

ANEXO N°2: FORMULARIO POSTULACIÓN ETAPA DE VALIDACIÓN ESTRATÉGICA

I. ANTECEDENTES

CUADRO N°1: DATOS GENERALES DEL PROYECTO			
NOMBRE PROYECTO	Programa Territorial Integrado para el Turismo de Intereses Especiales - territorio del Aconcagua		
FECHA PRESENTACIÓN PROYECTO	05.11.2019		
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	<input type="checkbox"/> CORFO	<input checked="" type="checkbox"/> FIC-R	<input type="checkbox"/> FNDP <input type="checkbox"/> Otra (Indicar:.....)
MODALIDAD DE ADMINISTRACIÓN	<input type="checkbox"/> Directa (CORFO)		<input checked="" type="checkbox"/> Agenciada (Agente Operador Intermediario)
DIRECCIÓN REGIONAL RESPONSABLE	Dirección Regional de Valparaíso		
EJECUTIVO RESPONSABLE CORFO	Loreto Olivos Rojas		
TELÉFONO	56322517931	CORREO ELECTRÓNICO	lolivos@corfo.cl

II FORMULACIÓN DEL PROYECTO

CUADRO N°2: OBJETIVO GENERAL DE LA ETAPA
<p>Indicar la hipótesis de agregación de valor del PTI a validar con la consultoría.</p> <p>Actualizar y validar el plan estratégico de ordenamiento y promoción de turismo en el Valle del Aconcagua, incentivando la asociatividad y encadenamiento, de forma sustentable, sostenible e innovadora, focalizado en el mercado del Turismo de Intereses Especiales y diseñando la estrategia para agregar valor como PTI a tres años.</p> <p>En este contexto, el programa promoverá la coordinación y articulación de acciones de fomento, para un desarrollo ordenado, armonioso, sustentable y orientado al alto valor, y que impacte favorablemente la economía del territorio y genere una mejora de calidad de vida de sus habitantes.</p> <p>El programa permitirá actualizar, validar e implementar un modelo de gestión para la cadena de valor del turismo en la cuenca del Aconcagua, articulando a los actores y gestionando proyectos e iniciativas con impacto en el sector de Turismo de Intereses Especiales.</p> <p>Los principales focos a trabajar en el marco del programa es i) desarrollar una oferta de alto valor conforme a los intereses de los clientes de los mercados de objetivos, ii) promover el trabajo asociativo, clave para construir una oferta integral, iii) fortalecer un espacio público privado, que permita la coordinación y articulación de los actores claves y iv) asegurar la sustentabilidad de la industria turística.</p>
CUADRO N°3: OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ETAPA
<p>OE1: Levantar y validar información primaria y secundaria que permita un diagnóstico de brechas y oportunidades de la cadena de valor del Valle Aconcagua con foco en Turismo de Intereses Especiales.</p> <p>OE2: Identificar y validar el mapa de Actores relevantes para el escalamiento competitivo de la Cadena de Valor “Valle del Aconcagua” y seleccionar los socios estratégicos, considerando los potenciales mercados a acceder.</p> <p>OE3: Validar y priorizar una cartera de iniciativas de inversión productiva y habilitante y los socios estratégicos que posibilitarán el escalamiento competitivo de la cadena de valor del Turismo, y su impacto en la economía regional/local.</p>

OE4: Elaborar un Modelo de Gestión Territorial, que considere un Plan de Trabajo de Coordinación y Articulación, un Modelo de Organización y Gobernanza que articule a los actores relevantes e Indicadores de resultados y de gestión de socios.

CUADRO N°4: DESCRIPCIÓN

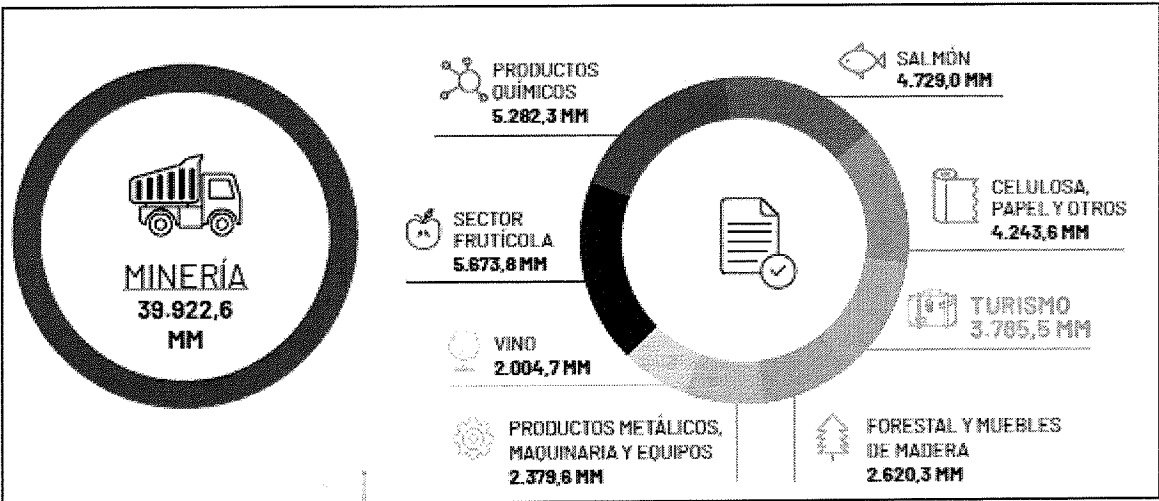
Señale **antecedentes primarios y/o secundarios** que justifiquen o complementen la necesidad de implementar un Modelo de Gestión Territorial Integrado.  
(Puede considerar antecedentes de mercado, de la industria local, de las oportunidades y desafíos del escalamiento competitivo, visión estratégica con los actores, entre otros, que sustentan la agregación de valor de la iniciativa PTI desde la reflexión estratégica previa).

Antecedentes de Mercado.

En las últimas décadas el turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en el mundo y como un importante motor de desarrollo económico y social para los países. Sólo durante el año 2018 se registraron 1.403 millones de llegadas de turistas a nivel global, cifra que, de acuerdo a las proyecciones de la Organización Mundial de Turismo, llegará a los 1.800 millones en 2030.<sup>1</sup> En este contexto, en la última década el desarrollo de la industria turística en Chile ha mostrado un crecimiento promedio anual de 7,8% en el arribo de turistas extranjeros, con un ingreso de divisas, en el último año, superior a los US\$3.785 millones —sólo por concepto de turismo receptivo—; y un aporte al empleo, en 2018, que representa un 4,4% del total nacional.<sup>2</sup>

En 2018, la OMT reportó que el total de ingresos por turismo internacional alcanzó los 1,7 trillones de dólares, cifra que representa el 29,0% de las exportaciones de servicios a nivel mundial. En Chile el ingreso por turismo receptivo representa el 36,8% de las exportaciones de servicios de la economía nacional, superando en 7,8 puntos porcentuales la participación de los ingresos por turismo en las exportaciones a nivel global.

Figura 1. Exportaciones de Bienes y Turismo (MM US\$) año 2018



Fuente: Anuario de Turismo 2018.

La región de Valparaíso, ubicada en el centro del país, es un destino diverso y privilegiado, está rodeada por la cordillera de Los Andes y el Océano pacífico. Su identidad está vinculada fuertemente al desarrollo de la cultura, su patrimonio, historia y naturaleza. Se ha posicionado como un destino turístico de importancia a nivel nacional e internacional, con una amplia diversidad de paisajes, altas montañas,

<sup>1</sup> Anuario de Turismo 2018- Subsecretaría de Turismo.  
<sup>2</sup> Anuario de Turismo 2018- Subsecretaría de Turismo.

parques nacionales, reservas naturales, balnearios, patrimonio inmaterial y material.

Su ubicación geográfica e infraestructura vial permiten que, mercados como Santiago, en la región Metropolitana, e internacionales (a través del aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez y Paso Fronterizo Los Libertadores), cuenten con un rápido acceso a los distintos atractivos de la región.

El clima, la diversidad de sus paisajes y la oferta de servicios turísticos, permiten entregar una gran variedad de productos en torno al desarrollo del turismo cultural, religioso, arqueológico y patrimonial, turismo de sol y playa, la Cordillera de Los Andes con sus deportes de nieve, actividades de aventura y montaña; visitas a parques nacionales y áreas silvestres protegidas; turismo rural, gastronómico, ecoturismo, agroturismo, enoturismo, turismo urbano, eventos artísticos y culturales, entre otros, propiciando el escenario ideal para el desarrollo de experiencias turísticas acordes a las necesidades de la demanda nacional e internacional.

Actualmente, la diversificación de experiencias son el factor determinante que definen las preferencias de los turistas a la hora de planificar sus viajes. Estos no solo deciden a donde ir, por conocer los lugares y visitar sus atractivos, sino principalmente por vivir nuevas aventuras, conocer otras costumbres, experiencias nuevas y enriquecedoras que les permitan conectar con sus emociones, que a su vez generen y aporten a sus vidas, recuerdos memorables. Los turistas hoy en día son más exigentes, sus requerimientos son cada vez más específicos, tienen una preocupación real por lo ambiental y lo social. Las tendencias son al aumento de personas que viajan en forma individual, buscando experimentar vivencias alejadas de las grandes ciudades, vacaciones multigeneracionales y uso intensivo de la tecnología en cada momento de su viaje.

El Valle de Aconcagua es una cuenca de origen cordillerano, ubicada en la Región de Valparaíso a 90 km al norte de Santiago y a 105 km al oriente de Valparaíso. Lo atraviesa el Río Aconcagua, el cual nace en la Cordillera de Los Andes y se configura como el elemento fundamental para el desarrollo económico de la zona y, la provincia de Quillota que se ubica en el centro de la Región de Valparaíso, tiene una superficie de 1.638,7 km<sup>2</sup> y posee una población de 200.488 habitantes.

Las principales actividades económicas en el territorio del Aconcagua son agricultura, minería, industria, vitivinicultura y turismo y, en la provincia de Quillota son agricultura y turismo.

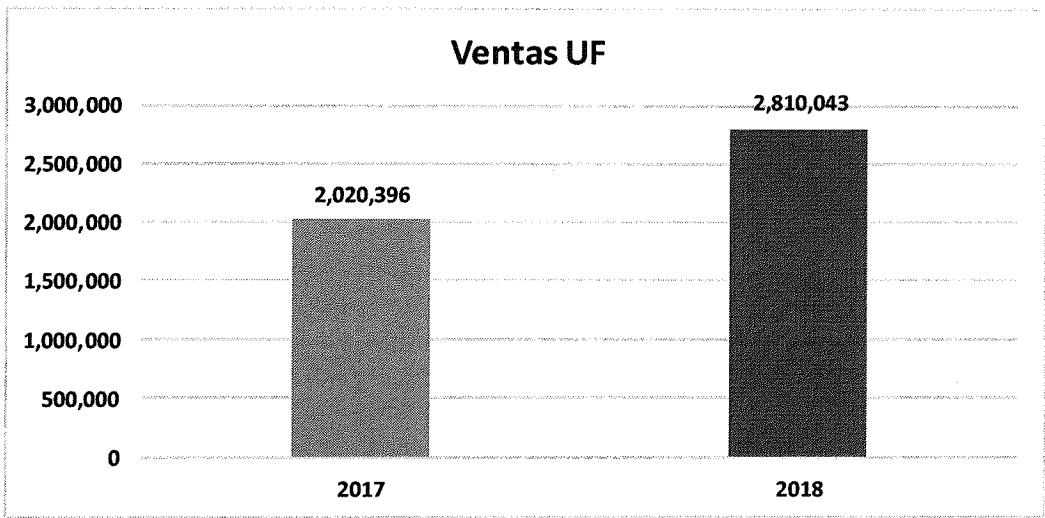
El decreto 30/2016 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de zonas de interés turístico, define Destino Turístico como *“Espacio geográfico, delimitado física y administrativamente, conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales, culturales; servicios turísticos; equipamiento e infraestructura complementarios; condiciones de accesibilidad; imagen; recursos humanos e identidad local, que motivan el desplazamiento de turistas y el desarrollo de actividades turísticas asociadas”*

En relación a lo anterior, la Subsecretaría de Turismo, en el Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos 2018-2019 establece en el territorio del Aconcagua los destinos “Valle del Aconcagua como emergente y con tipología rural y de naturaleza y, Portillo como un destino consolidado y con tipología de montaña.

De acuerdo a información de Servicios de Impuestos Internos, las ventas el año 2018, de la planta básica del sector turismo<sup>3</sup>, fueron de 2.810.043 UF frente a 2.020.396 UF el año 2017.

<sup>3</sup> Se considera como planta básica para esta estadística las actividades de actividades de hoteles, otras actividades de alojamientos n.c.p y Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas según categoría por rubro de SII.

Gráfico 1. Ventas UF sector turismo Valle del Aconcagua

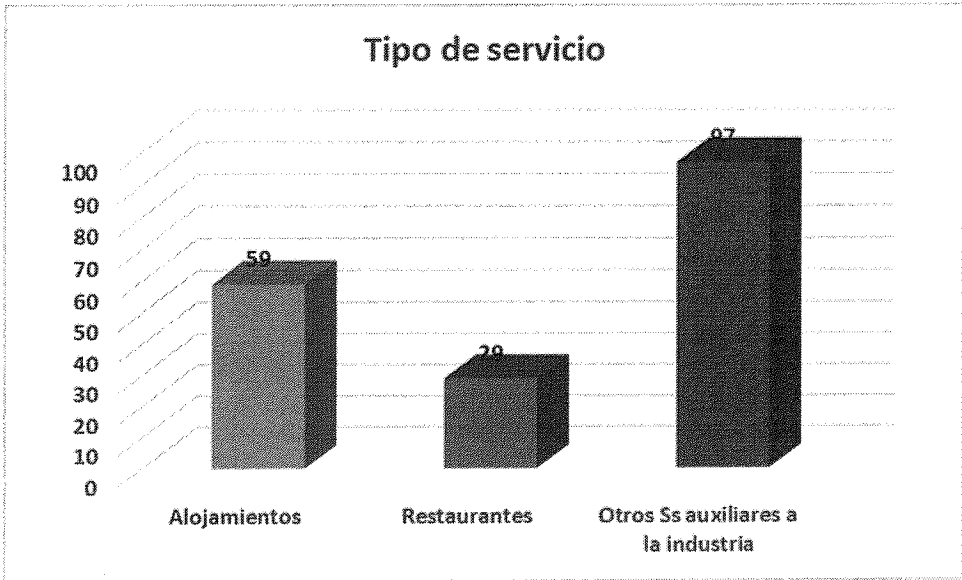


Fuente: SII. Estadística por provincia y actividad económica

La industria local.

Según antecedentes de SERNATUR entregados en el año 2019, la industria local está compuesta por 185 empresas registradas en Sernatur, distribuidas en planta básica de turismo se tiene un 31.9% alojamientos y 15.7 % restaurantes, y servicios auxiliares a la industria como tour operadores, agencias de viajes, artesanías, entre otros con un 52,4%. Por otro lado, existe un gran número de servicios de alojamiento y servicios gastronómicos de carácter informal, que no están registrados ni cuantificados, que operan preferentemente en el período estival.

Gráfico 2. Número de empresas por tipo de servicio



Fuente: Base de Datos de Prestadores de Servicios Turísticos 2019- Sernatur Valparaíso

De acuerdo al informe anual de turismo 2018, las pernотaciones a nivel regional fueron de 3.022.002.- siendo el destino turístico de Valparaíso, Viña del Mar y Concón quien absorbe 1.726.218 pernотaciones, es decir, un 27,1% del total regional. Lo anterior representa un bajo nivel de competitividad de la oferta turística de los otros destinos a nivel regional y sobre todo el Valle del Aconcagua quedando relegado como centro de destino turístico o polo turístico. Cabe señalar que el Valle, se localiza cerca del foco emisor de turistas más importante del país, la capital Santiago de Chile y en la zona de tránsito entre la

costa del océano Pacífico y del Atlántico, trazado que se transita a través de corredor biocénico por el cual el año 2018 ingresaron 828.600 turistas a Chile según cifras del anuario de turismo 2018.

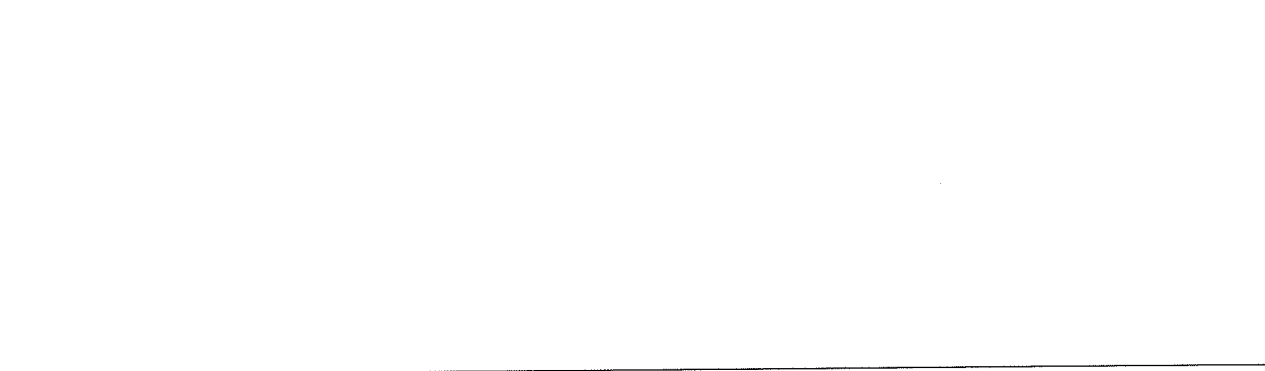
Lo anterior, no se condice con la gran cantidad de recursos turísticos que posee el Valle del Aconcagua, en donde se puede apreciar un importante número de recursos naturales, que dan origen a paisajes de alto valor y carácter rural. Además, es una zona que posee importante patrimonio arqueológico, histórico y cultural de relevancia nacional.<sup>4</sup>

Por otro lado, se tiene la existencia de una oferta enoturística que, si bien este es uno de los valles menos desarrollados en cuanto al enoturismo en Chile, posee un gran potencial ya que cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos, vinos Premium y un paisaje distintivo. Además, los últimos años el enoturismo en el valle conoció un desarrollo considerable. Desde 2006 a 2012 las viñas abiertas al turismo eran 4, pasando a 5 en 2013. Esto representa un 6% de las viñas abiertas al turismo en Chile. En cuanto a los canales de distribución, se registran sólo 6 tour operadores en el valle, los que de alguna manera intentan trabajar con una industria del enoturismo muy poco desarrollada. Respecto a los tours en sí, se puede mencionar que en general, las viñas no tienen sus productos bien desarrollados, salvo algunas excepciones. El precio promedio del tour estándar es de \$ 12.800, siendo similar al promedio de la industria a nivel nacional que es de \$ 12.356. Respecto de, volumen, en 2012 se registraron 10.109 visitantes y en 2013 15.646 visitas pagadas, lo que representa un 2% y un 2,9% a nivel nacional respectivamente.<sup>5</sup>

Respecto a la oferta gastronómica, se puede observar que el 15,7% de las empresas pertenecen a este rubro. Hay que tener presente que esta fuente de datos es administrada por SERNATUR, por tanto, las empresas registradas cumplen con las normas regulatorias de su formalización. Se tiene que tener en cuenta que existe muchos establecimientos informales que no están considerados en este registro. Es importante señalar, que el año 2009, se implementó un Programa de Difusión y Transferencia Tecnológica cuyo objeto fue articular y generar un proceso de difusión tecnológica sobre la identidad gastronómica del Valle de Aconcagua a través del diseño, la innovación e implementación de una carta gastronómica maridada con diferentes cepas vitivinícolas del Valle como elementos potenciadores y diferenciadores en calidad y prestación de servicios. Junto con lo anterior se busca dejar capacidades instaladas que les permitiera a este rubro constituirse como una oferta complementaria atractiva al desarrollo del TIE en el territorio.

Finalmente, un aspecto a destacar, en el territorio es la alta presencia de empresas que prestan servicios complementarios, estas representan el 52,4 %, superior a lo representado por la planta básica del sector turismo. Los servicios complementarios los podemos desagregar en agencias de viajes y tour operadores, taxis y buses de turismo, arriendo de vehículos, turismo aventura, servicios de esparcimiento, artesanías y guías de turismo.

A continuación, se presenta gráficamente la representatividad de cada servicio auxiliar a la industria turística.



<sup>4</sup> Aconcagua Turismo 2020- Plan estratégico de ordenamiento y promoción del turismo en el Valle de Aconcagua.

<sup>5</sup> Profo- Viñas del Valle del Aconcagua.

Gráfico 3. Tipo de prestadores de servicios auxiliares a la industria



Fuente: Base de Datos de Prestadores de Servicios Turísticos 2019- Sernatur Valparaíso

Estos eslabones generan un aporte relevante a la cadena del valor, incorporando la experiencia y un mayor valor del producto.

Se puede apreciar, con los antecedentes señalados, que la cadena de valor de la industria de turismo en el territorio de Aconcagua, es de baja especialización, con una alta capacidad ociosa y de bajo valor.

En síntesis, tenemos que el turismo es importante para el territorio del Aconcagua por lo siguiente:

- Para avanzar en el desarrollo de la región es fundamental poder mantener un crecimiento económico sostenido y sustentable que permita crear más y mejores puestos de trabajo. El fomento de la actividad turística, apunta a promover una mayor productividad de los factores en el sector y en las actividades complementarias de la región, colocando un acento especial en los encadenamientos productivos, en el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, y en la atracción de nuevas inversiones sobre el territorio regional y la **Estrategia Regional de Desarrollo- ERD-** ha fijado como objetivo estratégico “Potenciar a la región como un destino turístico nacional e internacional”. Por lo tanto, el desarrollo de esta iniciativa en el territorio del Aconcagua, está alineado a la Estrategia Regional definida para la región de Valparaíso.
- El **Plan de Acción Regional de Sernatur Valparaíso**, señala que el año 2018 se realizó una actualización de los destinos turísticos de la región orientado a focalizar el trabajo territorial los que se definieron según sus características geográficas y vocación turística. En la región de Valparaíso contamos con destinos turísticos de tipo litoral, urbano, rural y de naturaleza, de montaña e insular, con un nivel desarrollo turístico consolidado, emergente y potencial. En la región, se definió, entre otros destinos Valle del Aconcagua.
- El destino tiene variados recursos turísticos que comparten una vocación turística común basada en el turismo de intereses especiales como enoturismo, recursos naturales, artísticos y monumentales, tradiciones y folklore, entre otras.
- La conectividad, facilidad de accesibilidad y factibilidad de traslado vía terrestre hacia y en el interior del Valle de Aconcagua está determinada por una red de caminos y ejes viales, así como pasos fronterizos como es el de Cristo Redentor. Es importante hacer hincapié en este punto ya que en el desarrollo turístico la red de transporte ocupa un lugar prioritario en la organización espacial, máxime si se parte de que el turismo lleva implícito el concepto de desplazamiento

geográfico (Cortiñas, en Vera 1987). La necesidad de conexión entre espacio emisor y área receptora, precisa para el adecuado desarrollo del turismo un sistema de comunicación que garantice no sólo el acceso a los destinos, sino las comunicaciones entre los mismos.<sup>6</sup>

- El territorio se encuentra presente en el Programa Mesoregional de Enoturismo Sustentable que trabaja en el desarrollo y fortalecimiento del Enoturismo en Chile de manera integral, promocionando y difundiendo el sector a nivel nacional e internacional, ofreciendo una propuesta atractiva, innovadora, competitiva y sustentable, fomentando la constante mejora en la calidad del servicio y ofreciendo las mejores herramientas de conocimiento a la industria.
- Existe una masa crítica de empresas y actores públicos y privados que permite coordinar y articular acciones de fomento, para un desarrollo ordenado, armonioso, sustentable y orientado al alto valor, y que impacte favorablemente la economía del territorio y genere una mejora de calidad de vida de sus habitantes.

*Incluya en forma sintética datos cuantitativos relevantes y pertinentes al potencial de escalamiento competitivo que considera para la ejecución de este PTI*

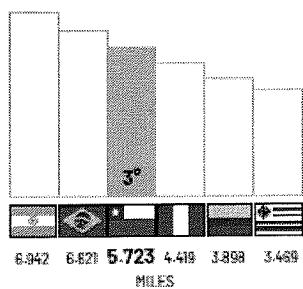
La Dirección Regional de Valparaíso propone un Programa Territorial Integrado para el territorio del Valle del Aconcagua para actualizar y validar el plan estratégico de ordenamiento y promoción de turismo en el Valle, incentivando la asociatividad y encadenamiento, de forma sustentable, sostenible e innovadora, focalizado en el mercado del Turismo de Intereses Especiales.

Lo anterior se basa en los siguientes datos cuantitativos:

- **Creciente aumento de turismo receptivo a nivel mundial, nacional y regional.**
- Las llegadas de turistas a nivel global crecieron en un 5.6% superando las proyecciones realizadas en enero del 2018 por ña OMT que estimaban un crecimiento entre un 4.0% y un 5.0%.<sup>7</sup>
- Chile ocupa el 3° lugar en el ranking de llegada de turistas internacionales en América del Sur el año 2018.

Figura 2. Ranking de llegada de turistas internacionales a América del Sur

Ranking de llegadas de turistas internacionales en América del Sur, año 2018



Fuente: Anuario de Turismo 2018

<sup>6</sup> Aconcagua Turismo 2020- Plan estratégico de ordenamiento y promoción del turismo en el Valle de Aconcagua.

<sup>7</sup> Anuario de Turismo 2018- Subsecretaría de Turismo.

- En relación al turismo receptivo, 828.600 turistas ingresaron al país mediante el paso fronterizo Cristo Redentor, ubicado en el Valle de Aconcagua, específicamente en la provincia de Los Andes.
  - El principal propósito del viaje de turismo durante el 2018, fueron vacaciones con 3.390.489 llegadas. Esto significó que 6 de cada 10 turistas que ingresaron al país lo hicieron motivados principalmente por el ocio.
- **Creciente demanda por turismo de intereses especiales.**
- Las tendencias dominantes del turismo a nivel mundial dicen relación, entre otras, con alta valoración de la calidad, preferencia de actividades y no programas, turismo de microsegmentos y nichos de Intereses Especiales de esparcimiento que crecen rápidamente (turismo experiencial, es decir, hacer más que ver), viajes más a la medida del turista, variación del concepto de lujo (el cual se ha traspasado desde los bienes a la vivencia de experiencias exclusivas).
  - El TIE vincula la oferta y la demanda en un lenguaje que invita a considerar una lectura distinta sobre las motivaciones de los turistas, quienes requieren de servicios turísticos capaces de dar cuenta sobre la identidad cultural y ambiental del destino elegido, es decir, a un paisaje que muestre su historia (costumbres, sus cambios), la geografía humana, la actividad social y económica de un destino.
  - La visión de desarrollo del Programa Transforma Turismo, es que Chile será al 2025 un destino turístico internacional sustentable inteligente, con una oferta basada en sus recursos naturales y culturales; diversa, sofisticada, sustentable y de calidad, capaz de captar mercados de intereses especiales que generen mayor gasto por turista, incrementando así los ingresos del país e impactando positivamente en el desarrollo a nivel local.
  - Las tendencias en TIE como por ejemplo el Enoturismo que representa una oportunidad para potenciar la imagen país de Chile por su efecto multiplicador a nivel internacional. “Una buena copa de vino con la marca Chile” o una experiencia enoturística memorable valen más que mil palabras”, se crea un lazo afectivo con el destino. Además, incentiva un turismo que está en constante crecimiento, orientado a un cliente sofisticado y con un elevado gasto promedio que favorece el desarrollo de la economía local y regional del país, y que tiene la posibilidad de volver a vivir la experiencia en Chile.<sup>8</sup>

*Identifique posibles focos de trabajo que impliquen oportunidades de escalamiento competitivo de carácter productivo y habilitante que se validaran en esta etapa. Sugerimos realizar una tabla con los proyectos públicos y privados que se han realizado en los últimos años; sus resultados que justifiquen los focos de trabajo indicados.*

Para la identificación de los posibles focos de trabajo se realiza un análisis de los estudios generados en el territorio<sup>9</sup> como fuente de información secundaria y reuniones con actores públicos<sup>10</sup> y privados<sup>11</sup> que intervienen en el territorio como fuente de información primaria.

Con lo anterior, se determinan los siguientes focos de trabajo que implican oportunidades de escalamiento competitivo productivo y habilitante.

<sup>8</sup> Levantamiento de brechas y oportunidades- Programa Meso Regional de Especialización Inteligente “Enoturismo Sustentable en la Zona Central”

<sup>9</sup> Aconcagua Turismo 2020- Plan estratégico de ordenamiento y promoción del turismo en el Valle de Aconcagua.

<sup>10</sup> Pamela Venegas- Ejecutiva Sernatur Región de Valparaíso.

<sup>11</sup> Luís Molina- Encargado Turismo- Corporación Pro Aconcagua.

Alejandro Bernales- Director Corporación Pro Aconcagua y Director de la Corporación Regional de Turismo.



Tabla 1. Foco de trabajo		
Ventaja Comparativa	Descripción	Foco de trabajo
Capital Humano	-Capacitar y/o preparar al capital humano en competencias propias de la industria turística para contribuir a la competitividad de ésta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transferir conocimientos y/ o prácticas para agregar valor a la industria turística.</li> <li>- Impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico para la creación y/o agregación de valor en la industria.</li> <li>- Especialización priorizada para desarrollar nuevos dominios tecnológicos y/o productos que generen empleo de calidad y que con su oferta hagan más competitiva la oferta turística chilena.</li> </ul>
Recursos Turísticos	-Se encuentran identificados los recursos turísticos presentes en el territorio para su puesta en valor y encadenamiento a productos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de nuevos emprendimientos en torno a los recursos turísticos.</li> <li>- Encadenamiento a Enoturismo.</li> </ul>
Socio Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El territorio cuenta con importantes sitios históricos donde ocurren hitos importantes de la historia nacional.</li> <li>-Tradiciones folclóricas y culturales.</li> <li>-Visibilización de conceptualización del Valle del Aconcagua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión, creación de relato y puesta en valor de los sitios históricos y patrimoniales.</li> <li>- Difusión de la imagen destino.</li> </ul>
Enoturismo	Existen actualmente viñas abiertas el turismo como Sánchez de Loria; In Situ; Escorial; Errázuriz; Von iebenthal; Peumayen; San Esteban; El Escorial de Panquehue; El Sobrante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsar inversión privada para mejorar la oferta de servicios e infraestructura habilitante.</li> <li>- Apoyar a nuevas viñas para que se encadenen al turismo enológico.</li> <li>- Incentivar la creación de nuevos negocios y/o emprendimientos que se encadenen a turismo enológico.</li> <li>- Transferir y difundir tecnologías y competencias que agreguen valor al sector.</li> <li>- Instalar competencias en el capital humano que se desempeña en el sector para mejora en el servicio y gestión.</li> </ul>
Un foco de trabajo transversal es en temas de <b>sustentabilidad</b> . La calidad del servicio y el desarrollo y/o puesta en valor de productos turísticos en armonía con el medioambiente y el entorno local, cultural y patrimonial.		

CUADRO N°5: JUSTIFICACIÓN ESTRATÉGICA.
<p>Justifique de manera más detallada la hipótesis de valor que se pretende validar, incorporando antecedentes cuantitativos y cualitativo.</p> <p>Este programa se desea ejecutar en el territorio que comprende el Valle de Aconcagua que es una cuenca de origen cordillerano, ubicada en la Región de Valparaíso a 90 km al norte de Santiago y a 105 km al oriente de Valparaíso. Lo atraviesa el Río Aconcagua, el cual nace en la Cordillera de Los Andes y se configura como el elemento fundamental para el desarrollo económico de la zona y, la provincia de Quillota que se ubica en el centro de la Región de Valparaíso, tiene una superficie de 1.638,7 km² y posee una población de 200.488 habitantes.</p> <p>Las principales actividades económicas en el territorio del Aconcagua son agricultura, minería, industria, vitivinicultura y turismo y, en la provincia de Quillota son agricultura y turismo.</p> <p>El decreto 30/2016 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de zonas de interés turístico, define Destino Turístico como <i>“Espacio geográfico, delimitado física y administrativamente, conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales, culturales; servicios turísticos; equipamiento e infraestructura complementarios; condiciones de accesibilidad; imagen; recursos humanos e identidad local, que motivan el desplazamiento de turistas y el desarrollo de actividades turísticas asociadas”</i></p> <p>En relación a lo anterior, la Subsecretaría de Turismo, en el Informe de Intensidad Turística y Definición de Destinos Turísticos 2018-2019 establece en el territorio del Aconcagua los destinos “Valle del Aconcagua como emergente y con tipología rural y de naturaleza y, Portillo como un destino consolidado y con tipología de montaña.</p> <p>El Valle del Aconcagua presenta una gran cantidad de recursos turísticos, en ellos se aprecia un importante número de recursos naturales que dan origen a paisajes de alto valor y carácter rural. Además, es una zona que posee un importante patrimonio arqueológico, histórico y cultural de relevancia natural. Este Valle, se localiza cerca del foco emisor de turistas más importante del país, Santiago de Chile y en la zona de tránsito entre la costa del Océano Pacífico y del Atlántico, trazado que se transita a través de corredor bioceánico.</p> <p>De acuerdo a datos del Anuario de Turismo 2018 de la Subsecretaría de Turismo y Sernatur, durante el primer trimestre del año 2018, se concentró el 37,6% del total anual de llegadas, periodo en que el mercado argentino tiene una participación del 56,4%. En el mismo informe se señala que las fronteras terrestres son la principal vía de acceso al país. El movimiento por pasos fronterizos es 1,4 veces mayor que el registrado en los aeropuertos y, se debe considerar que en la provincia de Los Andes se encuentra el paso fronterizo Cristo Redentor que para el primer trimestre del 2018 registro 828.600 llegadas con una variación 2017-2018 de -32.3%.</p> <p>Pese a los recursos turísticos que presenta el territorio y a los esfuerzos públicos y privados que se han realizado el Valle de Aconcagua no ha logrado un posicionamiento y una diferenciación que permia aprovechar el desarrollo de la actividad turística como sí lo han hecho un sector de la Región de Valparaíso consolidándose como destinos destacados dentro de la oferta nacional como lo es Olmué y, el Valle de Casablanca son considerar la zona costera de la región que sin duda atrae a la gran cantidad de turistas que visitan la región.</p> <p>Para el territorio resulta provechoso potenciar este sector económico, que se encuentra en una etapa de emergente puesto que brinda la oportunidad de posicionarse en el mediano y largo plazo como un destino de demanda selectiva, basada en la explotación de determinados aspectos diferenciadores del</p>

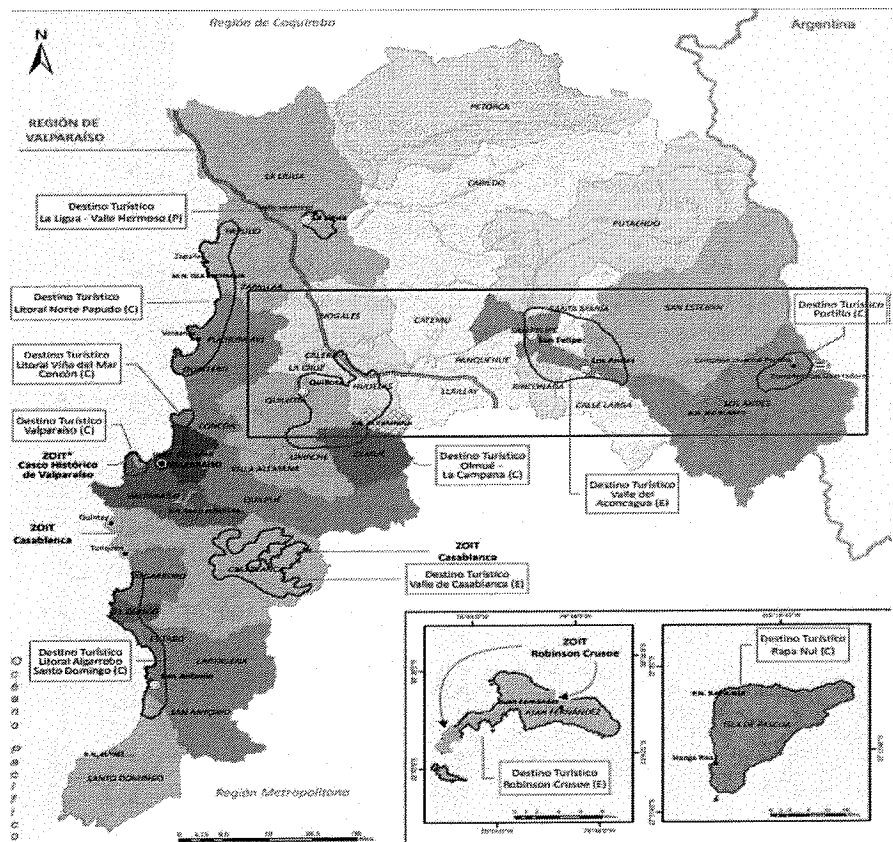
territorio adecuación y especialización de la oferta de segmentos y nichos de mercado concretos.<sup>12</sup>

A partir de la información anterior existe una potencialidad en el territorio para el desarrollo del turismo lo cual se puede reflejar en las apuestas que han realizado privados en sectores como el enoturismo, y su vinculación con otras áreas del turismo de intereses especiales.

De acuerdo a lo anterior, este programa se pretende desarrollar el territorio que comprende las provincias de Los Andes, San Felipe y Quillota.

A continuación, se presenta un mapa regional que señala los destinos turísticos identificados a nivel regional y se destaca los que se propone intervenir con el Programa Territorial Integrado.

Figura 3. Mapa que señala los destinos turísticos a nivel regional



Fuente: Plan de Acción Regional- Sernatur Valparaíso

Para avanzar en el desarrollo de la región es fundamental poder mantener un crecimiento económico sostenido y sustentable que permita crear más y mejores puestos de trabajo. El fomento de la actividad turística, apunta a promover una mayor productividad de los factores en el sector y en las actividades complementarias de la región, colocando un acento especial en los encadenamientos productivos, en el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, y en la atracción de nuevas inversiones sobre el territorio regional.

La **Estrategia Regional de Desarrollo- ERD-** ha fijado como objetivo estratégico “Potenciar a la región como un destino turístico nacional e internacional”. Por lo tanto, el desarrollo de esta iniciativa en el territorio del Aconcagua, está alineado a la Estrategia Regional definida para la región de Valparaíso.

El **Plan de Acción Regional de Sernatur Valparaíso**, señala que el año 2018 se realizó una actualización

<sup>12</sup>Plan estratégico de ordenación y promoción del turismo en el Valle del Aconcagua.- Aconcagua Turismo 2020

de los destinos turísticos de la región orientado a focalizar el trabajo territorial los que se definieron según sus características geográficas y vocación turística. En la región de Valparaíso contamos con destinos turísticos de tipo litoral, urbano, rural y de naturaleza, de montaña e insular, con un nivel desarrollo turístico consolidado, emergente y potencial. En la región, se definió, entre otros destinos Valle del Aconcagua.

De los 434 atractivos turísticos que hay en la región, 106 son del territorio del Valle del Aconcagua

A lo anterior se debe incorporar la **reserva de la biosfera** la campana peñuelas, ubicada en la comuna de Hijuelas, provincia de Quillota, que constituye un importante atractivo para el desarrollo del turismo en la región.

Su poca distancia y notable accesibilidad de la Región Metropolitana y dentro de la Región de Valparaíso, sumado a sus atractivos turísticos le entregan el potencial para desarrollarse como un destino turístico.

Es importante señalar, que, en los últimos años, **6 viñas del Valle del Aconcagua** están trabajando en posicionar el Valle del Aconcagua como un polo enoturístico a través de la creación y operación de una nueva Ruta del Vino a nivel nacional e internacional como un *Terroir* de excelencia para la producción de vinos finos de alta calidad y como un destino enoturístico de calidad en Chile, con finalidad que esto se traduzca en un incremento de los visitantes y un aumento de las ventas de las viñas, y en el desarrollo de las Pymes del Valle.

Desde 2006 a 2012 las viñas abiertas al turismo eran 4, pasando a 5 en 2013. Esto representa un 6% de las viñas abiertas al turismo en Chile. En cuanto a los canales de distribución, se registran sólo 6 tour operadores en el valle, los que de alguna manera intentan trabajar con una industria del enoturismo muy poco desarrollada.<sup>13</sup>

*Señale las principales características de la cadena de valor:*

▪ **Encadenamientos productivos.**

La actual cadena productiva es necesario reforzarla, moviendo su foco a los mercados de interés, y alinear a los diferentes actores respecto a las nuevas exigencias requeridas por los clientes relacionados con tradición y cultura, y enológicos. A través del desarrollo de la etapa de diagnóstico del Profo Viñas del Valle de Aconcagua, se pudo apreciar que las viñas colaboran entre ellas y que colaboran también con la oferta complementaria. En efecto, la Viña San Esteban recomiendan a sus visitantes ir a conocer también la Viña Sanchez de Loria y también recibe regularmente los huéspedes de las Termas del Corazón y los visitantes del centro Ski Portillo. La Viña Sanchez de Loria, que no cuenta con un servicio de restauración, aconseja a sus visitantes ir a almorzar al Restaurante La Ruca. Todos los dueños o encargados de turismo de las viñas se conocen.

Si bien el Valle de Aconcagua no cuenta con un alto nivel de organización en cuanto al Enoturismo, sin embargo, existen iniciativas que están en ese camino. Se está trabajando fuertemente, pero desde hace poco aún, para fomentar la asociatividad de las viñas entre ellas y creando una Ruta del Vino de Aconcagua, la cual ya cuenta con alianzas con 29 tour operadores. De esta manera, existe un interés de los actores públicos del valle en desarrollar el enoturismo, y los actores privados ya trabajaban entre ellos, se conocen y se relacionan. Se observa un significativo potencial de desarrollo.

▪ **Oportunidades de mercado.**

Según información de la OMT, la demanda mundial de turismo sostenible crece a más ritmo que el turismo convencional. De hecho, lo hace doce puntos por encima: a un ritmo del 16% el turismo sostenible, mientras el convencional crece un 4%. Según información de la OMT, más de 1/3 de los turistas están dispuestos a pagar hasta un 40% más por un viaje sustentable. Asimismo, adoptar

<sup>13</sup>Profo Viñas del Valle del Aconcagua 15PROFO- 46898.

prácticas de sustentabilidad además de conservar el planeta y mejorar la imagen de destino, permite ahorrar recursos, ser más competitivos frente a las exigencias del mercado y comunicar una imagen positiva de la empresa.

El turismo de vino está considerado como un modelo de desarrollo sostenible según la OMT, debido a su capacidad de crear empleo y generar riqueza en las áreas rurales. Asimismo, tiene la capacidad de aumentar y mejorar la producción vinícola, intensifica la competitividad tanto de la actividad productiva como turística, mejora la calidad de vida de los ciudadanos, todo ello a través del respeto al medio ambiente. Por otro lado, el desarrollo del enoturismo en un territorio favorece la apertura de nuevos canales de distribución, la captación de nuevos clientes y permite la fidelización de los ya existentes. Desde el punto de vista turístico, el enoturismo incrementa los flujos de visitantes al territorio, difunde y consolida la imagen de destino o producto turístico de calidad, además de desarrollar el territorio.

▪ **Cartera de productos/servicios**

Se observa un significativo potencial de desarrollo, en el Valle de Aconcagua destacando el paisaje y el hecho de que sea una zona rural ofrece algo distintivo menos masivo para el enoturista. De esta manera se debe desarrollar el turismo de naturaleza y el turismo rural (este último dirigido principalmente al turista nacional). Ya existen en la zona 44 prestadores de servicios de turismo aventura que aprovechan los recursos naturales de la zona.

La ruta del vino del Aconcagua posee 6 viñas reciben enoturistas, con tours de degustación en todas en español y solo 4 también en inglés pero ninguna en portugués, algunas entregan servicios de alimentación adicional. La viña Errazuriz también recibe a turistas dentro de sus instalaciones.

Dentro del valle existe un turismo de Bienestar, desarrollado por Termas del corazón y Termas Jahuel, por otro lado el centro de Ski Portillo ofrece canchas de ski con hotelería y el hotel enjoy que posee casino, y restaurantes dentro de sus instalaciones. El resto de la oferta de alojamiento es de una menor capacidad.

Respecto de la gastronomía es más bien tradicional, salvo algunas excepciones es un aspecto a desarrollar para crear una oferta más atractiva.

Los atractivos y actividades promocionadas con las viñas son principalmente Mountain Bike, Trekking, el parque arqueológico Paidahuen, Parque Andino Juncal, Ski tradicional y Freeriding, Campo rodeo y Asado, museo Arqueológico de los Andes, Santuario Santa Teresita de Los Andes, Iglesia y convento de San Francisco y Curimón, Iglesia de San Antonio de Pardia y Cristo de Madera. Lo anterior es solo los atractivos que cuentan con mayor difusión y poseen mejores condiciones para ser comercializados. A lo anterior se agrega la Reserva de la Biosfera La Campana Peñuelas que es uno de los atractivos mas visitados de la Región de Valparaíso.

Dentro del territorio hay una potencialidad de desarrollo respecto de los 106 recursos levantados por comuna por el Bien Público 2020 el año 2013:

Tabla:2 atractivos por comuna del Valle del Aconcagua

Comuna	Recursos	%
Catemu	5	4,7
Llay Llay	5	4,7
Panquehue	6	5,7
Putando	16	15,1

San Felipe	14	13,2
San María	7	6,6
Calle Larga	7	6,6
Los Andes	27	25,5
Rinconada	7	6,6
San Esteban	11	10,4
Valle del Alto Aconcagua	1	0,9
Total	106	100

Fuente: Bien Público de Aconcagua 2020

▪ Oportunidades de incorporación de tecnologías.

La incorporación de tecnologías es un tema fundamental a tratar en el desarrollo de la competitividad de las empresas, la dirección de este ámbito debiera ser en las tecnologías de comunicación, de sustentabilidad (*incorporación de las energías limpias, el reciclaje de residuos, etc*).

▪ Masa crítica de empresas

En el territorio del Valle de Aconcagua, comprendido por las provincias de Los Andes, San Felipe y Quillota, y según datos de Sernatur correspondientes al año 2019, la industria está compuesta por 185 empresas registradas en Sernatur. Distribuidas en planta básica de turismo se tiene un 31.9% alojamientos y 15.7 % restaurantes. Respecto a los servicios auxiliares a la industria como tour operadores, agencias de viajes, artesanías, entre otros, se encuentran representados por un 52,4%. Por otro lado, existe un gran número de servicios de alojamiento y servicios gastronómicos de carácter informal, que no están registrados ni cuantificados, que operan preferentemente en el período estival.

A continuación, se presenta tabla con el número de prestadores turísticos por provincia.

Tabla 3. Número de prestadores de servicios turísticos por provincia.

Provincia	Número de prestadores de Ss turísticos
Los Andes	59
San Felipe	82
Quillota	44
Total	185

Fuente: Sernatur Valparaíso, 2019

A continuación, se presentan los tipos de servicios turísticos por cada una de las provincias que comprende el programa.

➤ Provincia de Los Andes

De los 59 prestadores de servicios de esta provincia, destaca mayormente los prestadores de servicios turísticos de alojamiento seguido por turismo aventura.

La planta básica de turismo la componen 31 prestadores de servicios (23 alojamientos y 8 restaurantes)

Tabla 4. Tipo de servicios turísticos Provincia de Los Andes

Tipo de servicio	Número
Agencias de Viaje y Tour Operador	1
Alojamiento Turístico	23
Arriendo de Vehículo	1
Artesanía	2
Guías de Turismo	1
Restaurantes y Similares	8
Servicios de Esparcimiento	5
Servicios Deportivos	1
Turismo Aventura	17
Total general	59

Fuente: Sernatur Valparaíso, 2019.

➤ **Provincia de San Felipe**

La provincia cuenta con 82 prestadores de servicios turísticos y al igual que la provincia de Los Andes, los prestadores de servicio que mayormente se registran en el territorio son alojamiento y turismo aventura.

La planta básica entre ambas provincias es similar, contando esta provincia con 33 prestadores de servicios (24 alojamientos y 9 restaurantes)

Tabla 5. Tipo de servicios turísticos Provincia de San Felipe

Tipo de servicio	Número
Agencias de Viaje y Tour Operador	9
Alojamiento Turístico	24
Artesanía	7
Guías de Turismo	3
Restaurantes y Similares	9
Servicios de Esparcimiento	3
Taxis y Buses de Turismo	1
Turismo Aventura	26
Total general	82

Fuente: Sernatur Valparaíso, 2019

➤ **Provincia de Quillota**

La provincia de Quillota cuenta con un registro de 44 prestadores de servicios turísticos y, a diferencia de las provincias de Los Andes y San Felipe, mayormente destaca el número de Alojamientos y Restaurantes, sumando una planta básica de turismo de 24 prestadores, inferior a las provincias anteriormente mencionadas.

Tabla 6. Tipo de servicios turísticos Provincia de Quillota

Tipo de servicio	Número
Agencias de Viaje y Tour Operador	9
Alojamiento Turístico	12
Guías de Turismo	4
Restaurantes y Similares	12
Servicios de Esparcimiento	4
Taxis y Buses de Turismo	1
Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana	1
Turismo Aventura	1
Total general	44

Fuente: Sernatur Valparaíso, 2019

Es importante señalar que según las misma fuente de información de Sernatur, de los 185 prestadores de servicios turísticos del territorio solo 9 cuentan certificación, en este caso sello Q. Ninguna de los establecimientos cuenta con Sello S.

*Caracterice la **base empresarial y las instituciones públicas y privadas** vinculadas al Proyecto, indicando los distintos niveles de relaciones entre ellos y las fallas de coordinación existentes.*

Las **instituciones públicas** que regulan, intervienen y colaboran en el desarrollo de la actividad turística en el territorio del Aconcagua son: El Gobierno Regional a través de las gobernaciones provinciales y éstas a su vez coordinan mediante los comités técnicos asesores de turismo. Municipalidades a través de las direcciones de turismo, en caso de contar con ello o a través de la oficina de fomento productivo y, el otorgamiento de patentes. Dirección Regional de Sernatur, SII, Corfo, Conaf e Indap, éste último mediante programa de turismo rural. Dirección provincial de Servicio de Salud y, las Seremi de Economía, de Bienes Nacionales y Obras Públicas.

Las fallas de coordinación que se observan son la duplicidad de esfuerzos en la consecución de un mismo objetivo, falta de planificación estratégica de colaboración e intervención en el territorio, falta de sistematización de información relevante para la toma de decisiones, difusión del quehacer de los servicios en el territorio a modo de generar sinergias frente a un mismo objetivo.

El nivel de relación entre los servicios públicos, a nivel territorial, es mediante las instancias de comité técnico asesor de turismo de las distintas provincias y, en la consulta de información cuando se requiere trabajar sobre un tema específico. La relación es más bien consultiva e informativa. No se observa un trabajo colaborativo, planificado y con un objetivo común.

Las **instituciones privadas** que trabajan en el territorio, en temas de turismo, son la Corporación Pro Aconcagua, la Corporación Regional de Turismo, las Cámaras de Comercio y Turismo, la Asociación de Viñas del Aconcagua.

**Otras instituciones** que trabajan en el territorio en esta temática son Universidades, Institutos Profesionales, Centro Tecnológico de Turismo (CETUR UNAB).

Entre estos tres estamentos nombrados anteriormente, las coordinaciones son escasas y el trabajo es consultivo para algún proyecto o iniciativa en particular. Si bien existe los comités técnicos asesores de turismo de las distintas gobernaciones, solo participan los entes públicos por tanto la toma de decisiones o propuestas carecen del enfoque o consideración del sector privado o de instituciones de educación y/o investigación.



CUADRO N°6: PLAN DE ACTIVIDADES ETAPA DE VALIDACIÓN ESTRATÉGICA

Criterios de evaluación: Plan de actividades.


N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN
1	Actualización de información secundaria a partir del Bien Público Aconcagua 2020 y levantamiento de información primaria con actores relevantes del sector.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Actualización de información contenida en el Bien Público Aconcagua 2020 como por ejemplo Cadena de Valor del turismo en el territorio de Aconcagua y planes estratégicos.</li><li>- Sistematización de la información levantada en un formato que dé cuenta de las Brechas, Oportunidades y Proyectos identificados</li><li>- Actualización de información sobre proyectos de inversión pública y privada contenido en el Bien Público Aconcagua 2020.</li></ul>	Informes con actualización de cadena de valor, planes estratégicos y proyectos de inversión pública y privada.
2	Validación de información secundaria y primaria levantada	<ul style="list-style-type: none"><li>- Validación de la información levantada por medio de Informantes Claves (al menos 25) a través de entrevistas y focusgroup y otras metodologías, buscando involucrar a las provincias de Los Andes, San Felipe y Quillota y/o Comunas relevantes turísticamente en el territorio.</li></ul>	Actas de reunión con los actores entrevistados, focusgroup y/o otras metodologías realizados.  Informe con resultados de las acciones realizadas  Lista de asistencia Registro fotográfico. Medio de convocatoria (invitación, mail, entre otros)
3	Caracterización de la cadena de valor existente en los territorios asociados al TIE con énfasis en Enoturismo.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Caracterización de la cadena de Valor, utilizando para tal efecto el flujo productivo considerando la producción, transformación y comercialización, así como también a proveedores de Insumos, centros de investigación públicas y/o privadas que aporten o puedan aportar en Investigación, Desarrollo e Innovación (universidades, Centros de Investigación públicos y/o privados) y las entidades públicas y Privadas pertinentes. 1. Por cada eslabón, se realizará una descripción de sus procesos productivos relevantes en la agregación de Valor, colocando énfasis en los nudos y grado de articulación existente entre ellos. 2. Por cada eslabón de la cadena de valor, se señalarán los actores relevantes (Regionales, Provinciales, Nacionales o Internacionales) como potenciales participantes del programa y su rol al interior de este.</li></ul>	Informe con definición de la caracterización del encadenamiento productivo asociado al TIE con énfasis en Enoturismo, describiendo sus procesos productivos y actores relevantes y potenciales. Informe con validación de la estrategia de desarrollo turístico del Valle del Aconcagua.
4	Mapeo de Actores de la Cadena de Valor asociada al TIE con énfasis en Enoturismo, y necesarios para la ejecución de la Estrategia de desarrollo turístico del Valle.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Caracterización de los actores de las cadenas de valor de acuerdo a su participación en el proceso productivo; Productores, Transformadores, Comercializadores, Proveedores de Bienes y Servicios, Centros de Formación e Investigación e Instituciones Públicas y Privadas relevantes.</li><li>- Identificación de los actores de marcado perfil innovador y</li></ul>	Informe con mapeo de actores

		<p>emprendedor. Desagregación de los actores en cuanto a su rol de 1) Promotores: Actores que participan promoviendo el desarrollo de cadena de valor en términos generales, son instituciones facilitadoras tanto públicas o privadas, universidades, centros de I+D, entre otros y 2) Socios: Actores involucrados directamente en diversos procesos o proyectos concretos que sean pertinentes a las oportunidades identificadas, en términos generales son empresas o empresarios, investigadores, entre otros.</p>	
5	Validación de la estrategia para el desarrollo turístico del Valle del Aconcagua con los actores relevantes del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Validación de la Estrategia de desarrollo turístico con los actores relevantes del territorio a través de la metodología de focusgroup u otra de participación (al menos 4), que permita una validación concreta con los actores que componen los territorios involucrados.</li> </ul>	<p>Informe de resultados</p> <p>Acta de reuniones</p> <p>Lista de asistencia</p> <p>Fotografías</p> <p>Medio de convocatoria (invitación, mail, entre otros)</p>
6	Identificar cartera de iniciativas de escalamiento competitivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación a partir del levantamiento de información secundaria y primaria las distintas iniciativas y/o proyectos de escalamiento competitivo que se han planteado en las distintas instancias de planificación y articulación de actores y que no se han implementado hasta el momento (Estrategias Regionales, Provinciales y/o Locales, Planes y Programas Regionales, Provinciales y/o Sectoriales, Políticas Regionales y de otros instrumentos de carácter regional y/o local.</li> <li>- Validar con los actores identificados en el Mapa de Actores, la cartera de iniciativas y proyectos de escalamiento competitivo.</li> <li>- Las iniciativas y proyectos incorporadas en la cartera deben estar acotadas a aquellas imprescindibles para el objetivo planteado.</li> <li>- Presentar una cartera de iniciativas o proyectos de escalamiento competitivo de la cadena de valor</li> <li>-</li> </ul>	<p>Informe con cartera de iniciativas de escalamiento productivo que integre el turismo de TIE del territorio con énfasis en turismo enológico.</p>
7	Validación de cartera de iniciativas de escalamiento competitivo con los actores relevantes del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Validar con los actores identificados en los Mapas de Actores, la cartera de iniciativas y proyectos de escalamiento competitivo, a través de la metodología de focusgroup u otra participativa (al menos 4). La validación estará orientada a definir las iniciativas y proyectos que son efectivamente relevantes en el momento actual y a mediano y largo plazo.</li> </ul>	<p>Informe de resultados</p> <p>Lista de asistencia</p> <p>Acta de reuniones</p> <p>Fotografías</p> <p>Medio de convocatoria</p>
8	Diseño de un Modelo de Gestión y estrategia Territorial para agregar valor como PTI.	<p>El Modelo de Gestión Territorial constará de tres componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Trabajo de Articulación y Coordinación</li> <li>- Modelo de Organización y/o Gobernanza, el cual contempla el diseño participativo de un modelo de gobernabilidad que permita el cumplimiento de la implementación</li> </ul>	<p>Informe con modelo de gestión territorial.</p> <p>Informe con estrategia territorial de agregación de valor.</p>

		de cartera de iniciativas de escalamiento competitivo y la articulación del programa y la creación y desarrollo de Valor Colaborativo. - Indicadores de impacto. Construcción y validación de indicadores, para medir el impacto del programa a mediano y largo plazo en relación al escalamiento competitivo de la cadena de valor y el impacto en el territorio.	
9	Validación de Modelo de Gestión Territorial y estrategia PTI con los actores relevantes del territorio	Validación con los actores relevantes de la cadena de valor del PTI el Plan de Trabajo de Coordinación y Articulación, modelo de organización y/o gobernanza e indicadores de impacto.	Informe de resultados de validación con actores relevantes al plan de trabajo de articulación y coordinación, modelo de organización y coordinación y propuesta de indicadores.  Lista de asistencia Acta de reuniones Fotografías  Medios de convocatoria.
TOTAL \$			12.500.000.-

CUADRO N°7: CARTA GANTT ETAPA (Marcar con X los meses de desarrollo)				
N°	ACTIVIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3
1	Actualización de información secundaria a partir del Bien Público Aconcagua 2020 y levantamiento de información primaria con actores relevantes del sector.	x		
2	Validación de información secundaria y primaria levantada	x		
3	Caracterización de la cadena de valor existente en el territorio asociado al TIE con énfasis en Enoturismo.	x		
4	Mapeo de Actores de la Cadena de Valor asociada al TIE con énfasis en Enoturismo, y necesarios para la ejecución de la Estrategia de desarrollo turístico del Valle.		x	
5	Validación de la estrategia para el desarrollo turístico del Valle del Aconcagua con los actores relevantes del territorio		x	
6	Identificar cartera de iniciativas de escalamiento competitivo		x	
7	Validación de cartera de iniciativas de escalamiento competitivo con los actores relevantes del territorio			x
8	Diseño de un Modelo de Gestión y estrategia Territorial para agregar valor como PTI.			x
9	Validación de Modelo de Gestión Territorial y estrategia PTI con los actores relevantes del territorio.			x

CUADRO N° 8: RESUMEN PRESUPUESTO ETAPA VALIDACIÓN ESTRATÉGICA	
CRITERIO DE EVALUACIÓN: <i>Calidad de la formulación y coherencia de la propuesta económica.</i>	\$
Gastos de Recursos Humanos	
Gastos de Operación	
1.1.- Consultorías	\$ 12.500.000.-
<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$ 12.500.000.-</b>
Gastos de Administración - Overhead (OH)	\$ 1.875.000.-
<b>TOTAL PROYECTO + OVERHEAD</b>	<b>\$ 14.375.000.-</b>
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO CORFO</b>	<b>\$ 14.375.000.-</b>





**JUAN FERNANDO ACUÑA ARENAS**  
**DIRECTOR REGIONAL**  
**CORFO VALPARAÍSO**