar la información.

Adicionalmente, los encuentros han contribuido en la vinculación de las consideraciones ambientales sobre atractivos de carácter patrimonial - arqueología, historia y patrimonio material.

F.47 - ACOTRES ENTREVISTADOS, SITUACIONALIDAD Y RELACIÓN MEDIO AMBIENTAL

nombre	organización
Fernando Campos	Jefe Departamento de Medio Ambiente, I. Municipalidad de Mejillones
Román Figueroa	Coordinador Área de Educación Ambiental y Difusión, Fundación para la Sustentabilidad del Gaviotín Chico; y Director del Consejo Patrimonial de Mejillones
Yeimi Maldonado	Empresaria Turística, Maco Tours
Wilfredo Santoro	Presidente Consejo Patrimonial de Mejillones
Juan Menares	Empresario Turístico, JM Turismo
Alejandro Cifuentes y Claudio Jérez	SERNATUR, Región de Antofagasta

Fuente: elaboración propia



Finalmente, entendiendo que durante las diversas actividades de participación realizadas hasta la fecha, una de las principales preocupaciones y observaciones por parte de los actores participantes se relacionaban con el interés de poder utilizar terrenos para el desarrollo de proyectos turísticos que actualmente son administrados por el Servicio de Bienestar de la Armada. Además, se comentó en las reuniones participativas que los terrenos corresponden a una gran proporción del sector costero de la comuna. En consecuencia, se procedió a gestionar una entrevista mediante Ley del Lobby con el Departamento del Bienestar de la Armada. En dicha reunión se planteó las observaciones y preocupaciones emitidas en las actividades realizadas.

Como respuesta ante esto, se informa por parte del Bienestar de la Armada, que actualmente es posible por parte de cualquier persona natural o jurídica, proceder a solicitar un terreno con el fin que se estime conveniente - en este caso turístico). Para poder realizar la solicitud se requiere que el interesado elabore una carta dirigida hacia el Director del

Servicio de Bienestar de la Armada, solicitando el terreno identificado, en donde tiene que quedar plasmada la mayor cantidad de información al respecto, es decir, objetivos, naturaleza del proyecto, alcance y tamaño, montos de inversión, proyecciones de uso, etc.

Una vez recepcionado el documento, se procede a revisar por parte del servicio. En caso de ser aprobada la solicitud, no se entrega el terreno directamente hacia el interesado, si no que el Servicio de Bienestar de la Armada procede a preparar y ejecutar una licitación pública para el uso del terreno en cuestión, en donde el objetivo de dicha concesión son los objetivos y naturaleza del proyecto que el interesado presentó en la documentación.

El interesado debe participar de esta licitación y en caso de adjudicarse, se le otorga a él, o bien al oferente que haya ganado este proceso.

4.3. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

Para efectos de la presentación de la oferta turística se ha iniciado con la revisión del catastro y categorización de atractivos-productos turísticos que constituyen la oferta de Mejillones.

Para ello, se revisaron los antecedentes disponibles del Servicio Nacional de Turismo sobre los atractivos comunales y se han chequeado y ajustado por parte de la I. Municipalidad de Mejillones.

A 20 de enero, el equipo realizó una visita de terreno para el análisis in situ de los atractivos y, posteriormente, se organizó a 16 de febrero, de manera remota, una sesión de taller con la contraparte y actores sectoriales locales.

En la ocasión del taller se procedió con la valoración respectiva de los atractivos-productos con perspectiva de los mercados en base a la metodología del equipo consultor creada por el Prof. Dr. Josep Chias.

La valoración brinda resultados para evidenciar el valor potencial y el grado de aprovechamiento actual por atractivo-producto, facilitándose, de esta forma, la toma de decisiones para la planificación y gestión turística.

En sí, el valor potencial es entendible como la capacidad de atracción de los visitantes permitiendo una clasificación del recurso-producto según su importancia relativa para el destino Mejillones. Para su medición se aplicó la valoración usando los criterios de:

- *unicidad: valor que adquiere un recurso turístico por el hecho de ser único en una comuna, en la región, en Chile, en el continente o en el mundo.*
- *valor intrínseco: valor del recurso turístico dentro de su propia categoría.*
- *carácter local: valor que se otorga a un recurso por ser típico o característico del lugar. Su vinculación con la identidad del lugar.*

Por su parte, el grado de aprovechamiento, más bien, indica la capacidad de crecimiento que el destino tiene sin la necesidad de creación de nuevos productos.

Esto es, mejorando la estructuración y promoción, la venta y comunicación, de aquellos ya existentes hacia los mercados objetivo.

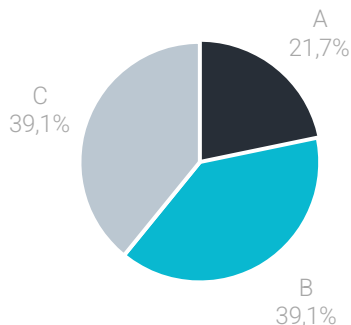
Para ello, se utilizaron los criterios de:

- *notoriedad: grado de conocimiento del producto turístico a nivel regional, nacional e internacional.*
- *concentración de oferta: valor derivado de la concentración de productos para realizar otras actividades turísticas dentro de la misma área.*

Este ejercicio de valoración es, finalmente, la aplicación de un instrumento técnico que facilita el conocimiento de la realidad y la potencialidad de la oferta de Mejillones como destino turístico.

Con la valoración, se obtiene una clasificación de los atractivos-productos priorizados desde mayor a menor en A, B o C, dependiente de su valor potencial para los mercados y que ha sido la resultante del proceso realizado en taller y ajustado según perspectiva técnica del equipo consultor. En este sentido, se evidencia que Mejillones posee 5 atractivos-productos clasificados como A, 9 productos B y 9 productos C.

F.48 - CLASIFICACIÓN RECURSOS-PRODUCTOS TURÍSTICOS DE MEJILLONES



Fuente: elaboración propia

En consecuencia, el 22% de la oferta actual en términos de atractivos-productos se refiere a aquella de clase A, aquella que puede ser de mayor atracción para fines de la actividad turística, para el impulso de la demanda actualmente. Mientras que los B y C representan aquellos que complementan la estadia y que pueden ser mejorados para su preparación para la actividad turística en sí.

En cuanto al grado de aprovechamiento, se cuenta con 4 atractivos-productos con un grado de aprovechamiento superior al 70%, 10, con el grado de aprovechamiento de entre 50% y 70% y 9 con el grado de aprovechamiento inferior al 50%.

Aquellos con el grado de aprovechamiento superior, significa que deben ser tomados en consideración con la perspectiva de no superar sus propias capacidades de uso, mientras que aquellos con menores aprovechamientos pueden ser visualizados como oportunidades, ante un mayor valor potencial, para su puesta en valor y uso por parte del mercado.

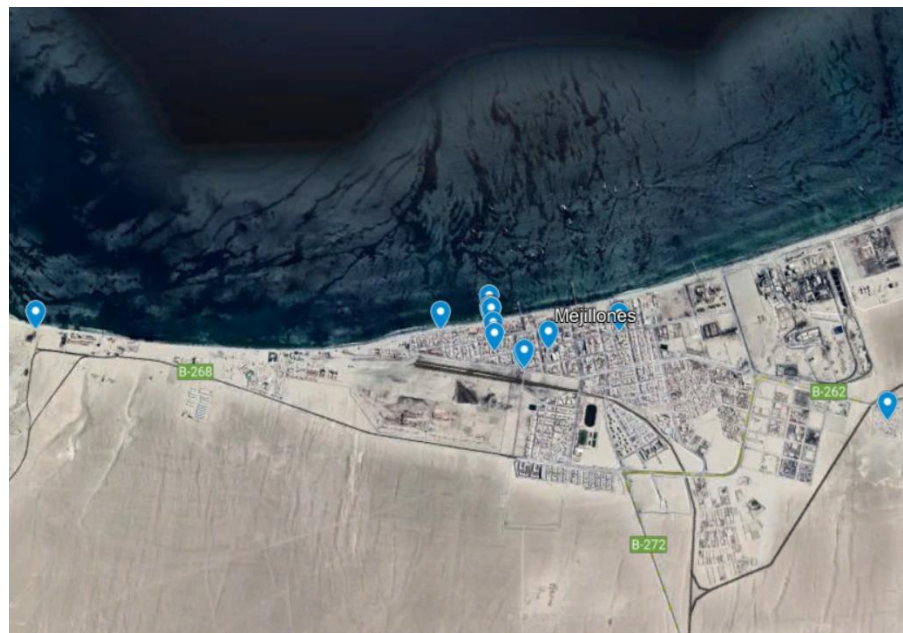
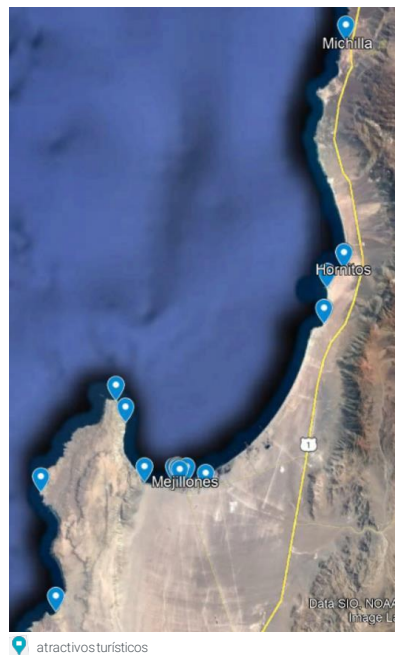
F.49 - VALORACIÓN Y CLASIFICACIÓN ATRACTIVOS-PRODUCTOS TURÍSTICOS

	valor potencial (máx 30)	clasificación	grado aprovecha- miento
Mirador Punta Angamos	25	A	60%
Ed. Gobernación Marítima	22	A	93%
Plaza de la Cultura, Plaza Gob. Marítima	22	A	67%
Playa y Balneario Hornitos	20	A	87%
Celebración, Aniversario de Mejillones	20	A	67%
Iglesia Corazón de María	19	B	73%
Playa Punta Cuartel	19	B	67%
Ed. Estación de Ferrocarril	19	B	60%
Plaza Trabajador Ferroviario	19	B	53%
Ñoroble	19	B	47%
Paseo Borde Costero Plaza de la Cultura	16	B	73%

Fuente: elaboración propia

	valor potencial (máx 30)	clasificación	grado aprovecha- miento
Ed. ExJuzgado, Municipalidad Mejillones	16	B	53%
Cementerio de Mejillones	16	B	39%
Caleta Hornitos	15	B	60%
Rinconada	14	C	47%
Centro Cultural de Mejillones	13	C	53%
Playa Chacaya	13	C	47%
Playa Grande	13	C	47%
Playa Punta Itata	13	C	47%
Ensenada de los Choros	12	C	27%
Las Loberas, Punta Lobería	10	C	33%
Museo Histórico y Natural	8	C	67%
Caleta Michilla	7	C	20%

F.50 - DISTRIBUCIÓN DE ATRACTIVOS-PRODUCTOS TURÍSTICOS A NIVEL COMUNAL Y EN ÁREA DEL CENTRO URBANO



Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los datos de actividades características del turismo (SII, 2021), al año 2019, últimos datos disponibles, se han identificado un total de 172 empresas en este rubro.

En sí, el Servicio de Impuestos Internos diferencia las actividades características del turismo en alojamientos, provisión de alimentos y bebidas, actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas, y de otras actividades características del turismo no clasificadas previamente.

Según estos datos, entre el 2018 y el 2019 a nivel comunal se registró una disminución de empresas, por un total de 5 unidades, o un 2,8%.

El Servicio Nacional de Turismo, al año 2022, en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, integra un total de 30 registros de empresas de turismo.

De este total, hay 17 registros de alojamientos, 9 de restaurantes y similares, 2 de transporte de pasajeros por vía marítima, 1 servicio deportivo y 1 de turismo de aventura.

La información de datos de la I. Municipalidad de Mejillones al 2022 identifican 12 alojamientos, 15 restaurantes, 36 artesanos y 9 de otros servicios como tour operación, otros servicios de alimentación y similares.

Por lo tanto, la base municipal arroja un número de empresas vinculadas al rubro del turismo de 72 empresas.

En las siguientes páginas se presentan las tablas respectivas con la información de las actividades características del turismo a nivel regional del SII que permiten visualizar una comparativa con otras comunas de la Región de Antofagasta.

También, se presenta un listado de la última base de registro de prestadores a disposición del grupo consultor al momento de presentación del informe y, posterior a ello, de la base de antecedentes de empresas facilitada por parte de la Municipalidad.

F.51 - NÚMERO DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DE TURISMO (1/2)

comuna	alojamiento turístico			provisión de alimentos y bebidas		
	2018	2019	variación interanual	2018	2019	variación interanual
Antofagasta	241	237	-1,7%	1.206	1.171	-2,9%
Mejillones	35	33	-5,7%	73	69	-5,5%
Sierra Gorda	9	10	11,1%	25	22	-12,0%
Taltal	34	31	-8,8%	70	82	17,1%
Calama	201	191	-5,0%	652	661	1,4%
Ollagüe	0	3	100,0%	3	1	-66,7%
San Pedro de Atacama	165	179	8,5%	96	109	13,5%
Tocopilla	30	31	3,3%	137	142	3,6%
María Elena	4	4	0,0%	35	36	2,9%
total región	719	719	0,0%	2.297	2.293	-0,2%

Fuente: en base SII, 2021

F.51 - NÚMERO DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DE TURISMO (2/2)

comuna	actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas			otras actividades característica de turismo			total act		
	2018	2019	variación interanual	2018	2019	variación interanual	2018	2019	variación interanual
Antofagasta	27	21	-22,2%	2.495	2.525	1,2%	3.969	3.954	-0,4%
Mejillones	1	0	-100,0%	68	70	2,9%	177	172	-2,8%
Sierra Gorda	0	0	0,0%	10	12	20,0%	44	44	0,0%
Taltal	1	1	0,0%	36	45	25,0%	141	159	12,8%
Calama	24	34	41,7%	884	947	7,1%	1.761	1.833	4,1%
Ollagüe	0	0	0,0%	0	0	0,0%	3	4	33,3%
San Pedro de Atacama	96	103	7,3%	201	242	20,4%	558	633	13,4%
Tocopilla	1	1	0,0%	89	87	-2,2%	257	261	1,6%
María Elena	1	1	0,0%	16	16	0,0%	56	57	1,8%
total región	151	161	6,6%	3.799	3.944	3,8%	6.966	7.117	2,2%

Fuente: en base SII, 2021

F.52 - REGISTRO DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, SERNATUR

tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)	clase
alojamiento turístico	Alto del Sol Latorre	hotel
	Hotel Mejillones	hotel
	Hotel Capitania	hotel
	Apart Hotel Bahía	apart - hotel
	Apart Hotel Rapallo	apart - hotel
	Hotel Miramar	hotel
	Hotel Paris	hotel
	Hotel Hornitos	complejo turístico o resort
	Hostal Isi	hostal
	Residencial El Cerco	hostal
	Hostal In Home	hostal
	Residencial Los Padilla	residencial
	Alto del Sol Plaza	hotel
	Hostal El Rey	hostal
	Residencial Ofelita	residencial
	Hostal Taishi	hostal
	Aparthornito	apart - hotel

Fuente: en base Sernatur, 2022

tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)	clase
restaurantes y similares	Restaurant Los Padilla	restaurante
	Restaurant El Conquistador	restaurante
	Casino Municipal	restaurante
	Metropolitano Restobar	pub
	Estacion Playa Al Paso	picada
	Espacio Libero	restaurante
	Restaurante La Roca	restaurante
	Los Pinos	restaurante
	Restaurante Marisquería La Dayancita	cocinería
servicios deportivos	Ocean Nautic Tour	/
transporte de pasajeros por vía marítima	Turismo Jm	transporte marítimo
	Montemar	transporte marítimo
turismo aventura	Paseos Nauticos Turismo Jm	paseos náuticos

F.53 - BASE DE DATOS DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, MUNICIPALIDAD (1/2)

tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)	tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)	tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)
alojamiento turístico	Hotel Capitania	restaurantes	Tito Cobreloa	otros servicios	Food Truck Ben & Boom
	Hotel Paris		La Roca		Antojo Fresch
	Hotel Alto Del Sol Latorre		Empanapolix		Étnica Spa
	Cabañas In Home		Espacio Libero		Econautica
	Apart Hotel Rapallo		Los Pinos		Turismo Jm
	Apart Hotel Bahía		Casino Municipal		Buena Aventura
	Hotel HYH		Espinakeitor		Rumpay
	Hostal El Rey		Cafetería y Heladería Amore Gelato		El Cacique
	Hotel Alto Del Sol Plaza		La Dayancita		Maco Tur
	Hotel Mejillones		Rustic Resto Bar		
	Hotel Marluz		The Corner Food		
	Hotel Miramar		Café Ameli		
			Puerto Bello		
			Gullibert		
			Sabores Del Campo		

Fuente: en base I. Municipalidad de Mejillones, 2022

F.53 - BASE DE DATOS DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, MUNICIPALIDAD (2/2)

tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)	tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)	tipo de servicio	nombre comercial (fantasía)
artesanos	Adriana Canelo	artesanos	Luis Miranda Troncoso	artesanos	Nancy Meza Cayo
	Carolina Li Yau		Mara Lobos		Nancy Avendaño
	Claudia Bórquez		Margot Oviedo		Nelly Pizarro Valencia
	Daniza Moya Pinto		Maria Castellano		Paola Castillo Solis
	Estefanía Briceño		María Diaz Diaz		Pedro Rojas Herrera
	Elvira Alvarez		María Fernanda Morales Montiel		Rossana Dorador
	Fernanda Salas Olivares		Marlene Gomez		Sergio Labra Torres
	Haydee Pávez		Martina Miranda Peralta		Samanta Moya
	Isabel Cepeda		Máximo Salinas		Vanessa Rodríguez
	Jacqueline Garcia		Miriam Garay Diaz		Veronica Rojas
	Jeans Fernandez		Mirna Cisterna Trigo		Xenia Romero Cortés
	Katherine Ferreira Castellanos		Mónica Oviedo		Zunilda Rivera

Fuente: en base I. Municipalidad de Mejillones, 2022

Referente a la demanda turística se analizó la información que permite generar una perspectiva de la evolución del turismo mundial, nacional, regional y local.

Para ello se ha acudido a fuentes internacionales y nacionales, complementando los levantamientos con la aplicación de una encuesta a un grupo representativo de diferentes prestadores de servicios turísticos.

En total, se han realizado 24 levantamientos telefónicos con prestadores locales para poder complementar los análisis sobre el perfil del visitante a la comuna de Mejillones.

Este levantamiento se ha realizado a finales de mes de febrero contactando a 36 establecimientos según las bases de datos disponibles y siendo consultados tanto establecimientos de alojamiento, gastronomía y de actividades recreativas.

A continuación, se presentan los antecedentes de relevancia sobre la demanda turística para Mejillones.

SITUACIÓN MUNDIAL

La Organización Mundial del Turismo (OMT) indica que el año 2021 ha cerrado con un crecimiento del 4% respecto al 2020, mientras ese año ha sido *el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales* (Barómetro, OMT, 2022-2021).

En total, al año 2021 a nivel internacional se registraron 415 millones de llegadas internacionales, frente a los menos de 400 millones del 2000.

En los años precedentes a la pandemia global por COVID-19, en lo específico, en el quinquenio 2015-2019, el turismo internacional había experimentado un incremento acumulado de un 22,2%, pasando de los 1,2 a casi 1,5 mil millones de llegadas de turistas internacionales. Se había proyectado que para el año 2030 se alcanzarían los 1,8 mil millones de llegadas y que la actividad se consolidaba como una de *claves para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar* (Panorama del Turismo Internacional, OMT, 2015).

En sí, el turismo internacional ha aumentado de los 25 millones de arribos en 1950 a sobre 500 millones en 1995 y sobre los mil millones a inicios de la década pasada.

Por lo tanto, los impactos de la pandemia están llevando las cifras del turismo internacional a un retroceso estimado de 30 años en cuanto a las llegadas.

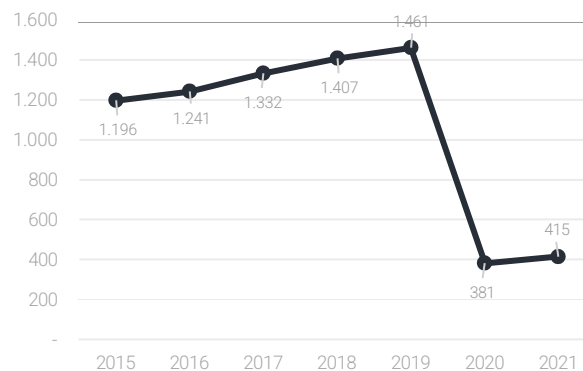
La recuperación de los viajes internacionales ha tenido una mayor incidencia el 2021 en continentes como Europa, con una incremento del 19% y en las Américas con un aumento del 17% respecto al 2020.

La contribución económica del turismo al 2021 se estima en 1,9 billones de dólares, siendo muy inferior a los registrado el 2019 con cifras de sobre 3,5 billones de dólares (Barómetro, OMT, 2022).

Para el 2022 se prevén mejores perspectivas para la recuperación, sobre todo para el tercer trimestre del año, sin embargo, los flujos al 2019 no se espera puedan volver

a visualizarse a nivel de los mercados antes del 2024 o posterior - teniendo en particular las consideraciones de cambios globales fruto de inestabilidades y conflictos con incidencia en los viajes y el transporte.

F.54 - LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A NIVEL MUNDIAL (en millones)



Fuente: en base OMT, 2016-2022

DEMANDA TURÍSTICA, CHILE

Las llegadas de turistas internacionales a Chile han visto un incremento constante a partir del año 2010 y pronunciado aumento entre el 2014 al 2017 pasando de recibir unos 2,8 a 6,5 millones de turistas.

No obstante lo anterior, desde el año 2018 se experimentan bajas de número de arribos, altamente pronunciadas particularmente dadas la crisis sanitaria COVID-19 en el año 2020.

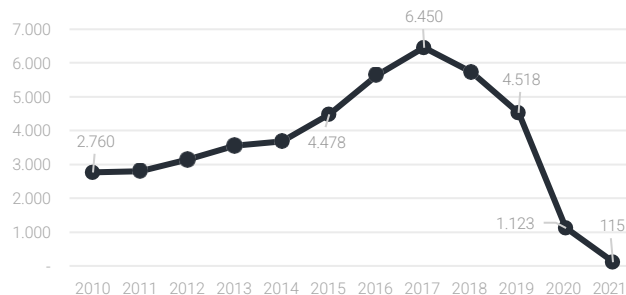
Es así, como de los casi 6,5 millones del 2017, el 2019 se registraron 2 millones de llegadas menos, unos 4,5 millones, mientras que al cierre del 2021 la cifra de arribos internacionales alcanzó 115 mil turistas (Subsecretaría de Turismo, 2021; Fedetur, 2022).

La disminución evidenciada hasta el año 2020, de un 29,9% entre 2017 al 2019, se ha debido a la baja de flujos procedentes de Argentina y Brasil.

Es así, que al año 2019 las llegadas desde Argentina se contrajeron en un 40,7%, mientras las de Brasil en un 8,0% (Fedetur, 2020).

Argentina representó al año 2019 un 31,8% de las llegadas, mientras Brasil representó un 12,0%, siendo los principales puntos de emisión de turistas hacia Chile. La situación demuestra la alta dependencia del país y de sus destinos del mercado de proximidad de Argentina.

F.55 - LLEGADAS TURISTAS INTERNACIONALES, CHILE (en miles)



Fuente: en base Subsecretaría de Turismo, 2020-2022

Otros mercados de relevancia para el turismo receptivo de Chile son los que proceden de Europa que, en su conjunto, representan el 11,4% de la demanda, y los de Estados Unidos, con un 5,0% de la demanda.

Tomando como indicación los datos publicados por la Subsecretaría de Turismo el gasto turístico de turistas internacionales al año 2018 representaron ingresos de 3.230,5 millones de dólares para el país (Barómetro 2018, Subsecretaría de Turismo, 2019).

El gasto promedio diario individual y el gasto total individual de los turistas de las principales procedencias referenciales para el turismo en Chile destaca el gasto del turista procedente de Brasil, con más de U\$D102 al día, Estados Unidos, con U\$D83 y Australia, con cerca de U\$D75.

En cuanto a los días de permanencia, los turistas procedentes de Francia permanecen unas 26, de España 23 y de Alemania 22 noches.

F.56 - GASTO TURÍSTICO Y PERMANENCIA PROMEDIO SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA

país	gasto promedio diario individual (USD)	gasto total individual (USD)	permanencia promedio (noches)
Brasil	102,3	765,1	7,5
EEUU	83,4	1.171,7	14,0
Australia	74,7	1.099,6	14,7
España	56,2	1.299,3	23,1
Argentina	53,5	319,3	6,0
Alemania	51,3	1.099,6	22,2
Francia	46,5	1.205,0	25,9

Fuente: elaboración propia en base Subsecretaría de Turismo, 2019

Referente a las motivaciones, según la información de la Subsecretaría de Turismo, los turistas internacionales visitan Chile en un 59,2% de los casos por razones de vacaciones, 22,5% por razones de visita a familiares y/o amigos, 9,7% por negocios y el 8,6% por otros motivos (Barómetro 2018, Subsecretaría de Turismo, 2019).

El turismo receptivo en el país representa, a su vez, un 32,4% de llegadas a establecimientos de alojamiento turístico.

Esto es, prácticamente, un tercio de las llegadas a los establecimientos de alojamiento es generado por turistas internacionales, mientras, más bien, los otros dos tercios son generados por el turismo interno, de los viajes de chilenos por el país (Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico 2018, Subsecretaría de Turismo, 2019).

Respecto al turismo interno, la Subsecretaría de Turismo al año 2021 estima un total de 25,1 millones de viajes turísticos a lo largo del país, representando un incremento del 15,7% sobre el 2020.

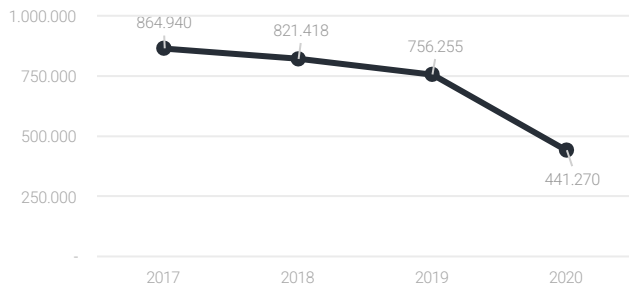
No obstante, previo a la pandemia, al 2019, se registraron a nivel nacional 32,3 millones de viajes turísticos, de turismo interno.

Según la última información disponible al año 2018, el gasto promedio diario individual de un turista nacional es de \$26.768,-, mientras el total individual por viaje, de \$160.222,- con un promedio de estadía de 6 noches.

DEMANDA TURÍSTICA, REGIÓN DE ANTOFAGASTA

Según datos disponibles de la Subsecretaría de Turismo en materia de Llegadas a Establecimientos de Alojamiento Turístico, la composición de las llegadas al año 2019 es de un 75,4% de llegadas nacionales y un 24,6% de llegadas de extranjeros. En total, se registraron sobre 750 mil llegadas, cifra inferior a las sobre 860 mil registradas al 2017 (EAT, Subsecretaría de Turismo, INE, 2021).

F.57 - LLEGADAS A ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO TURÍSTICO, R. ANTOFAGASTA



Fuente: en base Subsecretaría de Turismo, INE, 2021

Producto de la pandemia, el año 2020 ha cerrado con una disminución de 41,7% de llegadas a establecimientos de alojamiento turístico en la región en cuanto al 2019.

Antes del 2019 se ha registrado ya una disminución de las llegadas, con un total de una baja entre el 2017 y el 2019 de un 14,0% respecto a la llegada de turistas nacionales a establecimientos de alojamiento y de una baja de turistas internacionales de un 7,8%.

La duración de la estadía en los alojamiento de la región al año 2019 ha sido de 2,2 noches, donde el turista extranjero permanecía 2,4 y el nacional 2,2.

Respecto al año 2021 los datos disponibles al turismo interno se refieren a los viajes hasta el mes de noviembre, donde se indica que se han acumulado un total de 747.720 viajes hacia la Región de Antofagasta desde otras regiones del país. Este dato representa un aumento del 8,4% respecto al 2020 (Big Data Turismo Interno, Sernatur, 2022).

Las principales procedencias de llegadas de nacionales a establecimientos de alojamiento turístico de la región, al 2019, han sido de la Región Metropolitana de Santiago, con un 59,5%, seguido con llegadas de la propia Región de Antofagasta, con un 18,4%.

Las llegadas de extranjeros al 2019 mostraban que en la totalidad el grupo de países europeos España, Francia, Alemania y Reino Unido constituyen el principal mercado emisor, con un 24,2% de llegadas sobre el total. De este grupo, el 38,0% corresponde a flujos desde Alemania, seguido por aquellos de Francia, Reino Unido y España, con un 28,7%, 17,0% y 16,3%, respectivamente.

En segundo lugar se ubica Brasil, con un 18,3%, seguido de Estados Unidos, con un 9,6% y Argentina, con un 8,6%.

Los países fronterizos de Bolivia y Perú, en su conjunto, representan el 3,4% de llegadas a establecimientos de alojamiento regional al año 2019.

F.58 - PRINCIPALES PROCEDENCIAS, EST. ALOJ. TUR., R. ANTOFAGASTA

turismo interno - región	
Región Metropolitana de Santiago	59,5%
Región de Antofagasta	18,4%
Región de Valparaíso	4,4%
Región de Coquimbo	4,0%
Región de Tarapacá	3,3%
turismo receptivo - país	
Europa (Alemania, Francia, Reino Unido, Inglaterra)	24,2%
Brasil	18,3%
Estados Unidos	9,6%
Argentina	8,6%
Perú, Bolivia	3,4%
Australia	2,4%

Fuente: en base Subsecretaría de Turismo, 2019

DEMANDA TURÍSTICA, MEJILLONES

Para fines del análisis de la demanda, en primer lugar se toma en consideración la información disponible sobre las llegadas a establecimientos de alojamiento turístico de Sernatur.

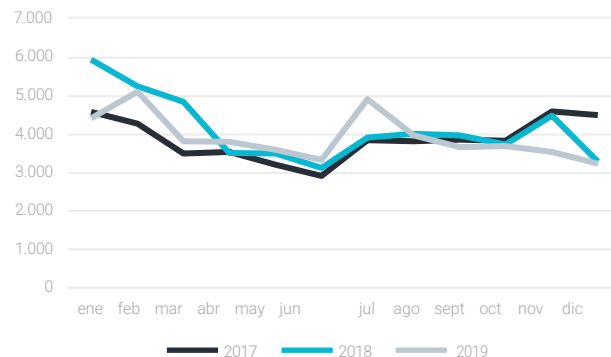
Los antecedentes no hacen alusión específica a la comuna de Mejillones, más bien agregan sus datos a la denominación de *resto de la región*, más allá de los destinos Antofagasta, San Pedro de Atacama y Calama.

En consecuencia, el análisis de la demanda imposibilita la determinación de un número de llegadas, pero puede relevar la tendencia y comportamiento de los flujos, además del análisis del perfil del visitante que se ha realizado con la aplicación de la encuesta telefónica.

De esta manera, se puede señalar la existencia de una concentración de la demanda en el período estival, con un estimado 20,6% en análisis de un período de 3 años. A pesar de ello, la estacionalidad no considera grandes fluctuaciones.

Lo anterior, se estima, tiene relación con los relevamientos hechos en las actividades participativas donde ha quedado identificada la presencia de un público por motivos de negocio que hace uso de los servicios de alojamiento en sí y se refuerza con el dato que la permanencia promedio al año es de 1,6 noches, mientras en período estival de 1,8.

F.59 - LLEGADAS A EST. ALOJ. TCO. ÁREA RESTO R. ANTOFAGASTA, INCL. MEJILLONES



Fuente: en base Subsecretaría de Turismo, INE, 2021

Con tal de profundizar sobre el perfil del visitante se procedió con la realización de las mencionadas entrevistas telefónicas obteniendo respuestas de las siguientes empresas: *Puerto Bello, Gulibert, Econautica, Ben And Boom, Sabores Del Campo, Cafe Ameli, Etnica Spa, Cacique, Turismo Jm, Makotur, Hotel Hyh, Alto del Sol Latorre, The Corner Food, Rustic Resto Bar, Cafeteria Amore Gelato, Empanapolix, Tito Cobreloa, Metropolitano, Apart Hotel Hornitos, Embarcacion Golondrina, Restaurant Dayancita, El Rey Alojamiento, Hotel Miramar, y Alto del Sol Plaza.*

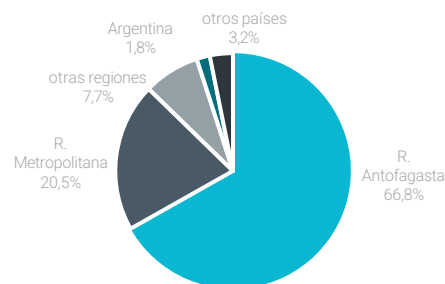
Los resultados entregados permiten, en primer lugar, poder orientar la procedencia de los turistas de Mejillones, donde se estima que el 95,0% de los flujos son de turistas nacionales, en concreto 66,8% de la propia Región de Antofagasta, 20,5% de la Región Metropolitana y un 7,7% de otras regiones de Chile.

Un 5,0% provienen del extranjero, donde se mencionan como países de procedencia Argentina, Estados Unidos, Francia, España e Italia.

Al consultar sobre la duración de la estadía, los encuestados indican que los turistas de la propia Región de Antofagasta permanecen 2,9 noches, de la Región Metropolitana 4,4, de otras regiones del país 4,1. Cabe destacar que se indica que el turista de la propia región durante el período estival puede quedarse y hasta un mes en la comuna.

Por su parte, los internacionales procedentes de Argentina permanecen en Mejillones 3,5, los de Bolivia 1 y los de otros países 2,5 noches.

F.60 - ESTIMACIÓN PROCEDENCIAS TURISTAS MEJILLONES



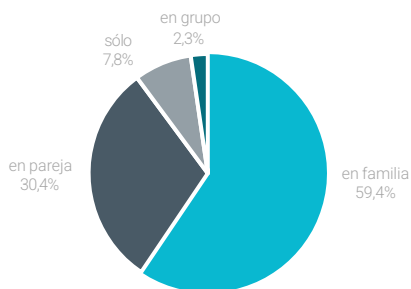
Fuente: elaboración propia

En cuanto a la motivación, un 90,5%, se estima, vienen por razones de ocio y un 9,5% por negocio.

Mientras, en cuanto al grupo de viaje, un 59,4% se estima viajan en familia, 30,4% en pareja, un 7,8% sólo y un 2,3% en grupo.

Respecto al rango etario, los encuestados señalan que el 45,5% de los turistas tiene un rango de edad entre 36 a 50 años.

F.61 - ESTIMACIÓN GRUPOS DE VIAJES TURISTAS MEJILLONES



Fuente: elaboración propia

Un 40,7% tiene un rango de edad de entre 26 a 35 años, mientras el 9,1% entre 18 y 25 y entre 51 a 65 años, un 4,8%.

Los grupos de adulto mayor, sobre los 66 años y los menores de 18, no son considerados grupos representativos de edades como turistas visitantes de Mejillones.

Sobre la repetibilidad de los viajes, se considera que el 59,4% de los turistas suelen volver a Mejillones más de 3 veces al año y son procedentes de la propia Región de Antofagasta.

Un 28,4% de los turistas, según estiman los encuestados, visita 1 o 2 veces al año Mejillones, siendo de procedencia de la Región Metropolitana, en variadas ocasiones, con motivos de negocio. Se estima que un 4,5% de quienes visitan la comuna lo hacen 1 vez cada 3 a 5 años, mientras que un 7,7% de los turistas lo hacen una sola vez y no repiten el viaje.

Aunque se trate de estimaciones globales, se puede señalar la alta percepción sobre el retorno de los turistas hacia la comuna.

Consultando sobre las actividades que realizan los turistas procedentes de la propia Región de Antofagasta, éstas se circunscriben al sol y playa.

Los procedentes de la Región Metropolitana, además del sol y playa, se estima que realizan actividades vinculadas a algunas caminatas y en búsqueda de arqueología. Los procedentes de otras regiones del país, junto con el sol y playa, caminatas, se estima que persiguen el descanso.

Respecto a los turistas internacionales, también estarían en búsqueda de actividades de sol y playa en Mejillones.

Se deja constancia sobre el no reconocimiento de que sean practicadas actividades vinculadas a la observación de flora y fauna, observación de cetáceos, circuitos culturales, gastronómicos, entre otros.

Los encuestados tienen la percepción de una alta valoración del turista en cuanto a la satisfacción con la oferta turística en términos de calidad de servicio y entretenimiento.

La evaluación más baja es estimada en cuanto a los turistas internacionales, que oscila, en escala de 1,0, menor, a 7,0, mayor, en torno a un 5,6.

Para el turista de la propia Región de Antofagasta, se estima una satisfacción valorada en un 6,6, para el turista de la Región Metropolitana en un 6,3 y para el turista de otras regiones del país, un 6,0.

Finalmente, respecto a las quejas, reclamos, debilidades que visualizan los turistas, se identifican para los de la propia región en torno a la falta de actividades-entretención y la falta de información turística.

Para los procedentes de la Región Metropolitana y del resto del país, destaca la falta de servicios, alojamientos, ferias y la debilidad en cuanto a la suciedad y presencia de perros vagos.

Con esta información se circunscriben los antecedentes disponibles para la presentación de la demanda turística a nivel del destino.

4.4. OPINIÓN INTERNA Y EXTERNA

Para la realización de los levantamientos de opinión interna y externa se generaron instrumentos compartidos con los actores de interés para cada grupo objetivo.

En primer caso, de la opinión interna, se efectuó un formato digital que ha sido compartido a través de las plataformas comunicacionales del PLADETUR, como también por medio de la I. Municipalidad de Mejillones.

Adicionalmente, se potencia el instrumento con un trabajo en coordinación para su levantamiento en terreno con apoyo de funcionarios municipales.

Al momento del cierre de los análisis, se cuenta con un total de 45 respuestas para la presentación de la opinión interna que permite profundizar en aspectos sobre lo mejor, lo peor, los íconos o palabras, los referentes o competidores, las oportunidades y amenazas para Mejillones como destino turístico.

Los resultados del levantamiento permiten presentar los siguientes aspectos relacionados con Mejillones como destino turístico destacando, según reiteración, aquellos de mayor preponderancia.

F.62 - RESULTADOS OPINIÓN INTERNA SOBRE MEJILLONES COMO DESTINO TURÍSTICO

LO MEJOR MEJILLONES

LAS PLAYAS
LA BIODIVERSIDAD
LA HISTORIA
LA GASTRONOMÍA
LA TRANQUILIDAD

LO PEOR DE MEJILLONES

LA CONTAMINACIÓN
LA INDUSTRIA
LA BASURA, LA SUCIEDAD
LA FALTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS E INFORMACIÓN

SÍMBOLOS O ÍCONOS DE MEJILLONES

LAS PLAYAS
LA CAPITANÍA
HORNITOS
PUNTA ANGAMOS
MEJILLONES, OSTIONES

OPORTUNIDADES PARA MEJILLONES

INTERÉS POR LA GASTRONOMÍA
INTERÉS POR LA BIODIVERSIDAD
INTERÉS POR FESTIVIDADES, CULTURA

AMENAZAS PARA MEJILLONES

CONTAMINACIÓN INDUSTRIAL
MAYOR INSEGURIDAD, DELINCUENCIA
SOBREEXPLOTACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Fuente: elaboración propia

Las respuestas sobre referentes o competidores de Mejillones, arrojaron respuestas que van, principalmente, en la línea de destinos como Tal Tal, Antofagasta, Iquique, Bahía Inglesa, Salitreras, Coquimbo, San Pedro de Atacama, Tocopilla, Punta de Choros, entre otros.

Para la opinión externa se han podido realizar 3 entrevistas telefónicas con tour operadores: *Bahari, Norte Expediciones y Ocean Adventure*.

F.63 - RESULTADOS OPINIÓN EXTERNA SOBRE MEJILLONES COMO DESTINO TURÍSTICO

LO MEJOR DE MEJILLONES

LAS PLAYAS
LA BIODIVERSIDAD
LA HISTORIA, EL PATRIMONIO

LO PEOR DE MEJILLONES

LA CONTAMINACIÓN INDUSTRIAL
LOS CAMPING INFORMALES
FALTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Fuente: elaboración propia

SÍMBOLOS O ÍCONOS DE MEJILLONES

LA PLAYA
LAS BALLENAS
PUNTA ANGAMOS

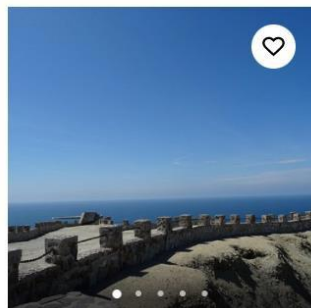
En cuanto a referentes o competidores de Mejillones, se señala que son, principalmente, San Pedro de Atacama y Antofagasta.

Complementando la opinión externa, se revisaron las principales valoraciones y número de oferta disponible sobre Mejillones en la plataforma online de TripAdvisor y de su rubro de alojamiento en la plataforma de Booking.com.

En la plataforma de TripAdvisor, en el apartado del *qué hacer*, quedan identificados 3 sitios nivel del destino Mejillones: Mirador Punta Angamos, Parroquia Corazón de María y Curte la Vida Combitour - esta última no correspondiendo a un sitio turístico, sino a un servicio de tours.

El Mirador Punta Angamos cuenta con 22 valoraciones y la Parroquia Corazón de María con 1 y sin fotografía.

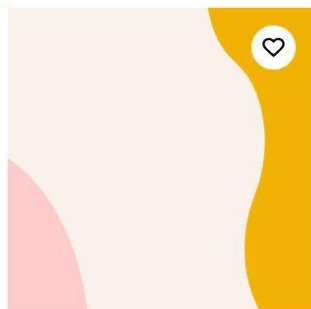
F.64 - VISUALIZACIÓN SITIOS DE VISITA EN MEJILLONES, TRIPADVISOR



1. Mirador de Punta Angamos

●●●●● 22

Miradores



2. Parroquia Corazón de María

●●●●○ 1

Iglesias y catedrales

Fuente: TripAdvisor.com

La puntuación del Mirador Punta de Angamos es alta, de 4,5 sobre 5,0, donde se destacan los comentarios como: *vista espectacular al mar y de la zona donde se desarrolló el combate de Angamos, llevamos binoculares y avistamos delfines en el mar, el camino es bien señalizado y asfaltado.*

Asimismo, entre los comentarios desfavorables, se indica que: *falta algún módulo de información que dé cuenta del combate.*

Se señala que en múltiples comentarios, más que sobre el mirador de Punta Angamos, se hace referencia a la Playa Cuartel, donde se mencionan aspectos de falta de limpieza, la suciedad presente, pero también se destaca la belleza escénica y la posibilidad de acampar.

Sobre la Parroquia Corazón de María, solamente hay 1 comentario y puntuación de 4,0. El comentario indica que es: *bonita y antigua parroquia en el centro, una hermosa manera de también compartir con la gente del lugar.*

En la plataforma de Booking.com, al momento de la revisión, se enlistan 5 establecimientos de alojamiento turístico: Alto del Sol Plaza, Alto del Sol Latorre, Apart Mejillones Dpto 22, Apart Mejillones Dpto 32 y Apart Mejillones Dpto 21.

El promedio de valoración entre los 5 es de 8,9 sobre 10,0, lo cual se considera alto. Los departamentos indicados tienen valoraciones sobre 9,0, sin embargo, cuentan con entre 6 y 25 comentarios. Los hoteles cuentan con 255 y 381 comentarios. Haciendo la revisión de los comentarios negativos de los establecimientos, destacan opiniones sobre la falta de preparación del personal o faltas en el servicio en general.

A nivel del portal AirBnB, este integra también una oferta de 5 establecimientos y de los cuales 3 tienen valoraciones, en promedio 4,8 sobre 5,0 y el establecimiento con mayor número de reseñas tiene 41 opiniones.

En general, se evidencia baja visibilidad de la oferta comunal en las plataformas.

F.65 - VISUALIZACIÓN OFERTA ALOJAMIENTOS, BOOKING.COM



Desayuno incluido

Alto del Sol Plaza Mejillones ★★★★★ **Genius**

Mejillones • [Mostrar en el mapa](#) • a 0,6 km del centro • Cerca de la playa
A 200 m de la playa

Habitación Doble
1 cama doble grande

Desayuno incluido
Cancelación gratis
Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.

Solo quedan 4 habitaciones a este precio en nuestra web



Desayuno incluido

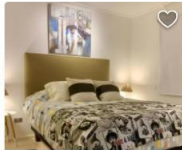
Alto del Sol Latorre Mejillones ★★★★★ **Genius**

Mejillones • [Mostrar en el mapa](#) • a 450 m del centro • Cerca de la playa
A 150 m de la playa

Habitación Doble Estándar
1 cama doble grande

Desayuno incluido
Cancelación gratis
Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.

Solo quedan 7 habitaciones a este precio en nuestra web



Apart Mejillones - Dpto 22 ★★★★★

Mejillones • [Mostrar en el mapa](#) • a 0,8 km del centro • Cerca de la playa
A 950 m de la playa

Apartamento de 3 dormitorios
Apartamento entero • 3 dormitorios • 1 baño • 58m²
4 camas (3 individuales, 1 doble)

Cancelación GRATIS • Sin pago por adelantado

Fuente: Booking.com

4.5. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN

Con tal de poder analizar la comercialización y promoción turística actual del destino se consideró la realización de un taller de trabajo remoto con la contraparte y grupo selecto de alojamientos, tour operadores y, se sugirió, de Sernatur regional.

Esta actividad ha quedado programada para la fecha de 24 de febrero. Sin embargo, finalmente, en acuerdo con la contraparte se modificó a propósito de poder realizar los levantamientos y análisis con la información secundaria disponible.

Con ello, se procedió con la revisión de información promocional y links actuales de redes y plataformas digitales en las cuales se realiza la difusión de la comuna.

A nivel general, se puede señalar que la comercialización del destino es escasa y que se orienta, principalmente a turistas-visitantes que ya se encuentren en el destino.

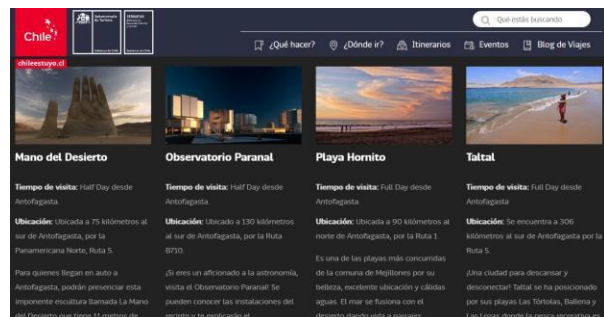
A nivel de la plataforma institucional de difusión turística desde Sernatur para el turismo receptivo, vía portal web chile.travel, se señala que el destino Mejillones no cuenta con descripción referente a su oferta turística.

Se puede identificar al destino próximo de Antofagasta, sin embargo tampoco considera asociación relativa a la oferta mejillonina.

Respecto al portal de turismo interno, chileestuyo.cl, Sernatur tampoco hace integración del destino Mejillones. No obstante, en la descripción del destino Antofagasta se incluye como recomendación visitar *Playa Hornito*, que se recomienda para un viaje *full day*, y que es una de las playas *más concurridas de la comuna de Mejillones*.

En la misma descripción se señalan otras playas comunales como Chacaya, Punta Itata, Rinconada, Playa Granda y Punta Rieles. Las actividades señaladas son actividades náuticas y pesca recreativa.

F.66 - INFORMACIÓN PORTAL TURISMO RECEPTIVO Y TURISMO NACIONAL



Fuente: Chile.travel, Chileestuyo.cl

En otras secciones de la misma página, se encuentra un relato para la realización de trekking en el norte del país. En concreto, se indica la visita al Parque Nacional Morro Moreno, que se describe que está entre la comuna de Antofagasta y Mejillones, considerando *hermosos paisajes como la península de Mejillones*.

En la sección de eventos, se integran actividades como las Fiestas Patrias en Mejillones, el Festival Mejillones Gastronómico Multicultural, entre otros.

En revisión del portal regional de turismo, antofagasta.travel, la descripción de la oferta comunal se centra en torno a actividades de sol y playa.

En concreto, se indica que Mejillones *posee una bahía, para recorrer su costa, acompañado de una amplia oferta gastronómica y que tiene el complejo portuario más importante del litoral chileno*.

La página permite una búsqueda de servicios turísticos comunales con un total de 24 presentes en el registro publicado.

La sección de turismo de la web de la I. Municipalidad de Mejillones, mejillones.cl., dirige hacia el grupo Facebook de la Oficina de Turismo Municipal, @oficinadeturismomejillones, que contiene información sobre las actividades que realiza la entidad, sin embargo, no contiene información respecto a oferta turística local, más bien de actividades.

En la web general se describe a Mejillones como *uno de los destinos turísticos más hermosos y tranquilos del norte grande de Chile, con 66 kilómetros de playas paradisíacas*.

F.67 - INFORMACIÓN PORTAL REGIONAL ANTOFAGASTA.TRAVEL



Fuente: Antofagasta.travel

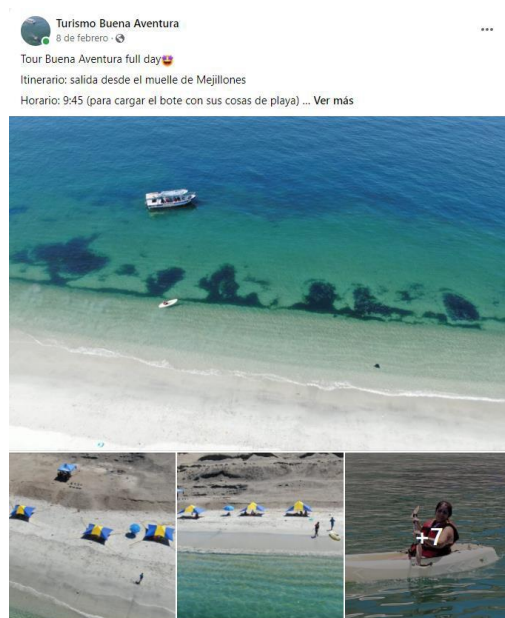
En la red social de Instagram, al hacer la búsqueda por el concepto mejillones turismo, se arrojan resultados de cuentas de la Oficina de Turismo Municipal, con último post de octubre 2020, de la Asociación de Turismo de Mejillones - con 1 solo post, y de Maco Tur - con 81 publicaciones.

Esta última presenta actividades recreativas que desarrolla el prestador como clases de buceo apnea, pesca deportiva, deportes náuticos, avistamiento de flora y fauna marina.

En la red social de Facebook, ante la búsqueda del mismo concepto mejillones turismo, los resultados dirigen hacia la cuenta de la Oficina de Turismo Municipal, a Turismo Buena Aventura, Maco Tur, Turismo Luna del Desierto, Turismo Jm, Centro de Buceo Mejillones, entre otras.

La actividad en Facebook y la presencia de cuentas es muy superior a la plataforma Instagram, y que se utiliza para la promoción específica y comunicación para la venta de servicios turísticos, como también de dar a conocer las actividades realizadas o las que vienen próximamente.

F.68 - EJEMPLO PUBLICACIÓN RED FACEBOOK



Fuente: Facebook.com, cuenta @Turismo-Buena-Aventura-2188652344680345

4.6. BENCHMARKING

Se trata de un análisis comparativo respecto a 3 destinos referentes sobre los aspectos de su desarrollo y oferta de productos turísticos.

Los destinos seleccionados para el análisis provienen de los levantamientos de opinión que se han realizado en el marco del proceso y de los antecedentes visualizados de interés por parte del grupo consultor para la formulación del PLADETUR.

En concreto, se han seleccionado los destinos de Caldera-Bahía Inglesa, Iquique-Patrimonio, Punta de Choros-Isla Damas.

Sobre Caldera-Bahía Inglesa, según información disponible en *chile.travel*, se señala que es zona de *playas tranquilas, arenas blancas y pozas de aguas color turquesa*. De actividades, se destacan actividades terrestres como arriendo de jeep, recorridos en bicicleta, visita al desierto florido, entre otras.

En la descripción de la Playa de la Virgen, se indica que es *reconocida como una de las mejores playas del país*, mientras que en la descripción de Caldera se invita a la visita del museo *de la primera estación ferroviaria de Chile*.

Adicionalmente, en el caso de la web chileestuyo.cl, se destaca que en Bahía Inglesa existe un museo submarino a 30 metros de profundidad.

F.69 - NOTA SOBRE EL MUSEO SUBMARINO EN BAHÍA INGLESITA



Iniciativa del año 2003 de la familia Costa, es parte del primer museo submarino contemporáneo en Chile, se ubica a 30 metros de profundidad cercano al morro ballena de Bahía Inglesa, en la misma ruta se encuentra una goleta sumergida creando el arrecife artificial de Daslav video de atacamadiscovery

Twitter 0 9 likes

Fuente: Facebook.com, cuenta @binglesa

En cuanto al caso del destino Iquique-Patrimonio, se trata de un destino urbano que cuenta con oferta asociada al sol y playa, gastronomía, compras, actividades deportivas, recreativas, de aventura, pero también aquellas patrimoniales.

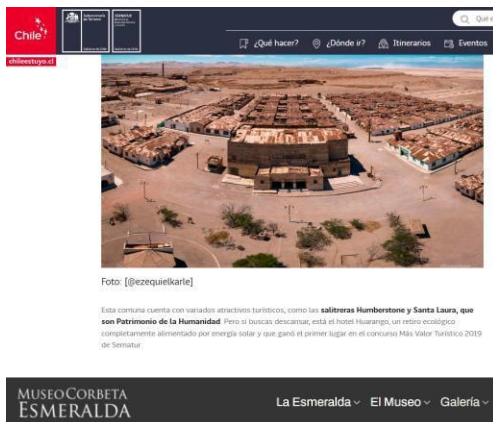
En particular, para Mejillones, es de interés la mirada desde lo patrimonial, tomando en consideración la existencia del Museo Corbeta Esmeralda, que se vincula al relato de la Guerra del Pacífico presente en la comuna.

Este hito a nivel de Iquique representa uno de lo principales sitios identificados principalmente por el público nacional.

Adicionalmente, el tratamiento del destino Iquique viene relacionado con las oficinas salitreras. En particular a las de Humberstone y Santa Laura que son enlistadas como parte del Patrimonio Mundial por la UNESCO.

En consecuencia, desde el destino de Iquique es de alta significancia la puesta en valor del patrimonio relacionado con la historia de la Guerra del Pacífico y la época industrial.

F.70 - VISUALIZACIÓN INFORMACIÓN SOBRE SITIOS PATRIMONIALES, IQUIQUE



Fuente: Chileestuyo.cl, Museoesmeralda.cl

Sobre el destino Punta de Choros-Isla Damas, el sitio de chileestuyo.cl, lo identifica como *uno de los lugares más espectaculares de Sudamérica*, donde *pingüinos, lobos, delfines y ballenas son los protagonistas*.

En particular, en cuanto a Isla Damas, se señala que es el único lugar de la Reserva Nacional Pingüino de Humboldt donde *se puede descender y realizar un recorrido pedestre por un sendero habilitado con infografía*.

En páginas web revisadas sobre el destino, también se destaca sobre la particularidad en poder *conocer pingüinos al inicio del desierto de Atacama*.

Se destacan, también, las playas de *arenas blancas y aguas color turquesa*, mientras en el caso de Punta de Choros se hace referencia a la gastronomía y los restaurantes de la zona.

Los tres destinos señalados, permiten tener una orientación para el fortalecimiento de los atributos naturales, de la biodiversidad y del patrimonio de Mejillones.

4.7. FODA, PRIORIDADES, VISIÓN Y MISIÓN

Este último acápite del capítulo sobre los temas claves, referente a un diagnóstico territorial y de la actividad turística en sí, consta de la realización de un análisis FODA, la presentación de prioridades y la propuesta de visión y misión para el destino, asociado a la formulación del PLADETUR.

En trabajo de gabinete, se efectuó y se presenta en la página siguiente, un análisis FODA que integra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la comuna respecto a su desarrollo como destino turístico y que proviene de los antecedentes levantados y presentados en las páginas anteriores

Para el levantamiento de las prioridades y la visión, se desarrolló una actividad de taller en modalidad remota a fecha de 2 de marzo, ocasión en la cual se contó con intervenciones de expertos de desarrollo, marketing y economía turística, a fin de nutrir la toma de decisiones y las definiciones sobre el desarrollo turístico de Mejillones.

F.71 - ANÁLISIS FODA DE MEJILLONES COMO DESTINO TURÍSTICO

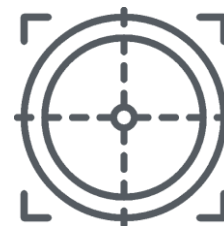
fortalezas	debilidades
accesibilidad externa e interna, clima y biodiversidad hitos a destacar: balneario, patrimonio e historia prehispánica, ferroviaria, de guaneras, la industria, la biodiversidad, el Norte Grande observación de cetáceo, observación de aves historia prehispánica, de la Guerra del Pacífico y la modernización de Chile gastronomía tradicional y productos locales impulso de gestión municipal de actividad turística	invisibilidad en los mercados, falta de posicionamiento y escasa promoción informalidad de actividades y servicios para el turista falta de servicios turísticos de alojamiento, restauración, entretenimiento escasa apuesta a la sustentabilidad del destino impacto de falta de gestión de residuos, aseo, ornato y perros abandonados impacto de la inseguridad, delincuencia necesidades de mejora de capacidades del capital humano falta de gobernanza turística establecida
oportunidades	amenazas
turistas en búsqueda de nuevos destinos turistas en búsqueda de destinos no masificados turistas en búsqueda de destinos sustentables la apuesta al turismo cultural-patrimonial interés del mercado en actividades gastronómicas potenciación del turismo interno	pandemia COVID-19 y efectos sobre la demanda y oferta contaminación industrial inestabilidad social y económica en los mercados crisis y emergencias naturales, sociales, económicas desaceleración y repriorización de inversiones promoción de destinos competidores

Fuente: elaboración propia

Las prioridades que se presentan a continuación surgen de los levantamientos en el taller y que destacan los siguientes aspectos: *ordenamiento de la actividad turística, manejo de residuos, potenciación de la identidad local, potenciación de la conciencia turística, desarrollo de capital humano, habilitación de espacios para el turismo y la gastronomía, mejora de la calidad de servicios*, entre otros.

También se ha consultado sobre qué es lo que se desea que se alcance con la formulación del PLADETUR, y se señala que de desea lograr: *un desarrollo sustentable, una priorización de rutas-circuitos turísticos, un bienestar para la comunidad, la protección de la flora, fauna, de la biodiversidad, la diversificación de las actividades y las ofertas turísticas, la puesta en valor del patrimonio histórico, cultural y natural*, entre otras.

Tomando ello en consideración, se procedió, a su vez, a la definición de la visión y misión para el proceso que se presenta en las siguientes páginas.



La visión que se presenta se construye como una utopía posible de cómo se quiere que Mejillones sea visto como destino turístico y cuyos contenidos claves se levantaron en la actividad del taller, en conjunto con la orientación de la mirada hacia cuáles mercados se desea apuntar.

Entre los conceptos que surgían sobre cómo se desearía que el destino sea visto, destacan los de *patrimonio, cultura, playas, artesanos, historia, rutas turísticas, gastronomía, avistamiento fauna marina, destino amigable*, entre otros.

Respecto a conceptos de cómo no se desearía que Mejillones sea visto se identifican como los de *contaminado, sucio, basurales, inseguro*, entre otros.

También se consultó sobre por quiénes se desearía que el destino sea visto y destacan aquellos públicos como *familias, científicos, deportistas, tercera edad, navegantes, turistas extranjeros*. Y por quiénes no se desearía que sea visto el destino: *personas sin intereses, los que dañan la naturaleza, lo que no valoran la historia*.

F.72 - VISIÓN, MEJILLONES DESTINO TURÍSTICO

Mejillones, destino turístico del gran norte chileno. Inserto en lo profundo del desierto de Atacama y lo vasto del Océano Pacífico.

Destino visitado por familias, amigos, parejas, adultos mayores, científicos e historiadores, quienes buscan conocer la biodiversidad de la avifauna marina, realizar actividades náuticas, observar cetáceos..., pero también, sumergirse en el legado patrimonial e histórico de las épocas prehispánicas, de la Guerra del Pacífico y de la modernización de Chile a través del ferrocarril, las guaneras y la industria desde los fines del siglo XIX, o realizar actividades recreativas, de deporte o netamente de descanso.

Destino que se destaca a nivel regional por sus infraestructuras, servicios y preparación del personal vinculado al turismo. Con una comunidad consciente y comprometida con el desarrollo sustentable y responsable del turismo comunal.

Mejillones es un destino que ha diversificado sus actividades posicionado en los mercados del turismo nacional y alcanzado ser uno de los destinos predilectos de la visita al norte de Chile.

Fuente: elaboración propia

Finalmente, respecto a la misión asociada a la formulación del PLADETUR, ésta se refiere al motivo, la razón de ser como tal.

En consecuencia, para la misión ésta se define como la siguiente:

F.73 - MISIÓN, PLADETUR DESTINO TURÍSTICO MEJILLONES

El Plan de Desarrollo Turístico, PLADETUR, es un instrumento municipal para la proyección y mejora de las condiciones de las infraestructuras, servicios y del capital humano asociado al turismo, todo ello, con un desarrollo sostenible y responsable en beneficio de la comunidad de Mejillones.

Es un instrumento rector que permite articularse con actores internos y externos de la institución, fortaleciendo instancias colaborativas de gobernanza público-privada para el alcance de objetivos e implementación de iniciativas de desarrollo turístico al año 2026.

Fuente: elaboración propia





PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

5 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

A continuación, se presentan los resultados de la Etapa 3, Planificación estratégica, que se compone de las actividades de:

- identificación de problemáticas y objetivos
- establecimiento del posicionamiento
- definición de mercados objetivo y productos
- definición estratégica de comunicación
- formulación de estrategia de desarrollo turístico
- formulación de programas, proyectos e iniciativas
- desarrollo de mapas georreferenciados

De acuerdo a Sernatur en sus Orientaciones para el diseño de Planes de Desarrollo Turístico (2015), esta etapa, denominada por esta institución como Planificación para la acción, corresponde a la formulación del *plan propiamente tal, lo que implica definir objetivos específicos para el sector turismo, en función de una imagen o visión de futuro previamente establecida; plantearse metas y acciones específicas a lograr en un determinado plazo; y especificar las estrategias y los compromisos de los diferentes interesados en trabajar en forma asociada.*

Los resultados de las actividades ejecutadas se presentan a continuación en los acápites de *problemáticas, objetivos y posicionamiento; mercados, productos y comunicación; estrategia de desarrollo turístico; programas, proyectos e iniciativas; y mapas de georreferenciación.*

5.1. PROBLEMÁTICAS, OBJETIVOS Y POSICIONAMIENTO

El trabajo en torno a la validación de las problemáticas, objetivos y el posicionamiento se ha abordado de manera participativa a través de actividades con diferentes actores territoriales, como también por medio del trabajo de gabinete con análisis y orientaciones del equipo experto.

Se organizaron dos talleres participativos, en concreto a fecha 16 y 17 de marzo y complementado con levantamiento de 30 de marzo y difusión del instrumento. En estas instancias, en base a resultados de la etapa anterior, se trabajó en grupos para el consenso sobre los problemas prioritarios que afectan al desarrollo turístico local y los objetivos a establecer para impulsar el turismo de Mejillones.

Los objetivos que se presentan a continuación se establecen con metas en términos de apuntar hacia componentes tanto de la oferta como de la demanda turística siendo cuantitativos y verificables.

Respecto a las problemáticas, éstas se han diferenciado en aquellas agrupadas bajo la línea de infraestructura, oferta de servicios, oferta de productos-experiencias, capital humano, conciencia turística, promoción y gobernanza.

Sobre los objetivos, se agrupan en los que tienen un impacto en la demanda turística, oferta turística, y gobernanza.

Adicionalmente, se identifican las contribuciones desde las definiciones realizadas al alcance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por parte del destino turístico de Mejillones. Los ODS constituyen una mirada integral y de colaboración internacional en base a responsabilidades comunes para el desarrollo sostenible.

A su vez, representan una senda de apoyo para los instrumentos de planificación, como en este caso para el PLADETUR de Mejillones.

Para el caso de las problemáticas y los objetivos, se realiza una subdivisión en aquellos de alta, mediana y baja importancia.

Todo ello a fin de poder entregar una priorización sobre los aspectos clave para la planificación y la implementación de iniciativas del instrumento.

Las problemáticas, su individualización resalta los problemas críticos para ser abordados por la planificación, mientras en cuanto a los objetivos resalta a aquellos de mayor preponderancia para el seguimiento y la consecución del posible impacto de planificación del turismo sobre el territorio.

Las metas que se presentan son relativas a una proyección a alcanzar en base a la realización del PLADETUR, siendo abordada su ejecución de acuerdo a lo planeando. No obstante, las metas pueden y deben ser revisadas en vista de los factores y condiciones que puedan incidir sobre las capacidades de su alcance.

A seguir, se presentan las problemáticas, objetivos y metas para el PLADETUR.

F.74 - PROBLEMÁTICAS Y SU IMPORTANCIA/NIVEL CRÍTICO PARA EL PLADETUR 2022-2026 (1/2)

problemáticas	alta importancia	mediana importancia	baja importancia
infraestructura mantenimiento, resguardo arquitectónico atracaderos para pesca artesanal y turismo identificación de zonas para asados, control señalética mantenimiento sitios de descanso, miradores senderos, sitios, delimitación espacios de observación protección sitios arqueológicos			
oferta de servicios servicios básicos para turismo en balnearios alojamientos fomento productivo para los empresarios alimentación - restauración "kit" de servicios para balnearios y su mantenimiento fiscalización y regulación facilitación para la formalización			
oferta de productos-experiencias puesta en valor de legado de pueblos originarios relato unificado de asentamientos prehispánicos relato unificado histórico rescate del relato hablado puesta en valor de la biodiversidad y las amenazas sobre ésta impacto ambiental, contaminación industrial sobreexplotación de los recursos			

Fuente: elaboración propia

F.74 - PROBLEMÁTICAS Y SU IMPORTANCIA/NIVEL CRÍTICO PARA EL PLADETUR 2022-2026 (2/2)

problemáticas	alta importancia	mediana importancia	baja importancia
capital humano			
capacitación de operadores en los relatos			
atención a clientes			
crisis climática, pérdida de biodiversidad			
reciclaje, economía circular			
brechas digitales			
conciencia turística			
concepto del turismo para la comunidad			
puesta en valor del patrimonio cultural y natural			
puesta en valor de la gastronomía			
recorridos entre la comunidad, trabajo con jóvenes			
promoción			
difusión de importancia de los atractivos/biodiversidad			
posicionamiento del turismo científico			
gobernanza			
articulación entre actores y diferentes niveles			
mesas de trabajo sostenibles			
mantención de consensos			
implementación de programas RSE			
batería de indicadores sustentables			
gestión de crisis			

Fuente: elaboración propia

F.75 - OBJETIVOS, SU IMPORTANCIA/NIVEL PREPONDERANCIA Y METAS PARA EL PLADETUR 2022-2026 (1/3)

objetivos	alta importancia	mediana importancia	baja importancia	metas
impacto en la demanda				
perfil turista: responsable y sensible en términos de la sostenibilidad (con vinculación con la comunidad)				al 2022 perfil caracterizado, al 2026 +30% del público es caracterizable bajo el perfil
perfil turista: sol y playa				al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, disminución interanual del 10% de la motivación principal de visita
perfil turista: naturaleza				al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 20% de la motivación principal de visita
perfil turista: deporte, aventura				al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 20% de la motivación principal de visita
perfil turista: gastronomía				al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 10% de la motivación principal de visita
perfil turista: historia, arqueología, ciencia				al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 10% de la motivación principal de visita
aumento del gasto				al 2022 nivel de gasto base definido, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 15% real del gasto
desestacionalización				al 2022 medición base de estacionalización, al 2026 no existencia de diferenciación de llegadas intermensual a nivel anual superior al 25%
duración de la estadía				al 2026 permanencia promedio en alojamientos turísticos 2 noches
llegadas/ingresos a sitios, museo, entre otros				al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento del 30% respecto a la base

Fuente: elaboración propia

F.75 - OBJETIVOS, SU IMPORTANCIA/NIVEL PREPONDERANCIA Y METAS PARA EL PLADETUR 2022-2026 (2/3)

objetivos	alta importancia	mediana importancia	baja importancia	metas
impacto en la oferta				
servicios de control de calidad de oferta / servicios / infraestructuras				al 2023 sistema de control de servicios definido, al 2026 +80% de servicios revisados y con planes de mejora
diversificación de oferta				al 2022 productos priorizados, al 2026 +80% productos priorizados puestos en oferta
capacitaciones				al 2023, 2024, 2025, 2026 plan de capacitaciones cumplido al menos al 70% de beneficiarios
concientización				al 2023, 2024, 2025, 2026 plan de concientización cumplido al menos al 60% de beneficiarios
investigación y generación de contenidos				al 2023 plan de investigación y generación de contenidos alcanzado, al 2026 al menos al 80% cumplido
diferenciación en los mercados				al 2026 destino diferenciado y reconocido en los mercados objetivo
servicios de gastronomía local				al 2024 programa de servicios de gastronomía local instaurado
fiscalización y regulación				al 2023 sistema de fiscalización y regulación implementado
presencia en OTAs				al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento de 20% interanual de presencia de oferta en OTAs
empresas certificadas				al 2026 al menos 20% de empresas cuentan con certificación en líneas de sostenibilidad y calidad
empleo directo y su calidad				al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento del 20% respecto a la base en cuanto al empleo y mejora de su calidad
inversión				al 2023 plan de inversión establecido, al 2026 al menos 70% alcanzado en número de iniciativas

Fuente: elaboración propia

F.75 - OBJETIVOS, SU IMPORTANCIA/NIVEL PREPONDERANCIA Y METAS PARA EL PLADETUR 2022-2026 (3/3)

objetivos	alta importancia	mediana importancia	baja importancia	metas
impacto en la oferta				
vinculación de comunidades indígenas al turismo				al 2023 plan de vinculación de comunidades indígenas establecido, al 2026 al menos 70% del plan cumplido
niveles de formalización, empresas vinculadas al turismo (SII)				al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento de al 60% de formalización según la base
protección de bienes naturales y culturales				al 2023 plan de protección de bienes naturales y culturales definido, al 2026 al menos 70% del plan cumplido
actividades náuticas				al 2023 plan de incentivo de actividades náuticas definido, al 2026 al menos 70% del plan cumplido
gobernanza				
ordenamiento territorial				al 2023 plan de ordenamiento territorial definido, al 2026 al menos 60% del plan alcanzado
ordenanzas sobre atractivos turísticos, bienes protegidos				al 2023 plan de ordenanzas definido, al 2026 al menos 60% del plan alcanzado
percepción de los residentes				al 2022 medición de base establecida, al 2026 aumento de al menos 60% respecto a la base en cuanto a aspectos de percepción positiva
percepción de la industria turística				al 2022 medición de base establecida, al 2026 aumento de al menos 60% respecto a la base en cuanto a aspectos de percepción positiva
gestión de residuos y emisiones				al 2024 plan de residuos y emisiones definido, al 2026 al menos 70% del plan alcanzado
recursos disponibles para el desarrollo turístico (capital humano, financiero)				al 2022 medición base de recursos disponibles, al 2026 al menos 30% de recursos incrementados

Fuente: elaboración propia

F.76 - CONTRIBUCIÓN AL ALCANCE DE OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)



contribución desde el PLADETUR

salud y bienestar
trabajo decente y crecimiento económico
industria, innovación e infraestructura
ciudades y comunidades sostenibles
acción por el clima
vida submarina
vida de ecosistemas terrestres

Fuente: elaboración propia

El posicionamiento se enfoca hacia la percepción que se desea tener por parte de los públicos, en relación a los competidores.

Para ello, en los talleres se levantaron los atributos que han sido expuestos en actividad participativa ampliada del 30 de marzo.

En sí, el posicionamiento es una síntesis de la identidad de la imagen deseada respecto a competidores identificados como Punta de Choros-Isla Damas, Caldera-Bahía Inglesa e Iquique-patrimonio.

En consecuencia, el posicionamiento recoge aspectos que marcan la diferenciación de Mejillones como destinos turístico para los públicos, tales como: *biodiversidad, convivencia, balneario, observación de flora y fauna, gastronomía, historia, calidez, tranquilidad, entre otros.*

Para la presentación del posicionamiento se utiliza la metodología propia desarrollada por el Prof. Dr. Josep Chias.

De esta forma, se sustenta el posicionamiento en cuatro ejes, el de naturaleza, de cultura, sensaciones y estímulos y que sitúa al destino Mejillones con una leve inclinación hacia las sensaciones y la naturaleza, sin embargo, manteniendo una vinculación con los aspectos culturales.

Este posicionamiento se establece, en particular, debido a las debilidades actuales en cuanto a la falta de oferta que debe ser paulatinamente abordada, sin dejar de lado las característica intrínsecas locales de las sensaciones que se pueden percibir en el destino y que marcan su diferenciación.

A su vez, el destino tiene atributos de destaque tanto en su ámbito natural, como cultural, sin embargo, la diversidad y oportunidades desde la diferenciación en lo natural le permiten posicionarse con clara distinción en los mercados apoyado por los atributos culturales locales que requieren de un rescate y mejora de la oferta.

En la página a seguir se muestra el posicionamiento para el destino Mejillones.

F.77 - POSICIONAMIENTO DESEADO DESTINO MEJILLONES



Fuente: elaboración propia

5.2. MERCADOS, PRODUCTOS Y COMUNICACIÓN

En este acápite se presenta el resultado de la definición de mercados objetivos, productos y de la estrategia de comunicación. Los resultados provienen del levantamiento participativos en actividad de 30 de marzo 2022, posteriormente difundido el instrumento vía redes sociales y correos, además del ajuste del equipo técnico.

Los mercados se subdividen según origen y motivaciones, cruzado con los productos a ofertar por parte del destino siendo diferenciados por años efectivos de implementación del PLADETUR.

Este cruce se sintetiza en una matriz-portafolio que facilita la priorización de actuaciones y distribución de esfuerzos para el destino. En este sentido, la matriz recoge una priorización de cuáles son los productos y con qué esfuerzo debe ser impulsado un tipo de oferta hacia cuáles mercados en particular.

F.78 - MATRIZ-PORTAFOLIO PRODUCTOS-MERCADOS Y ESFUERZOS PLADETUR MEJILLONES, AÑO 2022-2023

2022-2023	SOL Y PLAYA	NATURALEZA	DEPORTE Y AVENTURA	GASTRONOMÍA	HISTORIA, ARQUEOLOGÍA, CIENCIA
Antofagasta		***	**	**	**
Calama y resto de la región	**	**	*	**	**
R. Tarapacá		**	*	**	**
R. Metropolitana		***	*	**	**
R. Valparaíso		**	*	*	
R. Biobío y R. Los Lagos	**	**	**	**	**
Bolivia y Argentina	**	**		**	*

Fuente: elaboración propia

nivel de esfuerzo de producto por mercado: * bajo, ** medio, *** alto

F.79 - MATRIZ-PORTAFOLIO PRODUCTOS-MERCADOS Y ESFUERZOS PLADETUR MEJILLONES, AÑO 2024-2025

2024-2025	SOL Y PLAYA	NATURALEZA	DEPORTE Y AVENTURA	GASTRONOMÍA	HISTORIA, ARQUEOLOGÍA, CIENCIA
Antofagasta		***	***	**	***
Calama y resto de la región	**	**	**	***	**
R. Tarapacá		**	**	**	***
R. Metropolitana		***	**	**	***
R. Valparaíso		**	**	**	**
R. Biobío y R. Los Lagos	**	**	**	**	**
Bolivia y Argentina	**	**	*	**	**
Brasil, EEUU, Europa		**	*	*	**

Fuente: elaboración propia

nivel de esfuerzo de producto por mercado: * bajo, ** medio, *** alto

F.80 - MATRIZ-PORTAFOLIO PRODUCTOS-MERCADOS Y ESFUERZOS PLADETUR MEJILLONES, AÑO 2026

2026	SOL Y PLAYA	NATURALEZA	DEPORTE Y AVENTURA	GASTRONOMÍA	HISTORIA, ARQUEOLOGÍA, CIENCIA
Antofagasta		***	***	**	***
Calama y resto de la región	**	**	**	***	**
R. Tarapacá		**	***	**	***
R. Metropolitana		***	***	***	***
R. Valparaíso		**	**	**	***
R. Biobío y R. Los Lagos	**	**	**	**	***
Bolivia y Argentina	**	**	**	**	**
Brasil, EEUU, Europa		***	**	**	***

Fuente: elaboración propia

nivel de esfuerzo de producto por mercado: * bajo, ** medio, *** alto

Según lo expuesto en la matriz, los mercados objetivos son:

- la ciudad de Antofagasta
- Calama y el resto de la Región de Antofagasta
- Región de Tarapacá - con foco en la ciudad de Iquique
- Región Metropolitana de Santiago
- Región de Valparaíso - con foco en el área metropolitana de Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Quilpué, Villa Alemana
- Región del Biobío y Región de Los Lagos - con foco en el área metropolitana de Concepción, y de Puerto Montt y Puerto Varas
- Bolivia y Argentina - con foco en el área de La Paz y del Nor Oeste Argentino: Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero
- Brasil, EEUU y Europa - con foco en el turismo receptivo que visita la Región de Antofagasta (San Pedro de Atacama, ciudad de Antofagasta, principalmente) y que provengan de Brasil, EEUU o Europa (España, Inglaterra, Alemania, Francia)

Sobre los productos, se subdividen en los siguientes grupos con propuesta de oferta relacionada:

- sol y playa: en familia, para adultos mayores, descanso en pareja
- naturaleza: observación de cetáceos, observación de flora y fauna, observación de aves, observación de cielos, viajes de estudio
- deporte y aventura: buceo, actividades náuticas, trekking, ciclismo, pesca
- gastronomía: restaurantes típicos, del mercado a la mesa, sabores mejilloninos
- historia, arqueología y ciencia: hallazgos arqueológicos, paisaje cultural, la cultura de pueblos originarios, las guaneras, la batalla de Angamos, el ferrocarril, Mejillones y la industrialización, los estudios científicos de naturaleza y cultura, viajes de estudio

Estos productos son una propuesta de potencial oferta para la orientación de la creación de experiencias a nivel del destino de Mejillones para los correspondientes mercados.

La estrategia de comunicación consiste en la definición de contenidos en cuanto a los mensajes para los públicos objetivos.

La primera orientación es en cuanto a un mensaje global, mensaje permanente o slogan que es aquel que sirve para todos los públicos y que es el elemento conceptual más visible en los mercados para la realidad de la oferta promocional de Mejillones.

Este mensaje es el que acompaña una marca turística que debe crear el destino en el marco de la implementación del PLADETUR y que no debe ser modificado a lo largo de su ejecución dado que la comunicación como tal debe mantenerse para aportar en la garantía de los cambios favorables esperados en el posicionamiento del destino.

El mensaje permanente es, asimismo, una síntesis de un decálogo que recoge parte de los atributos más distintivos para la comunicación estratégica de Mejillones como destino turístico.

El mensaje permanente, *MEJILLONES, el gran norte chileno*, persigue tanto la identificación geográfica, como la síntesis de oferta asociada a la riqueza cultural y natural del norte del país, desde lo histórico a la biodiversidad que es posible de resumir en la oferta de Mejillones. Mientras que, los mensajes del decálogo se relacionan con los diferentes tipos de grupos de experiencias turísticas del destino.

F.81 - MENSAJE PERMANENTE Y DECÁLOGO MEJILLONES DESTINO TURÍSTICO

MEJILLONES

el gran norte chileno

Mejillones, el sol y la playa del gran norte

Mejillones, la naturaleza del gran norte

Mejillones, el deporte y la aventura en el gran norte

Mejillones, la gastronomía del gran norte

Mejillones, la historia y arqueología del gran norte

Mejillones, el estudio científico en el gran norte

Fuente: elaboración propia

5.3. ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO

La definición de la estrategia se realiza a través de una propuesta del equipo consultor que se ha expuesto en la actividad participativa realizada a 30 de marzo 2022, ocasión en la cual se procedió con levantamiento de información mediante instrumento posteriormente difundido por correo y redes sociales para incentivar relevamiento de opiniones.

La estrategia de desarrollo orienta las acciones a implementarse para el alcance de los objetivos, todo ello, bajo un enfoque de cluster de turismo que permite subdividir el área en zonas específicas que cuentan con atractivos y servicios para el desarrollo de experiencias turísticas.

Los lineamientos del desarrollo turístico de Mejillones se presentan en siete principios que se exponen en la siguiente página.

F.82 - PRINCIPIOS DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO DE MEJILLONES

conservación ambiental y de la biodiversidad
preservación y recuperación del entorno, garantía de un desarrollo sostenible

orgullo de la cultura, patrimonio e historia
reconocimiento de las culturas, paisaje cultural, legados arqueológicos, patrimonio e historia para el hoy y el mañana

destino consciente, sustentable y responsable
comunidad, turistas y actores vinculados conscientes, responsables y comprometidos con la sustentabilidad

destino innovador, digitalizado e inteligente
creatividad para las soluciones de mejora de la oferta turística, su posicionamiento y medición de los impactos

turismo para el bien común
acciones con miras al bienestar para la comunidad local, mejores oportunidades y desarrollo socioeconómico y cultural

posicionamiento, notoriedad y promoción
destino presente en los mercados, con atributos identificatorios y reconocidos por los visitantes

gobernanza líder, planificada y organizada
trabajo comprometido de actores públicos-privados y la comunidad, liderazgo, organización y retroalimentación

Fuente: elaboración propia

La orientación a la clusterización propuesta para el PLADETUR se enfoca hacia cuatro áreas de norte a sur de la comuna con las siguientes líneas de tipos de actividades prioritarias:

- C1 - Michilla y alrededores: naturaleza, deporte y aventura
- C2 - Hornitos y alrededores: sol y playa, naturaleza, deporte y aventura, gastronomía, historia, arqueología y ciencia
- C3 - Mejillones centro: sol y playa, naturaleza, deporte y aventura, gastronomía, historia, arqueología y ciencia
- C4 - Península de Mejillones: sol y playa, naturaleza, deporte y aventura, historia, arqueología y ciencia



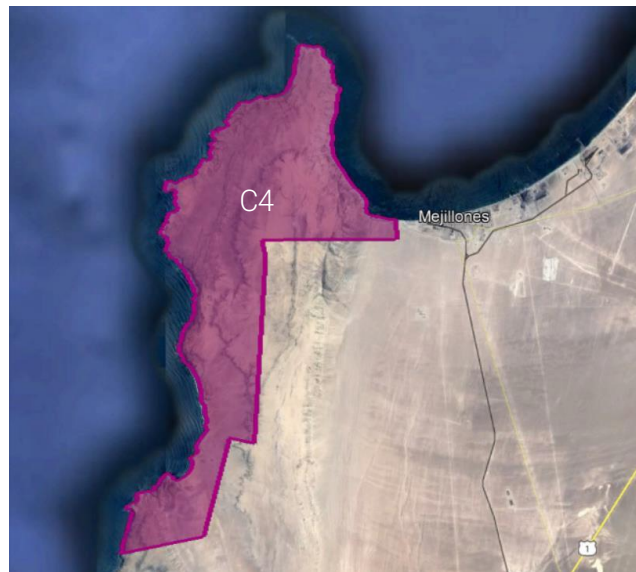
En las siguientes páginas se muestra en cartografía la propuesta de extensión de estas zonas cuyos respaldos se entregan, asimismo, en formatos .kmz disponibles en los anexos.

F.83 - ZONAS C1 MICHILLA Y ALREDEDORES Y C2 HORNITOS Y ALREDEDORES



Fuente: elaboración propia

F.84 - ZONAS C3 MEJILLONES CENTRO Y C4 PENÍNSULA DE MEJILLONES



Fuente: elaboración propia

5.4. PROGRAMAS, PROYECTOS E INICIATIVAS

De acuerdo a los antecedentes presentados, a continuación se exponen los programas, proyectos e iniciativas de implementación del PLADETUR para la comuna de Mejillones, período de ejecución 2022-2026 que se agrupan en dos bloques temáticos, el Plan Operativo de Desarrollo Turístico y el Plan Operativo de Marketing Turístico.

El Plan Operativo de Desarrollo Turístico consta de 4 programas y 24 proyectos e iniciativas, mientras el Plan Operativo de Marketing Turístico se compone de 3 programas y 22 proyectos e iniciativas.

El presupuesto estimado para la ejecución es de \$1.399.000,-, donde se indican proyectos e iniciativas que se implementan como parte de la gestión, de la gobernanza-liderada por el municipio.

A continuación, se presenta el resumen de implementación y detalle de los planes operativos.

F.85 - PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO, PLADETUR MEJILLONES 2022-2026

A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES				
1 Zonas de Desarrollo: plan de ordenamiento turístico	2 Zonas de Desarrollo: implementación de mejoras	3 Zonas de Desarrollo: regulación y adecuación	4 puesta en valor del recurso del borde costero	5 atracción de inversiones
A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS				
1 hitos turísticos	2 paradores turísticos	3 senderos turísticos	4 caletas turísticas	5 señalética turística
6 oficinas de información	7 innovación en la oferta turística	8 fomento y formalización de la oferta turística	9 calidad y sostenibilidad en la oferta turística	
A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA				
1 formación en y para el turismo	2 capacitación en servicios para el turismo	3 capacitación en gestión de negocios turísticos	4 concientización turística - comunidad	5 concientización turística - escolar
A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA				
1 gobernanza: gestión y evaluación del turismo	2 plan de gestión de crisis	3 sostenibilidad: bien para la comunidad y el turismo	4 economía circular en la actividad turística	5 cambio climático y el turismo

Fuente: elaboración propia

F.86 - IMPLEMENTACIÓN PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO, PLADETUR MEJILLONES 2022-2026 (1/2)

	2022	2023	2024	2025	2026	monto	observación
A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO							
A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES							
A1.1. Zonas de Desarrollo: plan de ordenamiento turístico						\$ 25.000.000	proyecto urgente
A1.2. Zonas de Desarrollo: implementación de mejoras						\$ 90.000.000	proyecto clave
A1.3. Zonas de Desarrollo: regulación y adecuación						\$ 20.000.000	proyecto urgente
A1.4. Puesta en valor del recurso del borde costero						\$ 120.000.000	proyecto clave
A1.5. Atracción de inversiones						\$ 20.000.000	
A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS							
A2.1. Hitos turísticos						\$ 100.000.000	proyecto clave
A2.2. Paradores turísticos						\$ 40.000.000	
A2.3. Senderos turísticos						\$ 50.000.000	
A2.4. Caletas turísticas						\$ 120.000.000	
A2.5. Señalética turística						\$ 40.000.000	proyecto clave
A2.6. Oficinas de información						\$ 25.000.000	
A2.7. Innovación en la oferta turística						\$ 40.000.000	
A2.8. Fomento y formalización de la oferta turística						\$ 80.000.000	proyecto urgente
A2.9. Calidad y sostenibilidad en la oferta turística						\$ 60.000.000	proyecto clave

Fuente: elaboración propia

F.86 - IMPLEMENTACIÓN PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO, PLADETUR MEJILLONES 2022-2026 (2/2)

	2022	2023	2024	2025	2026	monto	observación
A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO							
A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA							
A3.1. Formación en y para el turismo						\$ 20.000.000	
A3.2. Capacitación en servicios para el turismo						\$ 40.000.000	
A3.3. Capacitación en gestión de negocios turísticos						\$ 60.000.000	proyecto clave
A3.4. Concientización turística - comunidad						\$ 25.000.000	proyecto urgente
A3.5. Concientización turística - escolar						\$ 15.000.000	
A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA							
A4.1. Gobernanza: gestión y evaluación del turismo						\$ 15.000.000	proyecto urgente
A4.2. Plan de gestión de crisis						\$ 12.000.000	
A4.3. Sostenibilidad: bien para la comunidad y el turismo						\$ 20.000.000	proyecto clave
A4.4. Economía circular en la actividad turística						\$ 30.000.000	
A4.5. Cambio climático y el turismo						\$ 20.000.000	
subtotal Plan Operativo de Desarrollo Turístico						\$ 1.087.000.000	

Fuente: elaboración propia

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES

A1.1. ZONAS DE DESARROLLO: PLAN DE ORDENAMIENTO TURÍSTICO

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
ORGANISMOS VINCULADOS		MONTO INVERSIÓN		FUENTE FINANCIAMIENTO
municipalidad Seremi MOP Seremi MINVU		\$25.000.000,-		municipal FNDR

DESCRIPCIÓN:

Formulación de un Plan de Ordenamiento turístico que considere cada una de las zonas definidas: C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones y que permita la definición de los usos, formas de habilitación turística para los espacios de las zonas, la conexión entre y hacia estas zonas de manera independiente y/o con transporte público.

Ello significa, por ejemplo, las áreas a potenciar como zonas de comercio-servicios turístico, zonas de prestadores de actividad turísticas, zonas de artesanos-souvenirs locales, zonas para actividades culturales, zonas de visitación, miradores, senderos, señalética, soluciones de accesibilidad universal, estacionamientos para bicicletas, vehículos menores, buses turísticos, campers, entre otros bajo un concepto de paisaje integral del destino.

Asimismo, debe considerar una línea de propuestas referenciales de diseño y soluciones arquitectónicas y gráficas para las mejoras de publicidad y mejora visual de comercio-prestadores de servicios, sitios-hitos de visita, senderos, caletas-atracaderos, señalética, paradores turísticos, entre otros.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES

A1.2. ZONAS DE DESARROLLO: IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
Seremi MOP
Seremi MINVU

MONTO INVERSIÓN

\$90.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Priorización e implementación de mejoras definidas en el plan de ordenamiento turístico para las zonas: C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones.

Ello permitirá mejora de los usos y de la habilitación turística contando con zonas de comercio-servicios turístico, zonas de prestadores de actividad turísticas, zonas de artesanos-souvenirs locales, zonas para actividades culturales, zonas de visitación, miradores, senderos, señalética, soluciones de accesibilidad universal, estacionamientos para bicicletas, vehículos menores, buses turísticos, campers, entre otros.

Considerar diseño y soluciones arquitectónicas y gráficas para las mejoras de publicidad y mejora visual de comercio-prestadores de servicios, sitios-hitos de visita, senderos, caletas-atracaderos, señalética, paradores turísticos, entre otros.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES

A1.3. ZONAS DE DESARROLLO: REGULACIÓN Y ADECUACIÓN

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Formulación, validación e implementación de un Plan de Ordenanzas para el ordenamiento turístico de las zonas: C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones.

Considera un análisis de los referentes nacionales de ordenanzas en turismo que aporten en el conocimiento de soluciones en temáticas de uso de espacios, normativas para prestadores de servicios turísticos y de comercio, entre otras.

Orientación de ordenanzas que beneficien el desarrollo de la actividad turística de tipo de uso de espacios para fines del turismo, formas de implementación de terrazas para servicios gastronómicos, áreas de artesanía, horarios, puesta de carteles comerciales en áreas de zonas turísticas, ordenanzas para ordenamiento de servicios de guías, actividades de turismo de aventura, práctica de oficios de buzos y agricultores en pro del turismo, entre otras. Todo ello, además, debe quedar englobado en un Sistema de Fiscalización y Regulación para la actividad turística de Mejillones.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES

A1.4. PUESTA EN VALOR DEL RECURSO DEL BORDE COSTERO

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
ORGANISMOS VINCULADOS		MONTO INVERSIÓN		FUENTE FINANCIAMIENTO
municipalidad Sernatur Seremi MOP, Seremi MINVU		\$120.000.000,-		municipal FNDR programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Comprende la formulación y posterior implementación de acciones en vista de un Plan para la Puesta en Valor Turístico del Recurso del Borde Costero que permita la identificación de las posibles unidades y soluciones para la mejora y la evaluación de alternativas de concesión para el desarrollo de las ofertas en zonas próximas a playas, además siempre tomando en consideración la accesibilidad universal.

Comprende la creación de soluciones y parte de implementación de acortamiento de brechas en infraestructura habitante, factibilidad para la puesta de servicios y productos turísticos generando unidades desde las cuales se pueda mejorar el disfrute del recuso del borde costero para actividades de sol y playa, turismo de aventura, deporte, naturaleza y gastronomía, evitando la colocación de elementos disonantes con el paisaje costero.

nota: en anexos se presenta un lineamiento para la iniciativa del Plan para la Puesta en Valor Turístico del Recurso del Borde Costero

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A1. PROGRAMA DE ZONAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES

A1.5. ATRACCIÓN DE INVERSIONES

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
Corfo

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR

DESCRIPCIÓN:

Para la atracción de inversiones se considera el desarrollo inicial de un Plan para la Atracción de Inversiones que tenga como objeto la posibilidad de contar con nuevos prestadores de servicios turísticos enfocados en la línea de experiencias turísticas priorizadas con énfasis en soluciones de habilitación de nuevos servicios de alojamiento, servicios de gastronomía, prestadores y soluciones para actividades de turismo náutico, deporte, aventura, entretención y de generación de actividades.

La implementación del plan debe comprender la realización de acciones que potencien la concreción de inversiones en las zonas definidas: C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones, mediante la búsqueda de inversionistas, soluciones de financiación y oportunidades que se puedan otorgar en particular en cuanto a la resolución de aspectos administrativos.

Para ello, la atracción debe contener también la habilitación de una Guía Rápida y un estamento administrativo municipal que facilite la obtención de permisos y resoluciones en vista de las inversiones.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.1. HITOS TURÍSTICOS

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
ORGANISMOS VINCULADOS		MONTO INVERSIÓN		FUENTE FINANCIAMIENTO
municipalidad Sernatur Seremi MOP		\$100.000.000,-		municipal FNDR programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Iniciativa enfocada hacia la implementación de mejoras de hitos turísticos a priorizar en las zonas C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones.

Se debe realizar una priorización anual de posibles hitos a mejorar para el uso y disfrute turístico y con ello realizar inversiones que favorezcan su puesta a punto para el usufructo turístico, considerando aspectos de accesibilidad universal.

Los hitos turísticos responden a sitios de visitación, tales como miradores, conjuntos arquitectónicos o emblemas arquitectónicos, sitios históricos y arqueológicos, entre otros.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO
A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS
A2.2. PARADORES TURÍSTICOS

AÑO IMPLEMENTACIÓN				
2022	2023	2024	2025	2026
ORGANISMOS VINCULADOS		MONTO INVERSIÓN		FUENTE FINANCIAMIENTO
municipalidad Sernatur Seremi MOP		\$40.000.000,-		municipal FNDR programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Comprende la priorización y mejora paulatina de paradores turísticos ubicados en, entre o en proximidad de las zonas C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones que actualmente se encuentran en estado de abandono.

Se trata de espacios en vías de acceso entre las zonas turísticas comunales, por lo cual requieren de una solución práctica sobre su estado y garantía de mantención y mejora. Se debe realizar un catastro inicial y evaluación del estado de cada uno de los paradores, proponiendo las soluciones de su mantención y mejora o su, eventual, retiro dado el estado de la infraestructura.

Para el mantenimiento, se debe contar con los acuerdos y soluciones efectivas para su permanencia en el tiempo, como también en propender a garantizar la accesibilidad universal.

A nivel de los paradores debe destacarse la imagen turística comunal, imagen de marca del destino, junto con información en beneficio de la promoción, prioritariamente local, como también la regional.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.3. SENDEROS TURÍSTICOS

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$50.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDP
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Identificación, priorización y habilitación en, entre y en torno a las zonas definidas: C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones de senderos turísticos que permitan la conexión entre diferentes atractivos, recursos patrimoniales y servicios turísticos. Los senderos deben ser para fines de trekking y/o ciclismo - según cada caso en particular.

Los senderos pueden considerar la mejora de aquellos existentes, como también la implementación de nuevos teniendo en vista las características geográficas y climáticas de la zona.

En particular, se sugiere la priorización de senderos que permitan la realización de actividades turísticas en cuanto a la zona de la Península de Mejillones, en torno a hitos como tumba de Grau, Hito 23, proximidades de Hornitos y playas vecinas, entre otros.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.4. CALETAS TURÍSTICAS

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
gremios locales
Seremi MOP, Sernapesca

MONTO INVERSIÓN

\$120.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR

DESCRIPCIÓN:

Comprende el análisis, priorización e implementación de mejora de zonas de las caletas para fines turísticos, recreativos y de deporte en vista de la potenciación de actividades de turismo náutico y de pesca. Se debe tener en vista soluciones para posibles embarcaderos a ser propuestos.

Asimismo, se debe tener en cuenta la definición e implementación de un Plan de Incentivo para el Desarrollo de Actividades Náuticas en Mejillones.

Se debe efectuar un análisis de casos nacionales para el uso de las caletas con orientación de turismo, como también las soluciones respecto a temáticas técnicas y arquitectónicas, y de accesibilidad universal.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.5. SEÑALÉTICA TURÍSTICA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$40.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Se enfoca a la implementación de un sistema de señalética turística en las zonas C1 Michilla y alrededores, C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro, C4 Península de Mejillones.

Para ello, debe generarse una priorización de implementación de señalética de acercamiento y descriptiva in situ de los hitos turísticos.

La señalética debe considerar en el diseño los aspectos climáticos y de mantenimiento para su resguardo y perdurabilidad, como también de las características del paisaje de Mejillones con tal de contribuir a la imagen objetivo general. Además, debe considerar los principios de accesibilidad universal para el uso de la señalética, contando con al menos soluciones en Braille para señales in situ.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.6. OFICINAS DE INFORMACIÓN

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
gremios locales
Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$25.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Identificación de oficinas de información actuales y potenciales, permitiendo la habilitación de estructuras para las zonas C2 Hornitos y alrededores, C3 Mejillones centro.

Se debe realizar una evaluación de las oficinas en vista de los lineamientos para este tipo de espacios de parte de Sernatur.

Se deben efectuar las adecuaciones, garantizando la accesibilidad universal, y permitiendo su funcionamiento acorde a los flujos turísticos.

Como mínimo, para fines de la planificación de la atención y de los materiales disponibles, ésta debe poder ser brindada en idioma español e inglés. La oficina debiese brindar un servicio de atención directa, pero también puede sustentarse adicionalmente, en los canales virtuales de soporte, vía plataformas como WhatsApp.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.7. INNOVACIÓN EN LA OFERTA TURÍSTICA

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Corfo, Sercotec

MONTO INVERSIÓN

\$40.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
Corfo, Sercotec
FNDR

DESCRIPCIÓN:

Comprende el impulso a programas de innovación en oferta turística acorde a los productos priorizados y las propuestas de enfoque de las experiencias en cuanto al turismo de sol y playa, naturaleza, deporte y aventura, gastronomía, historia, arqueología y ciencia.

Se trata de incentivar la generación de propuestas de experiencias, como también de mejoras que se requieren para innovar en la oferta turística de Mejillones tanto en aspectos de gestión, como en aquellos de habilitación, equipamiento base.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.8. FOMENTO Y FORMALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad, SII prestadores de servicios turísticos gremios locales, Corfo, Sercotec

MONTO INVERSIÓN

\$80.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal Corfo, Sercotec, FNDR programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Comprende una definición anual de priorización de instrumentos y necesidades para el fomento y la formalización en la actividad turística de la mano de la búsqueda y apoyo para las soluciones de brechas presentes en los prestadores turísticos.

Considera el impulso desde la perspectiva legal, como también en cuanto al fomento de iniciativas de mejoramiento y puesta a punto de los negocios y gestión turística.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A2. PROGRAMA DE PROYECTOS TURÍSTICOS CLAVE Y MEJORA DE SERVICIOS

A2.9. CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD EN LA OFERTA TURÍSTICA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$60.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
Sernatur, Corfo, FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Iniciativa enfocada en la evaluación de la situacionalidad, propuestas e implementación de mejoras para los prestadores turísticos con orientación en cuanto a la calidad de los servicios y la sostenibilidad tomando prioritariamente las indicaciones de las normativas y lineamientos nacionales de Sernatur.

Permitirá el paulatino acortamiento de brechas en la calidad y la sostenibilidad de los negocios, como también un incentivo en poder concretar la certificación y/o distinción en materias de la calidad y la sostenibilidad.

Además, se debe considerar el establecimiento e implementación de un sistema de control de calidad de la oferta, servicios e infraestructura a nivel local.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA

A3.1. FORMACIÓN EN Y PARA EL TURISMO

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
centros técnicos-profesionales
en turismo

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Responde a la necesidad de implementación de programas de formación sobre la actividad turística y el turismo con una orientación hacia la comunidad local incentivando con ello un mayor acercamiento hacia este sector terciario y su importancia para el desarrollo de Mejillones.

La iniciativa debe favorecer un incremento del interés por comprender los valores turísticos comunales, regionales y nacionales, sin embargo, con una mirada formativa en cuanto a la actividad turística en general, su importancia y oportunidades de cambio a nivel de los territorios y de las comunidades anfitrionas.

Con ello se espera que se obtenga, además, un incremento en las posibilidades de apertura de nuevos emprendimientos o de participar en la actividad turística en los diferentes negocios locales.

Adicionalmente, la iniciativa debe permitir un incentivo para la investigación en temáticas de los valores culturales y naturales de Mejillones que aporten contenidos para la industria y desarrollo turístico local.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA

A3.2. CAPACITACIÓN EN SERVICIOS PARA EL TURISMO

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Corfo, Sercotec

MONTO INVERSIÓN

\$40.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
Corfo, Sercotec, FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Generación anual de planes de capacitación con temáticas orientadas hacia los servicios turísticos, siendo dirigida, principalmente, a quienes trabajan en contacto con el turista, en contacto con el cliente.

Las capacitaciones pueden considerar aspectos de servicio, trato al cliente, juego de roles, aprendizajes de idioma, entre otros.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA

A3.3. CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Corfo, Sercotec

MONTO INVERSIÓN

\$60.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
Corfo, Sercotec, FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Generación anual de planes de capacitación con temáticas orientadas hacia los administradores y propietarios de emprendimientos y negocios turísticos.

Las capacitaciones pueden considerar aspectos de administración, marketing y e-marketing, ventas, digitalización, tecnologías aplicadas a los negocios y negocios turísticos en particular, entre otras.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA

A3.4. CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA - COMUNIDAD

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidades gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$25.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Realización de planes anuales de concientización turística dirigidos hacia la comunidad de Mejillones.

Se considera de relevancia la inclusión de actividades que permitan dar a conocer los valores, atractivos y patrimonio turístico local, los impactos y beneficios del turismo que son ya visibles y aquellos que son posibles de alcanzar, como también los aspectos de la protección y rescate de los atributos naturales y culturales.

La concientización debe permitir también en conocer a los prestadores de servicios turísticos más próximos del lugar de domicilio, poder favorecer un sentimiento que estos emprendimientos son parte del barrio local, como también en poder aportar en un afianzamiento entre quienes participan de la actividad turística y quienes conviven con ella.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A3. PROGRAMA DE FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA

A3.5. CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA - ESCOLAR

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$15.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Realización de planes anuales de concientización turística dirigidos hacia la comunidad escolar de Mejillones.

Se considera de relevancia la inclusión de actividades que permitan dar a conocer los valores, atractivos y patrimonio turístico local, los impactos y beneficios del turismo que son ya visibles y aquellos que son posibles de alcanzar. En este sentido, se debe apuntar en desarrollar una vinculación de la comunidad escolar con su entorno y la protección y rescate de los atributos naturales y culturales, destacando su rol como agentes del cambio para el futuro.

La concientización debe permitir también en conocer a los prestadores de servicios turísticos más próximos del lugar del colegio, poder favorecer un sentimiento que estos emprendimientos son parte del barrio local, como también en poder aportar en un afianzamiento entre quienes participan de la actividad turística y quienes conviven con ella.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A4.1. GOBERNANZA: GESTIÓN Y EVALUACIÓN DEL TURISMO

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$15.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

La gobernanza es un estamento para la implementación coordinada y asociativa del PLADETUR. Comprende la determinación de estatutos base para su operación, como también de un seguimiento de su dirección, siempre liderada de parte del municipio.

La iniciativa comprende evaluación, mediciones, de la actividad turística, de la percepción de comunitaria y de visitantes, de niveles de recursos disponibles (humanos y financieros) para el desarrollo turístico, entre otros. Todo ello, al menos con carácter anual, como también la publicación de boletines bimensuales digitales a ser distribuidos en los actores directos, indirectos y de la comunidad sobre los avances de la implementación del PLADETUR, noticias de turismo regional, nacional, mundial y oportunidades e innovación para el turismo local.

Debe considerar la realización de encuentros: mensuales de la gobernanza, trimestrales en formato ampliado hacia prestadores turísticos en general y la comunidad (Mesas de Turismo) y anuales, se sugiere en el Día del Turismo, ocasión en la cual se pueden entregar reconocimiento a: innovación en turismo, experiencias turísticas, rescate cultural-patrimonial, protección ambiental, entre otros.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A4.2. PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
Sernatur
Comité Regional Emergencia

MONTO INVERSIÓN

\$12.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Responde a la necesidad de poder contar con una planificación específica en cuanto a la puesta en evidencia de situaciones de riesgo para la actividad turística como también la sensibilización de la red de prestadores de servicios turísticos en cuanto a estas orientaciones.

Se deben analizar prácticas nacionales sobre planes de gestión de crisis, teniendo en vista la determinación de zonas de riesgo y de áreas en peligro (comunicaciones, marketing) para poder resguardar la actividad.

El plan debe considerar la definición de acciones y protocolos para la actividad turística en cuanto a aspectos de protección de las personas, resguardo de infraestructuras, comunicaciones y marketing con tal de disminuir todo efecto negativo ante posibles crisis.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A4.3. SOSTENIBILIDAD: BIEN PARA LA COMUNIDAD Y EL TURISMO

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
asoc. y expertos protección
natural y cultural

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

La sostenibilidad desde la perspectiva del PLADETUR debe ser considerada desde su perspectiva ambiental, sociocultural y económica. La iniciativa comprende la definición de acciones anuales que favorezcan la comprensión del concepto de la sostenibilidad en sus dimensiones como parte de un bien que apunta hacia el bienestar de la comunidad y a la posibilidad de mantención de la actividad turística.

Considera la definición de un Plan de Protección de Bienes Naturales y Culturales y la realización de campañas trimestrales de recuperación, fondos concursables, embellecimiento de espacios turísticos priorizados o próximos a lugares de residencia de los participantes de la acción. También debe tener una mirada hacia las posibilidades del rescate y el cuidado en cuanto a los relatos culturales y los valores culturales patrimoniales, gastronómicos locales para fines de su puesta en valor y protección para el turismo y las futuras generaciones mejilloninas.

Adicionalmente, un aspecto significativo de la sostenibilidad es la generación e implementación de un Plan de Vinculación de las Comunidades Indígenas que permita su mayor participación y valoración de y para la actividad turística local.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A4.4. ECONOMÍA CIRCULAR EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
Seremi Medio Ambiente

MONTO INVERSIÓN

\$30.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Se trata de la realización de un análisis para las alternativas de implementación de técnicas de economía circular en los establecimientos de prestadores de servicios turísticos y oficinas de información turística, todo ello integrado, además, en un Plan de Residuos y Emisiones

Se deben identificar las mejores factibilidades en términos de soluciones que pueden demostrar un impacto en cuanto a la forma de abordar el consumo y los desperdicios, enfocándose hacia una economía más beneficiosa en términos de resultados financieros y medioambientales.

Se sugiere el análisis de casos nacionales e internacionales que puedan aportar en esta línea.

A. PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

A4. PROGRAMA DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A4.5. CAMBIO CLIMÁTICO Y EL TURISMO

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

MONTO INVERSIÓN

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipalidad
asoc. de protección ambiental
Seremi Medio Ambiente

\$20.000.000,-

municipal
FNDR
programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Representa el análisis, la identificación, proposición de líneas de acción e implementación de iniciativas prioritizadas que busquen poder aportar, desde los actores vinculados a la actividad turística, a la disminución de efectos sobre el cambio climático, como también la preparación ante las incidencias que el cambio climático tendrá sobre la localidad.

Se sugiere el análisis de casos nacionales e internacionales que puedan aportar en esta línea.

Las acciones que se desarrollen deben estar en línea con el Plan de Residuos y Emisiones establecido en la iniciativa asociada a la economía circular.

F.87 - PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO, PLADETUR MEJILLONES 2022-2026

B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS				
1 Mejillones: sol y playa	2 Mejillones: naturaleza	3 Mejillones: deporte y aventura	4 Mejillones: gastronomía	5 Mejillones: historia, arqueología y ciencia
B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE				
1 banco de imágenes y audiovisual	2 folletería general y temática	3 plataforma web y redes sociales	4 agenda anual de eventos	5 merchandising turístico
B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN				
1 diseño y gestión de marca turística	2 bases de datos	3 acciones mercado: Antofagasta	4 acciones mercado: Calama y resto R. Antofagasta	5 acciones mercado: R. Tarapacá
6 acciones mercado: R. Metropolitana	7 acciones mercado: R. Valparaíso	8 acciones mercado: R. Biobío y R. Los Lagos	9 acciones mercado: Bolivia y Argentina	10 acciones mercado: Brasil, EEUU, Europa
11 boletines Mejillones turismo	12 circuitos locales			

Fuente: elaboración propia

F.88 - IMPLEMENTACIÓN PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO, PLADETUR MEJILLONES 2022-2026 (1/2)

	2022	2023	2024	2025	2026	monto	observación
B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO							
B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS							
B1.1. Mejillones: sol y playa						\$ 10.000.000	
B1.2. Mejillones: naturaleza						\$ 20.000.000	proyecto clave
B1.3. Mejillones: deporte y aventura						\$ 20.000.000	proyecto urgente
B1.4. Mejillones: gastronomía						\$ 20.000.000	proyecto clave
B1.5. Mejillones: historia, arqueología y ciencia						\$ 20.000.000	proyecto clave
B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE							
B2.1. Banco de imágenes y audiovisual						\$ 25.000.000	proyecto urgente
B2.2. Folletería general y temática						\$ 30.000.000	proyecto clave
B2.3. Plataforma web y redes sociales						\$ 5.000.000	proyecto urgente
B2.4. Agenda anual de eventos						\$ 2.000.000	
B2.5. Merchandising turístico						\$ 12.000.000	

Fuente: elaboración propia

F.88 - IMPLEMENTACIÓN PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO, PLADETUR MEJILLONES 2022-2026 (2/2)

	2022	2023	2024	2025	2026	monto	observación
B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO							
B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN							
B3.1. Diseño y gestión de marca turística						\$ 15.000.000	proyecto urgente
B3.2. Bases de datos						\$ 2.000.000	proyecto clave
B3.3. Acciones mercado: Antofagasta						\$ 10.000.000	proyecto clave
B3.4. Acciones mercado: Calama y resto R. Antofagasta						\$ 10.000.000	
A3.5. Acciones mercado: R. Tarapacá						\$ 7.000.000	
A3.6. Acciones mercado: R. Metropolitana						\$ 40.000.000	proyecto clave
A3.7. Acciones mercado: R. Valparaíso						\$ 25.000.000	
A3.8. Acciones mercado: R. Biobío y R. Los Lagos						\$ 20.000.000	
A3.9. Acciones mercado: Bolivia y Argentina						\$ 8.000.000	
A3.10. Acciones mercado: Brasil, EEUU, Europa						\$ 6.000.000	
A3.11. Boletines Mejillones turismo						\$ 2.000.000	proyecto clave
A3.12. Circuitos locales						\$ 3.000.000	
subtotal Plan Operativo de Marketing Turístico						\$ 312.000.000	

Fuente: elaboración propia

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

B1.1. MEJILLONES: SOL Y PLAYA

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$10.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Considera la necesidad de mejoramiento de la propuesta del destino en cuanto a la experiencia de sol y playa con una estructuración de posibilidades de visita en torno a tipos de producto de sol y playa, por ejemplo, en familia, para adultos mayores, descanso en pareja, entre otros.

Se trata de la articulación de propuestas de prestadores de servicios en cuanto al sol y playa, para lo cual se deben fortalecer las relaciones entre los diferentes servicios para que puedan preparar las propuestas de visita acordes a las estrategias del PLADETUR.

Comprende, además, la necesidad de relevamiento de contenidos para el productos en formato de relatos, como también con una mirada y soluciones a las formas de disfrute de la experiencia desde la accesibilidad universal.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

B1.2. MEJILLONES: NATURALEZA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Considera la necesidad de mejoramiento de la propuesta del destino en cuanto a la experiencia de naturaleza con una estructuración de posibilidades de visita en torno a tipos de producto de naturaleza, por ejemplo, observación de cetáceos, observación de flora y fauna, observación de aves, observación de cielos, viajes de estudio, entre otros.

Se trata de la articulación de propuestas de prestadores de servicios en cuanto a la naturaleza, para lo cual se deben fortalecer las relaciones entre los diferentes servicios para que puedan preparar las propuestas de visita acordes a las estrategias del PLADETUR.

Comprende, además, la necesidad de relevamiento de contenidos para el productos en formato de relatos, como también con una mirada y soluciones a las formas de disfrute de la experiencia desde la accesibilidad universal.

nota: en anexos se presenta un lineamiento para la iniciativa del Diseño de Relato para Productos Turísticos que aporta en productos de naturaleza y cultura

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

B1.3. MEJILLONES: DEPORTE Y AVENTURA

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad prestadores de servicios turísticos gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Considera la necesidad de mejoramiento de la propuesta del destino en cuanto a la experiencia de deporte y aventura con una estructuración de posibilidades de visita en torno a tipos de producto de deporte y aventura, por ejemplo, buceo, actividad náuticas, trekking, ciclismo, pesca, entre otros.

Se trata de la articulación de propuestas de prestadores de servicios en cuanto al deporte y aventura, para lo cual se deben fortalecer las relaciones entre los diferentes servicios para que puedan preparar las propuestas de visita acordes a las estrategias del PLADETUR siguiendo los aspectos de seguridad y reglamentación específica.

Comprende, además, la necesidad de relevamiento de contenidos para el productos en formato de relatos, como también con una mirada y soluciones a las formas de disfrute de la experiencia desde la accesibilidad universal.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

B1.4. MEJILLONES: GASTRONOMÍA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad prestadores de servicios turísticos gremios locales

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Considera la necesidad de mejoramiento de la propuesta del destino en cuanto a la experiencia de gastronomía con una estructuración de posibilidades de visita en torno a tipos de producto de gastronomía, por ejemplo, en familia, restaurantes típicos, del mercado a la mesa, sabores mejilloninos, entre otros.

Se trata de la articulación de propuestas de prestadores de servicios en cuanto a la gastronomía, para lo cual se deben fortalecer las relaciones entre los diferentes servicios para que puedan preparar las propuestas de visita acordes a las estrategias del PLADETUR.

Comprende, además, la necesidad de relevamiento de contenidos para el productos en formato de relatos, como también con una mirada y soluciones a las formas de disfrute de la experiencia desde la accesibilidad universal.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B1. PROGRAMA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

B1.5. MEJILLONES: HISTORIA, ARQUEOLOGÍA Y CIENCIA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad asociaciones y expertos en historia, arqueología, ciencia

MONTO INVERSIÓN

\$20.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Considera la necesidad de mejoramiento de la propuesta del destino en cuanto a la experiencia de historia, arqueología y ciencia con una estructuración de posibilidades de visita en torno a tipos de producto de historia, arqueología y ciencia, por ejemplo, hallazgos arqueológicos, cultura de pueblos originarios, las guaneras, la batalla de Angamos, el ferrocarril, Mejillones y la industrialización, los estudios científicos de naturaleza y cultura, viajes de estudio, entre otros. Se trata de la articulación de propuestas de prestadores de servicios en cuanto a la historia, arqueología y ciencia, para lo cual se deben fortalecer las relaciones entre los diferentes servicios para que puedan preparar las propuestas de visita acordes a las estrategias del PLADETUR y del paisaje cultural local. Comprende, además, la necesidad de relevamiento de contenidos para el productos en formato de relatos, como también con una mirada y soluciones a las formas de disfrute de la experiencia desde la accesibilidad universal.

Se destaca la posibilidad de trabajo, por ejemplo con el mercado de interés en temas históricos y de rescate del ferrocarril, como son los casos en Brasil de Paranapiacaba, para la búsqueda de soluciones para la puesta en valor del producto.

nota: en anexos se presenta un lineamiento para la iniciativa del Diseño de Relato para Productos Turísticos que aporta en productos de naturaleza y cultura

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO
B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE
B2.1. BANCO DE IMÁGENES Y AUDIOVISUAL proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN				
2022	2023	2024	2025	2026
ORGANISMOS VINCULADOS		MONTO INVERSIÓN		FUENTE FINANCIAMIENTO
municipalidad prestadores de servicios turísticos Sernatur		\$25.000.000,-		municipal programas RSE

DESCRIPCIÓN:

Responde a la realización de levantamientos de fotografías y contenidos audiovisuales que pueden nutrir las acciones de promoción.

Los contenidos deben integrar tanto aspectos de atractivos turísticos, patrimonios, hitos, como de la vivencia de las experiencias de diferentes tipos de públicos (familias, parejas, adultos mayores).

El banco de imágenes y los productos audiovisuales deben ser posibles de ser puestos a disposición de los prestadores de servicios turísticos para su uso, como también para generar un kit de fotos y videos que pueden ser de utilidad para el canal de intermediación (trade), los medios y otros prescriptores.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE

B2.2. FOLLETERÍA GENERAL Y TEMÁTICA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad

MONTO INVERSIÓN

\$30.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Debe realizarse inicialmente una manualización de las orientaciones para la elaboración de materiales que ha de ser implementada por parte del municipio y con recomendaciones para el área empresarial turística del destino. Este manual debe considerar recomendaciones sobre los tamaños, gráficas, uso de marca del destino, de marcas institucionales o de las empresas. También, debe considerar los contenidos y sus formatos de estructura, teniendo en vista la presencia de mapas, descriptores de producto, integración del calendario de evento, detalle de proveedores, etc.

La folletería general se debe orientar hacia la presentación global del destino, su inserción a nivel regional y del país, como mapa y muestra de las experiencias. Debe ser en formato digital y con ejemplares impresos en, al menos, español e inglés.

La folletería temática se orienta por tipo de experiencia priorizada de naturaleza, deporte y aventura, gastronomía, historia y arqueología, y ciencia. Debe ser en formato digital e impreso, en al menos español e inglés.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE

B2.3. PLATAFORMA WEB Y REDES SOCIALES

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad

MONTO INVERSIÓN

\$5.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Debe generarse una plataforma web en un dominio tipo www.mejillones.travel o similar, en base a las definiciones estratégicas del PLADETUR y de la implementación de acciones de marketing. La web debe facilitar la programación de viajes hacia Mejillones, entregando antecedentes sobre el territorio, experiencias, servicios, mapas, materiales descargables, eventos, videos, entre otros, siguiendo las tendencias actuales de diseño, más accesible, orientada a mobile-first y con contenidos que permitan cumplir con criterios de facilitación de posicionamiento en buscadores.

Se deben generar redes sociales en plataformas Instagram y Facebook, @mejillones.travel, o similares, con análisis paulatino de apertura de cuenta en plataforma TikTok.

Es de relevancia la mantención periódica de la web y permanente de las redes sociales que han de ser ocupadas netamente para la difusión turística, no institucional del municipio, y acorde al lineamiento de la estrategia comunicacional del PLADETUR y del brandbook de la marca a definir para el destino.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE

B2.4. AGENDA ANUAL DE EVENTOS

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad agrupaciones culturales
--

MONTO INVERSIÓN

\$2.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Se debe generar una agenda de eventos con la identificación de actividades del destinos que son de carácter permanente (por ejemplo, reiteración anual) y eventos esporádicos; y que busquen una integración y vínculo como complemento de visita a Mejillones.

Importante considerar que el PLADETUR puede incidir en propiciar la organización de actividades, eventos y festivales según temáticas orientadas hacia las experiencias turísticas locales, como las de naturaleza, deporte y aventura, gastronomía, historia, arqueología, ciencia, y que pueden ser una parrilla programática que agregue valor a las propuestas locales.

Asimismo, cabe destacar que para la integración de los eventos en la agenda se deben revisar desde su potencial efectivo de atracción de flujos de turismo y/o excursionismo.

La agenda anual debe ser revisada al menos trimestralmente ante posibles modificaciones y debe ser puesta a disposición vía web del destino, redes sociales, redes de prestadores de servicios y las bases de datos del destino.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B2. PROGRAMA DE MATERIALES DE SOPORTE

B2.5. MERCHANDISING TURÍSTICO

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
gremios locales, artesanos

MONTO INVERSIÓN

\$12.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Se debe definir y elaborar un merchandising temático del destino, en particular inspirándose en las posibilidades de elementos identitarios de naturaleza y cultura local, priorizando, en lo posible, a creativos, artesanos y empresas locales, utilización de materiales reciclados y autóctonos de la zona.

El merchandising debe priorizar la utilidad para el viajero y del posicionamiento de la marca y del destino. Para ello, debieran considerarse ítems como: gorros, bitácoras de viaje, bolsas reutilizables, botellas reutilizables, entre otros.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.1. DISEÑO Y GESTIÓN DE MARCA TURÍSTICA

proyecto urgente

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$15.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Se considera la necesidad de impulso para la creación de un diseño de marca turística del destino Mejillones a propósito de permitir su posicionamiento y recuerdo en los mercados a través de la estrategia definida.

Con la marca gráfica del destino definida, en sí, esta herramienta comunicacional, que sintetiza los mensajes de Mejillones, debe ser gestionada, para lo cual debe generarse un manual de uso para la marca, para sus diferentes implementaciones tanto en papelería, soportes digitales, redes, como también por parte de su facilitación para incorporación por parte de prestadores vinculadas al rubro turístico. Además, debe establecerse un seguimiento a la forma de implementación de la marca y su reconocimiento por parte de los mercados.

La marca debe constituirse como un elemento de empoderamiento de la comunidad local y de los actores vinculados al turismo, siendo un motivo de orgullo de pertenencia. Para ello, se debe facilitar para su uso por empresas locales de turismo y se capacitará en su correcta implementación.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.2. BASES DE DATOS

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad prestadores de servicios turísticos Sernatur
--

MONTO INVERSIÓN

\$2.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Iniciativa de relevancia dada la indispensabilidad del manejo de los contactos de tour operadores, prensa y otros prescriptores off y online que pueden apoyar y ser incentivados en ser los vínculos para la comunicación y difusión turística de Mejillones.

Se sugiere la construcción de base de datos en vínculo con el sector de prestadores turísticos del destino, como también en vínculo con Sernatur, además de la pesquisa específica de contactos para el relacionamiento.

La base debe considerarse de carácter dinámico y ser mantenida y revisada permanentemente.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.3. ACCIONES MERCADO: ANTOFAGASTA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

MONTO INVERSIÓN

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

\$10.000.000,-

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia la ciudad de Antofagasta.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio, notas de prensa y acciones de activación in situ para la difusión de Mejillones.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.4. ACCIONES MERCADO: CALAMA Y RESTO R. ANTOFAGASTA

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

MONTO INVERSIÓN

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

\$10.000.000,-

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia la ciudad de Calama y el resto de la Región de Antofagasta.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio, notas de prensa y acciones de activación in situ en Calama para la difusión de Mejillones.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.5. ACCIONES MERCADO: R. TARAPACÁ

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad prestadores de servicios turísticos gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$7.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia la Región de Tarapacá, en concreto, la ciudad de Iquique.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio, notas de prensa y acciones de activación in situ para la difusión de Mejillones.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.6. ACCIONES MERCADO: R. METROPOLITANA

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$40.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia el mercado de la Región Metropolitana, en particular hacia la Provincia de Santiago.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio, notas de prensa y acciones de activación in situ, participación en ferias, traída de prensa e influencers para la difusión del destino en colaboración conjunta con la red de prestadores de actividades tour operadores y alojamientos, como también la búsqueda de apoyos en conjunto con Sernatur.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.7. ACCIONES MERCADO: R. VALPARAÍSO

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad prestadores de servicios turísticos gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$25.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia la Región de Valparaíso, en concreto, el área de Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio y notas de prensa para la difusión de Mejillones.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.8. ACCIONES MERCADO: R. BIOBÍO Y R. LOS LAGOS

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

MONTO INVERSIÓN

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipalidad prestadores de servicios turísticos gremios locales, Sernatur	\$20.000.000,-	municipal
---	----------------	-----------

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia las Regiones de Biobío y Los Lagos, en concreto, las ciudades Concepción y alrededores, además del área Puerto Montt y Puerto Varas.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio y notas de prensa para la difusión de Mejillones.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.9. ACCIONES MERCADO: BOLIVIA Y ARGENTINA

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$8.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas hacia Bolivia y Argentina, en concreto, la ciudad de La Paz y el área del Nor Oeste Argentina: Jujuy, Salta, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero.

Se deben considerar acciones de boletines, redes sociales, radio, notas de prensa y eventuales acciones de participación en workshops online y/o presenciales (en colaboración con Sernatur), para la difusión de Mejillones.

Se debe potenciar el uso de herramientas digitales para la difusión y optimización de los presupuestos.

Se sugiere analizar la posibilidad de integración de experiencias de carácter común, vinculación con el ferrocarril o actividades productivas para apuntar a ofertas conjuntas.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.10. ACCIONES MERCADO: BRASIL, EEUU, EUROPA

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022

2023

2024

2025

2026

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad
prestadores de servicios turísticos
gremios locales, Sernatur

MONTO INVERSIÓN

\$6.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Comprende acciones en soportes online y offline dirigidas al canal comercial y visitantes internacionales con foco en aquellos procedentes de Brasil, EEUU y Europa (España, Inglaterra, Alemania, Francia), que se encuentran en la Región de Antofagasta, en concreto, en San Pedro de Atacama y/o ciudad de Antofagasta.

Se deben considerar acciones de difusión del destino a través de boletines, y en colaboración conjunta con la red de prestadores de actividades tour operadores y alojamientos, en particular con la generación de espacios online o presenciales de workshops sobre Mejillones, o visita al canal comercial que trabaja en la región con estos mercados, como también la invitación de los mismos a viajes de familiarización.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.11. BOLETINES MEJILLONES TURISMO

proyecto clave

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad

MONTO INVERSIÓN

\$2.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Realización de boletines respecto al destino Mejillones, la actividad turística, eventos, propuestas, etc. y que diferencie su contenido según el interés específico de, en primer lugar, el grupo del canal comercial y, en segundo lugar, de los medios de comunicación y otros prescriptores.

Para ello, se sugiere la consideración de emisión mensual de boletines hacia estos públicos a fin de mantener una mayor presencia del destino y poder comunicar respecto a las actividades, agenda, oportunidades y ventajas de Mejillones y de sus ofertas turísticas.

Los boletines, paulatinamente, deben ir considerando los diferentes idiomas, español e inglés.

B. PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

B3. PROGRAMA DE PROMOCIÓN

B3.12. CIRCUITOS LOCALES

AÑO IMPLEMENTACIÓN

2022	2023	2024	2025	2026
------	------	------	------	------

ORGANISMOS VINCULADOS

municipalidad prestadores de servicios turísticos
--

MONTO INVERSIÓN

\$3.000.000,-

FUENTE FINANCIAMIENTO

municipal

DESCRIPCIÓN:

Realización de la identificación y priorización de circuitos turísticos, en particular en la zona C3 Mejillones centro, que apunten a la valorización del patrimonio, cultura e historia local.

Estos circuitos, se recomienda, pueden ser desarrollados de manera mensual, dirigidos hacia la comunidad local y visitantes presentes.

El objetivo central es poder transmitir la historia, cultura y valores patrimoniales de Mejillones, pero destacando las oportunidades de las diferentes actividades que hoy día se pueden realizar en la comuna en cada una de las zonas turísticas.

5.5. MAPAS DE GEORREFERENCIACIÓN

Los mapas que se desarrollan se refieren a la georreferenciación de puntos-atractivos turísticos, integrando tanto aquellos priorizados, como aquellos patrimoniales identificados en el desarrollo del estudio.

Adicionalmente, se incorpora la oferta de servicios según el catastro disponible al momento del levantamiento del diagnóstico.

Las capas se sobreponen también en vista de la clusterización realizada facilitando la presencia de atractivos, recursos patrimoniales y de servicios locales al momento de la formulación del instrumento.

En los anexos del documento se entregan los archivos de descarga de formatos kmz asociados a la información generada que contiene tanto los antecedentes de localización como breve descripción, en caso de atractivos y patrimonio destacable.

F.89 - ATRACTIVOS Y RECUSOS PATRIMONIALES



Fuente: elaboración propia

F.90 - SERVICIOS TURÍSTICOS



Fuente: elaboración propia



6

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

IMPLEMENTACIÓN
Y SEGUIMIENTO

6 IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

A continuación, se presentan los resultados de la Etapa 4, Implementación y seguimiento, que se compone de las actividades de:

- propuesta de estamento de puesta en marcha
- modelo de gestión de implementación
- definición de sistema de monitoreo

De acuerdo a Sernatur en sus Orientaciones para el diseño de Planes de Desarrollo Turístico (2015), esta etapa corresponde al diseño y definición de *los procedimientos administrativos que permitan una gestión asociativa con los actores locales, lo que implica establecer acuerdos para delimitar responsabilidad para la ejecución de los programas y proyectos que corresponderá impulsar y financiar.*

Además, se indica que *el seguimiento implica también el diseño de métodos de registro sistemáticos de las actividades realizadas y sus efectos, de tal forma de contar con*

información oportuna para readecuar, si es necesario, las estrategias de acción.

En este sentido, es relevante destacar la importancia que desde la perspectiva de la implementación y el seguimiento desde la municipalidad *el turismo debe enfrentarse desde una perspectiva de actividad transversal, por cuanto cualquier decisión de afecte al territorio comunal tendrá un impacto sobre los recursos, la comunidad involucrada, los prestadores de servicios y finalmente sobre los turistas, lo que obliga a trabajar bajo un enfoque integral.*

Los resultados de las actividades ejecutadas se presentan a continuación en los acápites de estamento de puesta en marcha; modelo de gestión de implementación; y sistema de monitoreo.

6.1. ESTAMENTO DE PUESTA EN MARCHA

El estamento de puesta en marcha se refiere a una figura inicial, que se traspasará hacia la gobernanza más estructurada para fines de la implementación del PLADETUR.

Para ello, se ha trabajado en la definición de una propuesta de actores que surgen de los levantamientos realizados en los procesos de la formulación del instrumento, junto con dos actividades participativas, en primera instancia a 30 de marzo, complementada con levantamiento digital y encuestas, y posteriormente a 27 de abril 2022 con diferentes representantes sectoriales y de la comunidad comunal.

Se busca, a objeto de la puesta en marcha, de fortalecer la participación, además, de actores que han estado vinculados en las diversas actividades del proceso de la formulación para con ello poder favorecer la implementación inicial y poder afianzar el alcance de resultados dados los compromisos y la vinculación en sí con el PLADETUR ya consagrados.

De los levantamientos iniciales se pudo identificar un total de 23 actores que, de acuerdo a su reiteración en las respuestas obtenidas, se agruparon en 5 grupos, desde aquellos de mayor priorización-reiteración (grupo 5) que debieran ser actores a considerarse para la gobernanza, a aquellos de menor priorización-reiteración (grupo 1).

- Grupo 5: Armada de Chile, Municipalidad.
- Grupo 4: Agrupación de artesanos, asociación de industriales, Asociación de turismo, Cámara de comercio, Sindicato de pescadores
- Grupo 3: Amigos de las aves, Cifamac ONG.
- Grupo 2: Agrupación de taxis, Asociación gastronómica, Consejo patrimonial, Fundación Gaviotín Chico, Juntas de vecinos, Sernatur.
- Grupo 1: Carabineros de Chile, Centro recreacional del adulto mayor, Comité de emergencia, Representante

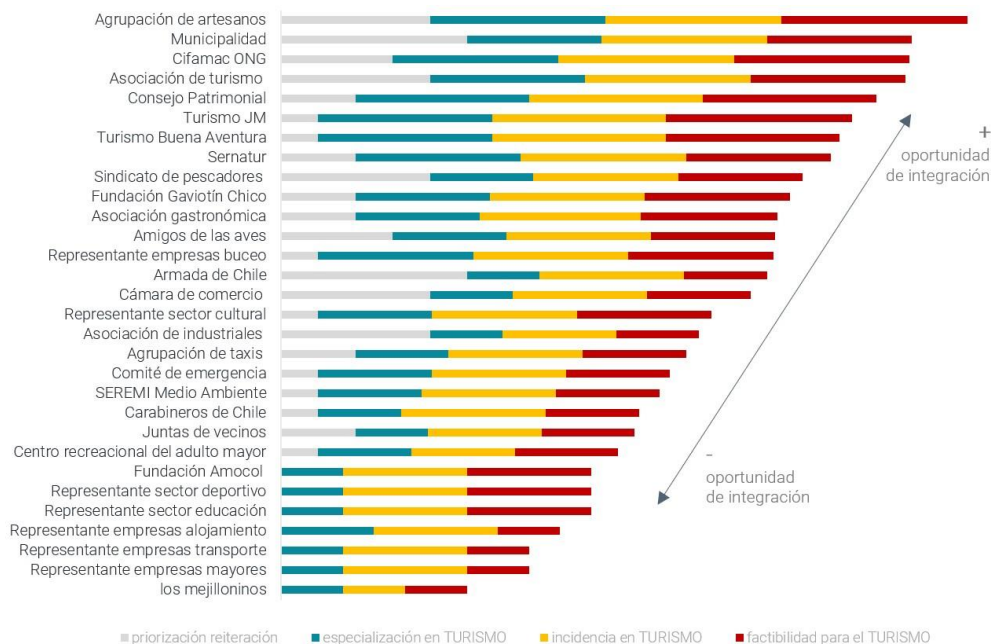
empresas buceo, Representante sector cultural, Seremi Medioambiente, Turismo Buena Aventura, Turismo JM.

Con los actores identificados, en jornada participativa de 27 de abril, se procedió a un taller sobre la identificación, de parte consensuada a nivel de los actores asistentes, en torno a la opinión del grado de especialización, incidencia y la factibilidad de participación activa en los procesos del desarrollo turístico de cada uno de los actores señalados.

Asimismo, se dio la posibilidad de incorporación de propuesta de nuevos actores, entre los que surgieron los siguientes: representantes de empresas mayores, de empresas de transporte, de empresas de alojamiento, del sector educativo, del sector deportivo y de los mejilloninos.

En base al ejercicio participativo sobre los grados de especialización, incidencia y la factibilidad de participación activa, el equipo técnico realizó un análisis para la determinación de una jerarquización de actores de mayor a menor oportunidad para la integración en la gobernanza.

F.91 - JERARQUIZACIÓN DE ACTORES Y SU OPORTUNIDAD DE INTEGRACIÓN EN GOBERNANZA PLADETUR



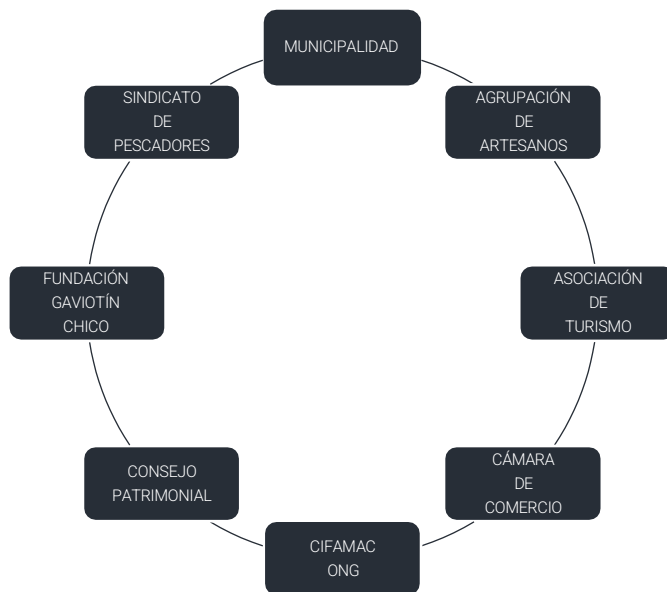
Fuente: elaboración propia

Posteriormente, en reunión con la contraparte se realizó la revisión de los resultados alcanzados y se propuso la orientación de un modelo de gobernanza, a ser explicado en el siguiente acápite con mayor detalle, que se sustenta en tres niveles de participación, involucramiento, de los diferentes actores.

Desde esta base, y para fines de lo que respecta al estamento de puesta en marcha, es precisamente uno de estos niveles, el nivel núcleo, el que cobra preponderancia en vista de su importancia para la implementación del PLADETUR, su vinculación, en gran mayoría, tanto en las diferentes actividades y etapas de la formulación del instrumento, como por su orientación hacia los aportes para el desarrollo de la actividad turística de Mejillones.

Por ello, para el estamento de puesta en marcha se considera la vinculación, en particular, entre los actores: Municipalidad, Agrupación de artesanos, Asociación de turismo, Cámara de comercio, Cifamac ONG, Consejo patrimonial, Fundación Gaviotín Chico, y Sindicato de pescadores.

F.92 - ESTAMENTO DE PUESTA EN MARCHA DE GOBERNANZA DE PLADETUR



Fuente: elaboración propia

6.2. MODELO DE GESTIÓN DE IMPLEMENTACIÓN

El modelo de gestión de implementación se relaciona con la gobernanza para la implementación del PLADETUR de Mejillones.

Para su definición se han tenido en consideración las definiciones de la gobernanza, los levantamientos realizados en las actividades precedentes, además de insumos de las reuniones de coordinación con la contraparte para fines de conocer la relación de la operatividad interna municipal en cuanto a las funciones orientadas hacia la actividad turística.

En sí, la gobernanza es un concepto que involucra aspectos relacionados a la colaboración, coordinación, toma de decisiones y co-responsabilidad de entes públicos y privados, de otros tipos de organizaciones y de la comunidad, que pueden tener injerencia directa e indirecta en el desarrollo sectorial y territorial del turismo.

Las gobernanzas poseen dos dimensiones críticas, la primera que tiene que ver con la concertación eficiente - la cual está supeditada al propósito de implementar la gobernanza, y la segunda es la fortaleza de su cohesión - la que debe dar paso a la sostenibilidad del proceso.

Por lo tanto, en la conformación de la gobernanza es necesario que aquellos que la impulsan o lideran deben considerar estas dimensiones y tener en consideración que estas son dinámicas.

Las dificultades que se enfrenta la conformación de una gobernanza, según los levantamientos del equipo técnico y la experiencia de las puestas en marcha de modelos similares, son las que van en las líneas de:

- la desconfianza
- la falta de claridad en el propósito que se persigue con la gobernanza

- la ausencia de un liderazgo y de la legitimidad en la representación
- falta de constancia y de compromiso
- impaciencia por resultados y logros evidenciables
- financiamiento

Por ello, en el sistema de monitoreo de la gobernanza, se consideran aspectos que puedan favorecer el afrontar a las señaladas posibles dificultades reduciendo sus implicancias.

La actuación de la gobernanza debe, en sí, obedecer a una estructura funcional eficiente y dinámica que permita desplegar acciones colaborativas en un formato flexible.

Para el caso de la implementación del PLADETUR de Mejillones, se sugiere una estructura en tres niveles, un nivel núcleo de gestión de la gobernanza, un nivel de actores estratégicos y un nivel de actores colaborativos.

F.93 - MODELO DE GOBERNANZA PLADETUR MEJILLONES



Fuente: elaboración propia

El nivel núcleo de la gestión de la gobernanza consta de la principal función en poder coordinar, implementar y dar seguimiento de las acciones del PLADETUR.

A su vez, este nivel núcleo es el mismo estamento de puesta en marcha de la implementación que, además, cuenta con una secretaría técnica que radica en la unidad de turismo municipal con el propósito de liderar técnica y administrativamente la gobernanza.

El nivel de actores estratégicos responde a aquellas entidades consideradas claves para el alcance de los objetivos y logros esperados del PLADETUR y con quienes la vinculación y coordinación debe ser periódica.

Finalmente, el nivel de actores colaborativos, representan aquellas entidades que son cruciales en poder aportar con el propósito del alcance de algunos de los programas e iniciativas del PLADETUR.

A nivel de la operación el nivel núcleo de la gestión de la gobernanza, debiera sesionar una vez al mes, para fines de dar la priorización, seguimiento y resultados de iniciativas programadas de implementación del PLADETUR, junto con facilitar y asumir compromisos para su alcance.

Con los actores estratégicos, debieran organizarse trimestralmente encuentros de seguimiento, presentación de avances del PLADETUR, vinculación y retroalimentación, en la modalidad actual de las Mesas de Turismo, siendo ampliadas hacia, también, actores sectoriales, de la comunidad y de aquellos considerados como actores colaborativos.

También, se señala que la gobernanza debiera sustentar su quehacer en base a los siguientes principios: *participación, legalidad, transparencia, consenso, eficacia y eficiencia, rendición de cuentas, y visión estratégica.*

La participación se refiere a que los actores deben intervenir de manera directa o por medio de sus legítimas instancias intermedias que representen sus intereses.

En este sentido, aparecen en el caso de Mejillones los sectores como el de alojamientos, buceo, deportivo y de transporte, que aunque puedan estar integrado en otras instancias de gremios, pudieran no del todo conllevar a una especificación del rubro.

Por ello, se sugiere, para estos casos en particular de sectores destacados en los levantamiento, poder generar espacios específicos fortalecidos desde la secretaría técnica de la gobernanza para que puedan contar con encuentros periódicos y definición de sus representantes que pudieran ser los articuladores en instancias de implementación de iniciativas del PLADETUR.

El principio de la legalidad para la gobernanza se refiere a que debe salvaguardarse la actuación en el marco jurídico, fortaleciendo la formalidad, cumplimiento de normativas y exigencias en pro de un desarrollo turístico sostenible.

La transparencia se refiere a la puesta a disposición de los actores y de la comunidad en general de los avances que

se obtienen de parte de la gobernanza y de la implementación del PLADETUR. Se dispondrá de las plataformas creadas de la formulación del instrumento y de las instancias participativas para la entrega y retroalimentación sobre los avances.

Cabe destacar que la gobernanza interviene a nivel local desde un objetivo de alcanzar consensos, con tal de poder transversal e intersectorialmente poder afiatar el logro de los objetivos y acciones programadas del PLADETUR.

A su vez, los procesos deben desarrollarse con eficacia y eficiencia, con resultados que satisfagan las necesidades y puedan hacer el mejor uso de los recursos disponibles.

Deben propenderse en crear espacios para la rendición de cuentas, con lo cual los espacios y reuniones periódicas son instancias para forjar un involucramiento de los interesados.

Finalmente, la gobernanza debe perseguir la visión estratégica definida en el PLADETUR, para fines del desarrollo turístico del destino.

Referente, en particular, a la institucionalidad municipal, como líder del proceso del PLADETUR, dada su atribución normativa, se señala que el ente, además, a través de su Oficina de Turismo, debe hacerse cargo de la denominada Secretaría Técnica de la gobernanza.

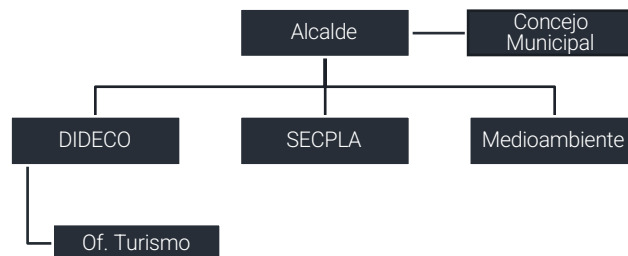
Para ello, el área en particular, debe propender en mantener las capacidades y herramientas técnicas con el objetivo principal de poder dar seguimiento y propiciar la articulación de alcance de los objetivos del PLADETUR. Dada la estructura orgánica interna, la unidad forma parte de la Dirección de Desarrollo Comunitario, enfocado hacia la asistencia social, subsidios y estratificación social, organizaciones comunitarias y programas sociales.

Para la facilitación de la implementación del PLADETUR a nivel interno municipal, debiera organizarse una articulación liderada por el Alcalde y el Concejo Municipal, junto con la Dirección de DIDECO, SECPLAC y Medioambiente, que permita la creación de grupos entre las direcciones de acuerdo a iniciativas del plan.

Asimismo, la unidad de turismo, y como secretaría técnica de la gobernanza, debiera organizar y priorizar la implementación de las labores acorde a los diferentes programas del PLADETUR y sus momentos de implementación según iniciativas específicas.

Se debiera considerar la creación de un matriz de seguimiento que se pueda ir actualizando de manera semanal para fines de conocimiento y apoyo desde la Dirección de DIDECO junto a otros equipos del área u otras direcciones que se puedan articular dada las transversalidad del turismo.

F.94 - ARTICULACIÓN IMPLEMENTACIÓN PLADETUR A NIVEL MUNICIPAL



Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, se hace referencia que para fines de la gestión interna municipal en materia del turismo existe un programa de Distinción de Turismo Municipal otorgado por Sernatur que pueda ser de apoyo en cuanto al proceso de implementación del PLADETUR.

El programa apunta a la excelencia en la gestión turística interna, eleva competencia y capacidades para mejorar la gestión de los destinos, fortalece la unidad de turismo municipal, favorece la planificación y desarrollo de la actividad turística bajo la coordinación interna y aumenta la asociatividad.

Para su implementación, se debe dar seguimiento a un autodiagnóstico interno desde la web institucional del organismo Sernatur, obtener la retroalimentación y realizar la revisión de verificadores.

F.95 - SELLO DE DISTINCIÓN DE TURISMO MUNICIPAL



Fuente: Sernatur

6.3. SISTEMA DE MONITOREO

Un sistema de monitoreo se refiere a la identificación de indicadores, plazos y organigrama respecto al seguimiento propio del instrumento del PLADETUR para Mejillones.

En este sentido, en particular los indicadores hacen referencia a la gobernanza entendiendo que sin una gestión adecuada la implementación de las iniciativas o el alcance de los objetivos esperados no será posible.

Los indicadores en esta línea se subdividen, en particular, en aquellos de cohesión, compromiso y mejora de capacidades.

Un indicador de cohesión se visualiza a través de las listas, fotografías y registros de asistencia y conclusiones de las reuniones periódicas de la gobernanza, sea a su nivel núcleo, como en el de los actores estratégicos y colaborativo.

Por su parte, la medición de los compromisos se refiere, en particular, a aquellos asumidos y cumplidos.

Los registros de los compromisos trasciende, precisamente, de los encuentros de la gobernanza y los actores vinculados asociándose a la relación con las diferentes iniciativas de la implementación del PLADETUR en sí.

Se trata, por lo tanto, de un registro de cada acción asumida por un actor y luego conocer el estado de dicho compromiso, si se encuentra cumplido o aún en avance.

El objetivo es conseguir que la totalidad de los compromisos asumidos puedan llegar a ser cumplidos por los diferentes actores. Los compromisos pueden ser redefinidos o descartados ante la inviabilidad de su ejecución por parte del actor, lo cual debe quedar registrado igualmente, pero siempre manteniendo el alcance de la acción del plan.

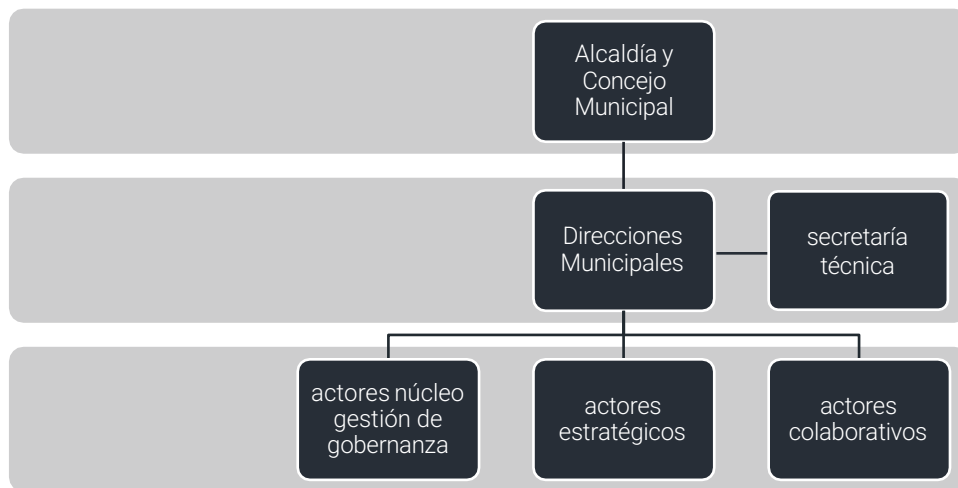
Respecto a los indicadores de mejora de capacidades, se refiere a acciones que se pueden emprender para fines de la capacitación a los actores de la gobernanza en materias de liderazgo y/o resolución de conflicto.

Lo anterior apunta en mejorar la preparación de los actores vinculados, en particular al nivel núcleo de la gobernanza, para fines de poder abordar lo que son los espacios de asociatividad transversal del turismo y de manejo de un trabajo colaborativo que va más allá del alcance de una acción, sino de un objetivo y visión de largo plazo.

Respecto a los plazos, se estima un seguimiento mensual, ante cada reunión de la gobernanza, y de una retrospección trimestral para poder efectuar todo ajuste sobre los alcances observados.

Por último, en la siguiente página se presenta una estructura de organigrama asociado a la implementación del PLADETUR en sí.

F.96 - ORGANIGRAMA IMPLEMENTACIÓN PLADETUR MEJILLONES



Fuente: elaboración propia



7

PLAN de TURISMO
MEJILLONES
plan de desarrollo turístico comunal

EVALUACIÓN Y
RETROALIMENTACIÓN

7 EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

A continuación, se presentan los resultados de la Etapa 5, Evaluación y retroalimentación, que se compone de las actividades de:

- propuesta de sistema de evaluación y retroalimentación
- validación del sistema de evaluación y retroalimentación

De acuerdo a Sernatur en sus Orientaciones para el diseño de Planes de Desarrollo Turístico (2015), esta etapa corresponde a poder *analizar el grado de cumplimiento de las metas, así como determinar el impacto de cada una de las decisiones.*

Se señala que esta instancia es de relevancia para la obtención de información que permitirá *proponer modificaciones o para reorientar la asignación de recursos* donde, en particular si *el plan no logre corregir los problemas, ni satisfacer las necesidades que han sido priorizadas, entonces el sistema de retroalimentación debe dar paso a una planificación o acción subsiguiente.*

7.1. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

La orientación del sistema de evaluación y retroalimentación apunta a permitir un control de la gestión de implementación del PLADETUR.

Para ello, a continuación, se muestra el sistema compuesto en base a recomendaciones y evidencias relevadas en las etapas anteriores para su puesta en marcha efectiva.

Como base central, en el taller participativo de 18 de mayo se expusieron también los estamentos centrales para la implementación del PLADETUR, que se sustentan en los actores locales con el liderazgo municipal.

Además, tanto en la jornada del 18 de mayo, como en actividad apoyada por Cuidadores de Destinos el 1 de junio, se trabajó en el fortalecimiento de la gobernanza, mecanismos de priorización y validación para las iniciativas.

Respecto a la actividad de taller de 18 de mayo, se trabajó con los asistentes en un ejercicio de priorización de iniciativas de los planes operacionales ocasión que permitió relevar también perspectivas de énfasis para la puesta en marcha de las acciones lo cual quedará reflejado en el Informe Final del instrumento del PLADETUR.

Estas precisiones relevadas desde los participantes se traducirán potenciaciones de los respectivos programas de desarrollo y marketing.

De esta forma, se ha puesto en relevamiento el aspecto trascendental de la gobernanza para el PLADETUR compuesta por diferentes actores públicos y privados.

Así ha sido posible incentivar el alcance de los consensos, como también de la valoración de la realidad de implementación integrando, por sobre todo, la importancia de los mecanismos de participación que cada uno de los actores pueda tener para las respectivas actividades.

En si, la actividad demuestra la base de un Sistema de Evaluación y Retroalimentación que parta desde los actores y que retorne hacia ellos como protagonistas de los ajustes y cambios para optimizar la implementación sin perder de vista los objetivos y la visión de alcanzar del PLADETUR.

Como principio del Sistema de Evaluación y Retroalimentación, por ende, se estable aquel de la participación, donde los actores son los protagonistas, siendo responsables de los logros y de fracasos de la implementación que se puedan dar.

Lo que se promueve es que cada uno de los actores, desde la perspectiva del establecimiento de la evaluación, y por sobre todo en las acciones, pueda señalar y comprometer su participación para el logro de los objetivos.

Asimismo, que cada actor pueda transparentar de manera periódica a través de los mecanismos de interacción en la gobernanza, los avances, resultados, dificultades y sus razones para poder ser abordadas.

Mediante la implementación de la dinámica de participación, se lleva hacia los aspectos de la retroalimentación.

La retroalimentación también tiene como fin el potenciar los análisis sobre lo alcanzado, lo no alcanzado y por qué se ha logrado o no lo propuesto.

Sin embargo, la retroalimentación también es una instancia de reflexión sobre las iniciativas que se priorizan, junto con las metas que se tienen previstas.

Por ello, es un espacio de participación que permite poder realizar los ajustes en las iniciativas proyectadas garantizando, siempre, el alcance general del PLADETUR sustentado en su visión y definiciones estratégicas.

En la profundización de los ejercicios realizados con los actores locales, a 1 de junio, con apoyo de los equipos de Cuidadores de Destinos, se realizó una convocatoria en la cual se desarrollaron análisis en particular por cada uno de los diferentes programas de los planes operacionales.

Esto nuevamente permitió el poder crear interacción entre los diferentes participantes públicos y privados, favoreciendo avanzar hacia la instauración de las dinámicas de análisis respecto a las evaluaciones y relevar una retroalimentación sobre las iniciativas y la proyección turística en el marco del instrumento del PLADETUR.

Los resultados del proceso formarán parte de las precisiones evidenciadas que pueden aportar en los diferentes programas y sus iniciativas del plan.

Cabe destacar que, también de manera de generar una instancia de interacción e afianzamiento con los actores locales, se realizó una instancia de trabajo en la misma fecha, 1 de junio, con alumnos de séptimo básico del colegio de Mejillones.

Este aspecto permite nutrir las posibilidades desde el PLADETUR en la retroalimentación con el sector escolar, pero también permitió avanzar en un ejemplo de implementación y evaluación de iniciativas mismas del plan.

Teniendo en consideración las bases del Sistema de Evaluación y Retroalimentación que tienen como principio la participación y vinculación de los actores, principalmente asociados a través de los diferentes estamentos de la gobernanza, a continuación se presenta una serie de indicadores y metas construidos según los objetivos estratégicos del plan.

Estas herramientas quedan en la responsabilidad central de la secretaría técnica de la implementación del PLADETUR, que recae en la unidad de turismo municipal, para poder dirigir un seguimiento y coordinación para la obtención de la información esperada.

Los indicadores se diferencian en aquellos orientados a la demanda, a la oferta y a la gobernanza, además se incorporan indicadores de gestión asociados a los planes operacionales.



F.97 - INDICADORES DE EVALUACIÓN DE IMPACTO, DEMANDA (1/2)

objetivo	indicador	meta	responsable	formula
perfil del turista asociado a la sostenibilidad	caracterización del perfil del turista asociado a la sostenibilidad	al 2022 perfil caracterizado, al 2026 +30% del público es caracterizable bajo el perfil	Municipalidad Gobernanza	1=perfil determinado 0=perfil no determinado público caracterizado*100/público total para caracterizar
perfil del turista sol y playa	caracterización del perfil del turista de sol y playa	al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, disminución interanual del 10% de la motivación principal de visita	Municipalidad Gobernanza	1=perfil determinado 0=perfil no determinado n° de turistas con motivación de sol y playa con base 2023 - n° de turistas de sol y playa 2026/ n° de turistas de sol y playa 2026*100
perfil de turista de naturaleza	caracterización del perfil del turista de naturaleza	al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 20% de la motivación principal de visita	Municipalidad Gobernanza	1=perfil determinado 0=perfil no determinado n° de turistas con motivación de turismo de naturaleza año base - n° de turistas con motivación de turismo de naturaleza año a medir / n° de turistas con motivación de turismo de naturaleza año base*100
perfil del turista de deporte y aventura	caracterización del perfil del turista de deporte y aventura	al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 20% de la motivación principal de visita	Municipalidad Gobernanza	1=perfil determinado 0=perfil no determinado n° de turistas con motivación de turismo de deporte y aventura año base - n° de turistas con motivación de turismo de deporte y aventura año a medir / n° de turistas con motivación de turismo de deporte y aventura año base*100
perfil del turista de gastronomía	caracterización del perfil del turista de gastronomía	al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 10% de la motivación principal de visita	Municipalidad Gobernanza	1=perfil determinado 0=perfil no determinado n° de turistas con motivación de turismo de gastronomía año base - n° de turistas con motivación de turismo de gastronomía año a medir / n° de turistas con motivación de turismo de gastronomía año base*100

Fuente: elaboración propia

F.97 - INDICADORES DE EVALUACIÓN DE IMPACTO, DEMANDA (2/2)

objetivo	indicador	meta	responsable	fórmula
perfil del turista de historia, ciencia y arqueología	caracterización del perfil del turista de historia, ciencia y arqueología	al 2022 perfil caracterizado, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 10% de la motivación principal de visita	Municipalidad Gobernanza	1=perfil determinado 0=perfil no determinado nº de turistas con motivación de turismo de historia, ciencia y arqueología año base - nº de turistas con motivación de turismo de historia, ciencia y arqueología año a medir / nº de turistas con motivación de turismo de historia, ciencia y arqueología año base*100
gasto turístico	aumento del gasto turístico en el destino	al 2022 nivel de gasto base definido, al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento interanual del 15% real del gasto	Municipalidad Sector privado	cantidad gasto turístico año base - cantidad gasto turístico año a medir / cantidad gasto turístico año base *100
desestacionalización del destino	aumento de llegadas al destino en periodos de baja temporada marzo - noviembre	al 2022 medición base de estacionalización, al 2026 no existencia de diferenciación de llegadas intermensual a nivel anual superior al 25%	Municipalidad Sector privado	llegadas en baja temporada año base - llegadas en baja temporada 2026 / llegadas en baja temporada año base*100
estadia en el destino	permanencia promedio de estadia en el destino	al 2026 permanencia promedio en alojamientos turísticos 2 noches	Municipalidad Sector privado	sumatoria de estadias medidas en periodo / cantidad de estadias sumadas en el periodo
llegadas/ingresos a sitios, museo, entre otros	aumento de llegadas/ingresos a sitios, museo, entre otros	al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento del 30% respecto a la base	Municipalidad Administradores de sitios, museos, entre otros	nº de llegadas/ingresos a sitios, museo entre otros periodo anterior / nº de llegadas/ingresos a sitios, museo entre otros periodo en curso

Fuente: elaboración propia

F.98 - INDICADORES DE EVALUACIÓN DE IMPACTO, OFERTA (1/2)

objetivo	indicador	meta	responsable	formula
servicios e infraestructura	diseño e implementación de un sistema de control de servicios	al 2023 sistema de control de servicios definido, al 2026 +80% de servicios revisados y con planes de mejora	Municipalidad	1= definición del sistema de control 0= sistema de control no definido n° de servicios revisados en el periodo* 100/ n° de servicios base
diversificación de la oferta	programa de priorización y comercialización de productos turísticos	al 2022 productos priorizados, al 2026 +80% productos priorizados puestos en oferta	Municipalidad	n° de productos priorizados 2026*100/ n° de productos potenciales para priorizar
capacitaciones	capacitación de la oferta turística del destino	al 2023, 2024, 2025, 2026 plan de capacitaciones cumplido al menos al 70% de beneficiarios	Municipalidad	n° de empresarios capacitados *100 / total de la base empresarial identificada de turismo
concientización	socialización y concientización turística a beneficiarios	al 2023, 2024, 2025, 2026 plan de concientización cumplido al menos al 60% de beneficiarios	Municipalidad	n° de beneficiarios concientizados *100 / total de la base de beneficiarios identificada de turismo
investigación y generación de contenidos	cumplimiento del plan de investigación y generación de contenidos de turismo para la comuna	al 2023 plan de investigación y generación de contenidos alcanzado, al 2026 al menos al 80% cumplido	Municipalidad	cantidad de actividades cumplidas al 2026 del plan de investigación y generación de contenidos *100 / total de actividades del plan
diferenciación en los mercados	diferenciación de los mercados para la comercialización de productos turísticos	al 2026 destino diferenciado y reconocido en los mercados objetivo	Municipalidad	sumatoria de mercados diferenciados a los mercados del año base
servicios de gastronomía	implementación de programa de servicios de gastronomía	al 2024 programa de servicios de gastronomía local instaurado	Municipalidad	1=programa implementado 0= programa no implementado
fiscalización y regulación	implementación de sistema de fiscalización y regulación	al 2023 sistema de fiscalización y regulación implementado	Municipalidad	1=programa implementado 0= programa no implementado
presencia en OTAs	aumento interanual de presencia de la oferta turística en OTAs	al 2023, 2024, 2025, 2026, aumento de 20% interanual de presencia de oferta en OTAs	Municipalidad Gobernanza Sector Privado	cantidad de oferta presente en OTAs año base - cantidad de oferta presente en OTAs año medición / cantidad de oferta presente en OTAs año base*100

Fuente: elaboración propia

F.98 - INDICADORES DE EVALUACIÓN DE IMPACTO, OFERTA (2/2)

Objetivo	Indicador	Meta	Responsable	Formula
certificación de empresas	cantidad de empresas turísticas certificadas en líneas de sostenibilidad y calidad	al 2026 al menos 20% de empresas cuentan con certificación en líneas de sostenibilidad y calidad	Municipalidad Gobernanza	cantidad de empresas certificadas el 2026 *100 / cantidad empresas base
empleo directo y calidad	aumento del empleo de la comuna en base al desarrollo del turismo local	al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento del 20% respecto a la base en cuanto al empleo y mejora de su calidad	Municipalidad SENCE Gobernanza	cantidad de empleos en turismo en año base - cantidad del empleo año a medir / cantidad de empleos en turismo en año base*100
inversión	cumplimiento del plan de inversiones en turismo	al 2023 plan de inversión establecido, al 2026 al menos 70% alcanzado en número de iniciativas	Municipalidad Gobernanza	1=plan de inversiones establecido 0= plan de inversiones no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
vinculación con comunidades	cumplimiento del plan de vinculación con comunidades	al 2023 plan de vinculación de comunidades indígenas establecido, al 2026 al menos 70% del plan cumplido	Municipalidad Gobernanza	1=plan establecido 0= plan no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
formalización de empresas	aumento de la base empresarial formalizada	al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento de al 60% de formalización según la base	Municipalidad SII Gobernanza	cantidad base empresarial formalizada año base - cantidad de base empresarial formalizada 2026 / cantidad base empresarial formalizada año base *100
protección de bienes naturales y culturales	cumplimiento del plan de protección de bienes naturales y culturales	al 2023 plan de protección de bienes naturales y culturales definido, al 2026 al menos 70% del plan cumplido	Municipalidad Gobernanza	1=plan establecido 0= plan no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
actividades náuticas	cumplimiento del plan de incentivo a las actividades náuticas	al 2023 plan de incentivo de actividades náuticas definido, al 2026 al menos 70% del plan cumplido	Municipalidad	1=plan establecido 0= plan no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan

Fuente: elaboración propia

F.99 - INDICADORES DE EVALUACIÓN DE IMPACTO, GOBERNANZA

objetivo	indicador	meta	responsable	formula
ordenamiento territorial	cumplimiento del plan de ordenamiento territorial	al 2023 plan de ordenamiento territorial definido, al 2026 al menos 60% del plan alcanzado	Municipalidad	1=plan establecido 0= plan no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
ordenanzas	cumplimiento del plan de ordenamiento territorial	al 2023 plan de ordenanzas definido, al 2026 al menos 60% del plan alcanzado	Municipalidad	1=plan establecido 0= plan no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
percepción de residentes	aumento en la positividad en la percepción de los residentes de la comuna (actividad turística)	al 2022 medición de base establecida, al 2026 aumento de al menos 60% respecto a la base en cuanto a aspectos de percepción positiva	Municipalidad Gobernanza	indicadores de percepción medidos año base - indicadores de percepción 2026 / indicadores de percepción medidos año base *100
percepción de la industria turística	aumento en la positividad en la percepción de la industria turística	al 2022 medición de base establecida, al 2026 aumento de al menos 60% respecto a la base en cuanto a aspectos de percepción positiva	Municipalidad Gobernanza Sector privado	indicadores de percepción medidos año base - indicadores de percepción 2026 / indicadores de percepción medidos año base *100
gestión de residuos y emisiones	cumplimiento del plan de gestión de emisiones y residuos	al 2024 plan de residuos y emisiones definido, al 2026 al menos 70% del plan alcanzado	Municipalidad Gobernanza Sector privado	1=plan establecido 0= plan no implementado cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
recursos para el desarrollo turístico	aumento de los recursos destinados para el desarrollo del turismo	al 2022 medición base de recursos disponibles, al 2026 al menos 30% de recursos incrementados	Municipalidad	cantidad de recursos año base 2022 - cantidad de recursos año 2026 / cantidad de recursos año base 2022 *100

Fuente: elaboración propia

F.100 - INDICADORES DE GESTIÓN, PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO TURÍSTICO

programa	acción	indicadores	meta	responsable	fórmula
zonas de desarrollo y atracción de Inversiones	puesta en valor de los recursos y zonas de desarrollo	acciones que ponen en valor las zonas de desarrollo y los recursos	totalidad de acciones programadas ejecutadas al 2026	Municipalidad Gobernanza	cantidad de actividades realizadas del plan 2026 *100 / cantidad de actividades totales del plan
proyectos turísticos clave y mejora de servicios	proyectos turísticos	instalación de proyectos en el territorio	una evaluación semestral de proyectos instalados en el territorio	Municipalidad	sumatoria de proyectos instalados en el territorio a la fecha del periodo semestral
	fomento y formalización de la oferta	aumento oferta turística formalizada de la comuna	al 2023 medición de base establecida, al 2026 aumento de al 60% de formalización según la base	Municipalidad Gobernanza SII	n° de nueva oferta formalizada año N - n° oferta formalizada actual / n° oferta formalizada actual *100
formación, capacitación y conciencia	capacitación de servicios turísticos	empresarios turísticos capacitados en ámbitos de la gestión del turismo	90% al 2026	Municipalidad Gobernanza	n° de empresarios capacitados *100 / total de la base empresarial de turismo
	socialización a la comunidad	comunidad local y escolar capacitada en ámbitos del turismo y su importancia para el desarrollo local	una evaluación semestral de acciones realizadas en el territorio	Municipalidad Gobernanza	n° de personas capacitadas *100 / muestra
gestión y sostenibilidad turística	sostenibilidad del turismo en la comuna	porcentaje de cumplimiento de las actividades propuestas anualmente para fortalecer la sostenibilidad del turismo en la comuna	100% de las actividades realizadas anualmente	Gobernanza Municipalidad	n° de actividades realizadas *100/ n° de actividades propuestas en el periodo

Fuente: elaboración propia

F.101 - INDICADORES DE GESTIÓN, PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO

programa	acción	indicadores	meta	responsable	fórmula
productos turísticos	diseño e implementación de productos turísticos de acuerdo a tipología	aumento acumulado del n° de productos turísticos comercializados base 2022	1 producto nuevo anual por área (sol y playa, naturaleza, deporte y aventura, gastronomía, historia y cultura)	Municipalidad Sector privado	n° de productos turísticos comercializados año 2022 + n° de productos turísticos comercializados 2026
materiales de soporte	generación de material de soporte turístico	elaboración de n° de material turístico de promoción	material disponible	Municipalidad	n° de material elaborado
promoción	diseño y gestión de la marca turística	diseño de marca turística	marca diseñada al 2024	Municipalidad	1= marca diseñada y registrada 0= marca no diseñada
	obtención de datos de interés y observación turística	creación de observatorio turístico local	creación e instalación del observatorio año 2025	Municipalidad	1= observatorio instalado 0= observatorio no instalado
	ejecución de acciones de en distintos mercados objetivo	ejecución de acciones de promoción y comercialización nacional e internacional	2 acciones anuales con base 2023 -2026	Municipalidad Gobernanza	n° de acciones realizadas al 2023+2024+2025+2026
	generación de circuitos locales de turismo para la comunidad y visitantes	n° de circuitos desarrollados en el periodo	3 circuitos anuales	Municipalidad	n° de circuitos realizados en periodo + n° de circuitos realizados en periodo posterior + n

Fuente: elaboración propia

Por último, se hace la referencia sobre la evaluación sistemática de los avances generales por lo que queda en la secretaría técnica en poder sistematizar los respectivos avances y mediciones, como también de realizar los registros de participación de actores de la gobernanza de manera mensual en las respectivas reuniones y de evaluaciones trimestrales sobre los avances en las acciones.

Es en estas instancias de seguimiento trimestral en los cuales se permite evidenciar la evaluación y retroalimentación del avance del plan, con los diferentes indicadores expuestos, como también generar las instancias, a nivel de la gobernanza y bajo el liderazgo municipal, de los mecanismos de abordar las dificultades y las priorizaciones con tal de mantener el alcance de los objetivos, de las definiciones estratégicas y del cumplimiento de las acciones del PLADETUR.





8

4 CONCLUSIÓN

El presente informe responde, por lo tanto, a los resultados de la formulación del Plan de Desarrollo Turístico - PLADETUR para la comuna de Mejillones.

En este período de ejecución, entre los meses de enero a junio 2022, se realizaron diferentes etapas y procesos que permiten a nivel del destino contar con un instrumento de planificación para su desarrollo turístico.

Con ello, se efectuaron las etapas como la denominada Etapa 0 de Seguimiento, participación y control, que permitió efectuar las coordinaciones permanentes con la contraparte, afianzar los vínculos y propiciar mayor articulación con los representantes públicos, privados y de la comunidad, lo cual derivó en el establecimiento de la gobernanza local para el PLADETUR.

Se ha consolidado un mecanismo de difusión de los avances, por medio de una web específica y canales de redes sociales, además como por medio de soportes comunicacionales locales para dar a conocer y apoyar la vinculación.

La Etapa 1 de Asociación de grupos locales permitió establecer los mecanismos para la identificación e interacción que permitió un avance y la consecución de los objetivos de formulación del instrumento del PLADETUR.

La Etapa 2 de Análisis de temas claves para la comunidad consideró la realización de actividades de levantamiento de información, mediante técnicas de revisión de antecedentes disponibles, entrevistas, encuestas y aplicación de instrumentos participativos junto con la realización de sesiones con actores públicos-privados vinculados al sector turístico local.

Mientras que la Etapa 3 de Planificación estratégica permitió el levantamiento de información, análisis en actividades participativas, definiciones estratégicas para el destino de Mejillones y los planteamientos de los diferentes programas, proyectos e iniciativas para la implementación del PLADETUR, diferencias en cuanto a aquellas de desarrollo y a aquellas de marketing turístico.

La siguiente etapa, Etapa 4 de Implementación y seguimiento consideró la realización de actividades para la definición de una propuesta de actores para la coordinación de puesta en marcha del plan y su posterior seguimiento a través de la gobernanza del PLADETUR.

La Etapa 5 de Evaluación y retroalimentación respondió a la definición del sistema de evaluación y retroalimentación, permitiendo la definición de los indicadores y formas de medición para el seguimiento del instrumento.

Por último, la Etapa 6 Etapa final se enfocó hacia la edición de documentos e insumos finales del plan.

Se señala que el proceso ha sido altamente participativo y que ha permitido, bajo el soporte y articulación de la unidad de turismo municipal, poder generar una base y una estructura de gobernanza que ponga en marcha las iniciativas proyectadas y apunte hacia la consecución de los objetivos y la visión estratégica definida transformando a Mejillones en el destino del gran norte chileno.

