

# Primer Centro del Turismo Nacional e Internacional de Chile

**HORIZONTE 1****Primer Centro del Turismo Nacional e Internacional de Chile**

Como se reseña en el Plan de Desarrollo Comunal, los actuales niveles de competitividad generados por la internacionalización de la economía y los fenómenos asociados a la globalización, han impulsado la emergencia del Corredor Bioceánico en América del Sur, donde la red de conglomerados urbanos atlánticos requieren una mayor fluidez de intercambio con las economías mundiales de la cuenca del Pacífico, corredor cuyo portal occidental lo constituye el sistema de poli puertos de la Macro Zona Central del país (Ventanas – Valparaíso – San Antonio).

En el área de influencia del corredor, en ambas cuencas oceánicas, se incorpora la red más relevante de ciudades balnearios de la región. El posicionamiento gravitacional de Viña del Mar en el portal occidental del Corredor Bioceánico, configura un escenario de oportunidades para consolidar su imagen nacional e internacional como la ciudad turística más importante del país.

El capital social, cultural y económico de la ciudad, asociados a la actividad turística y recreacional, construidos en un proceso histórico de inversión pública y privada, se constituyen en la principal fortaleza de Viña del Mar.

El plan estratégico de turismo para Viña del Mar, recogiendo las indicaciones de la estrategia de desarrollo comunal, propone cuatro lineamientos que ordenan la gestión turística en los dos últimos años, en el marco de una cooperación público–privada, a saber:

**Fortalecer la institucionalidad turística del municipio** y generar nuevos mecanismos de gestión y administración que le permitan responder de manera moderna a los nuevos desafíos que la actividad turística demanda. Destacan en este punto las iniciativas de crear una orgánica público – privada que asuma esta tarea e implementar un "sistema de información turística" digital, de actualización permanente, que permita facilitar tanto la información al turista, como la información técnica necesaria para la toma de decisiones relevantes.

**Conservación y desarrollo de la imagen de Viña del Mar**, orientado a la generación de políticas integradas para la protección del patrimonio, natural y cultural, con valor turístico de la comuna. Destacan en este sentido la intención de construir criterios base para identificar áreas típicas en la comuna, el cual sea incluido en la configuración dispuesta por los instrumentos de planificación y zonificación urbana; para la configuración de futuros espacios públicos, así como la necesidad de definir un equipamiento de base que posibilite el desarrollo de la actividad turística comunal.

**Marketing y comunicación**, referido a la búsqueda de canales de comercialización de los productos turísticos de Viña del Mar asociados a los de la región, entendiendo que el único medio de lograr reconvertir la ciudad hacia un turismo de futuro se gesta en la cooperación y complementariedad. Así mismo promueve un proceso continuo y progresivo de comunicación interna con el propósito de hacer del turismo una actividad altamente valorada por los habitantes de Viña del Mar e incentivar en éstos una disposición a la innovación y a la creatividad como fuente insoslayable de generación de nuevas líneas de desarrollo turístico y económico, a la vez que fortalecer la calidad de los niveles

de la ciudadanía, pues la actividad turística dependerá en el futuro de una ineludible capacidad de los ciudadanos para proteger y desarrollar el concepto de calidad de vida.

**Educación y capacitación**, fundamentalmente referida a la progresiva elevación de la calidad del servicio entregado en las actividades y rubros turísticos, destacan las áreas destinadas a la capacitación permanente al amparo de planes de estudio y enseñanza en todos los niveles de educación en la comuna, a la vez que la propia cultura turística de la comunidad.

## **LÍNEA ESTRATÉGICA 1**

**Asumir el Rol de Ciudad\_ Eje de los Circuitos Turísticos más relevantes a Nivel Regional, Nacional e Internacional.**

Esta línea estratégica impulsa a la sociedad viñamarina en general y al municipio en particular ha aprovechar las ventajas de localización, accesibilidad y posicionamiento de la ciudad en la red de flujos turísticos regionales, nacionales e internacionales, como un atributo distintivo de su oferta turística.

### **OBJETIVO 1.1.**

**Desarrollar estrategias que potencien las ventajas de localización para incorporar la oferta turística local.**

Se procura la integración de las ofertas turísticas locales a circuitos o sistemas existentes o emergentes, a través de alianzas de coordinación y complementariedad y de estrategias de promoción, propaganda y publicidad focalizadas hacia mercados objetivos.

Durante el año 2008, la gestión del Departamento de Turismo se orientó a dar cumplimiento a las directrices señaladas tanto en el Plan de Desarrollo Comunal como en el Plan Estratégico de Turismo.

Las acciones implementadas se estructuraron en cuatro ámbitos:

1. Fortalecimiento Institucional y Sistema de Información Turística;
2. Conservación y Desarrollo de la Imagen Viña del Mar;
3. Marketing y Comunicación con Segmentación de Mercados y
4. Educación y Capacitación.

#### **1.1.1. Fortalecimiento Institucional y Sistema de Información Turística.**

##### **Programa XXVIII Feria Internacional De Turismo Fitur 2008 , Madrid, España**

La Ilustre Municipalidad de Viña del Mar participó en una de la Ferias Internacionales de Turismo más importantes del circuito mundial destinado a profesionales del área y público final interesado en el tema. Esta Feria constituye un foro ya consolidado y de alto prestigio destinado a servir como plataforma de promoción y comercialización de los destinos turísticos mundiales. Allí servicios, productos, marcas e información turística encuentran un punto de negocios.

Cada año cerca de cien mil profesionales relacionados directamente con la industria turística y un número aun mayor de público general interesado, busca su

próximo destino turístico, sin olvidar las más de once mil empresas del sector, además, esta Feria tiene alta cobertura de prensa española e internacional. A ella concurren operadores mayoristas españoles, europeos e internacionales, no olvidando también la presencia de importantes Agencias de Viaje, Compradores Internacionales, Casas de Intercambio y otros estamentos de viajes.

### **Foro Ciudadano sobre Turismo**

El turismo constituye una de las actividades económicas más relevantes de la comuna y genera importante número de empleos, allega recursos económicos y potencia otras áreas de la economía local, y por tanto se hace necesario que toda la comunidad viñamarina conozca, opine y participe de esta actividad.

El Foro Ciudadano constituye una herramienta destinada a fortalecer la participación y el diálogo ciudadano sobre este importante tema de interés comunal, se constituye en un punto de reunión del ámbito público, privado y social.

El objetivo de esta acción es el ofrecer una instancia participativa, sistemática y concluyente para abordar el impacto y alcance del desarrollo turístico de Viña del Mar.

El Foro Ciudadano permite a la vez, actualizar y validar los lineamientos estratégicos del Plan de Desarrollo Turístico de la comuna, generar un instrumento de análisis de los mercados emisores y de Viña del Mar como destino turístico y consolidar un evento de contenido, de alta trascendencia comunicacional y generador de conciencia turística.

**Módulos de información turística**

En este mismo campo de intervención se inscribe el proyecto de módulos de información turística en temporada estival que se ubicaron en distintos puntos de la comuna, todos ellos atendidos y bajo la responsabilidad de estudiantes del área de turismo del Instituto Profesional DUOC UC.

Estos módulos además sirvieron como bases operativas a personal de Seguridad Ciudadana en su programa denominado “Patrullaje del Borde Costero”.

**En gestión de Eventos**

La realización de eventos de carácter internacional en la ciudad, apoya la estrategia de consolidar a Viña del Mar como el primer centro turístico del país.

Al tradicional Festival Internacional de la Canción que se realiza el mes de febrero de cada año, se han ido progresivamente sumando el Festival Internacional de Cine, el Concurso Internacional de Ejecución Musical Dr. Luis Sigall, el Año Nuevo en el Mar y las Ferias Internacional de Artesanía y del Libro, entre los más significativos.

**Año Nuevo en el Mar**

Este espectáculo se realizó en una distancia que abarcó 9 kilómetros de distancia y se realizó conjuntamente con el Municipio de Valparaíso y la nueva alianza con el Municipio de Concón.

Este espectáculo se estructuró en 24 fases con 14 mil elementos de artificios (bengalas, candelas, carcasas, humos, surtidores y volcanes) que operaron desde seis puntos de lanzamiento (4 embarcados y 2 en tierra), a saber, Club de Yates, Hotel Sheraton Miramar, Avenida Perú, Muelle Vergara, Las Salinas y Punta Ossa.

El gasto realizado por el municipio para financiar este espectáculo de año nuevo fue de 352 millones de pesos, a lo que se suma el personal municipal de la Dirección de Operaciones y Servicios destacado para coordinar y apoyar la implementación de dicho evento.

### **1.1.2. Conservación y Desarrollo de la Imagen Viña del Mar**

#### **Registro Comunal de Vehículos de Turismo**

Este programa consiste en elaborar un registro comunal actualizado de minibases de Turismo que portan un adhesivo con la imagen corporativa municipal y datos básicos del vehículo que respaldan y garantizan su apropiado funcionamiento. Este Registro es difundido en la comuna y les ha permitido, por ejemplo, contar con estacionamientos preferentes en paraderos destinados para estos efectos.

El objetivo principal de este programa es el de regular la oferta y demanda del mercado en el transporte turístico con el propósito de elaborar y mantener un registro de minibases de turismo, minimizar al máximo la competencia desleal y el comercio ilegal, proporcionar un servicio de calidad, confort y seguridad a los turistas y usuarios en general y difundir la conveniencia de optar por los vehículos registrados y respaldados por la Municipalidad de Viña del Mar a través del Departamento de Turismo.

### **1.1.3. Marketing y Comunicación**

Con el fin de contribuir a la estrategia de “asumir el rol de ciudad – eje” de los circuitos turísticos más relevantes a nivel regional, nacional e internacional, el Departamento de Gestión e Imagen Corporativa definió como objetivo principal el



generar una marca de ciudad que contribuya al posicionamiento de la comuna como destino turístico, universitario y, de inversión en las diversas áreas de la economía local.

Otro objetivo relevante de este Departamento ha sido definir una imagen de gestión que oriente y facilite la relación del Municipio y, sus distintas áreas con la comunidad.

Para dar cumplimiento a los objetivos se ha definido el siguiente planteamiento estratégico:

**Estrategia de marca ciudad:** El concepto “**Viña, Ciudad Bella**”, ha permitido un posicionamiento multi-atributo, en él están presente el atributo de ciudad jardín, el atributo de ciudad turística, la condición de ciudad universitaria, su importante actividad cultural y la alta valorización de la vida deportiva.

**Estrategia de la imagen institucional:** El Municipio de Viña del Mar gravita de manera relevante en todo el quehacer de la ciudad, haciéndose muy difícil encontrar algún área del quehacer ciudadano en el cual no esté presente algún área del Municipio. Lo anterior genera un gran desafío para la Dirección de Comunicaciones el crear imágenes y mensajes que por un lado custodien la entidad e identidad Municipal y por otro, hagan protagonista el servicio promocionado.

Para cumplir estos fines, se contó con un presupuesto de \$ **173.666.795** durante el 2008 y con convenios con medios de comunicación, con precios preferenciales (alianza público-privada), y los aportes de Canal 13 según contrato Festival, que significan un aporte de 175.336 Unidades de Fomento (cerca de \$ 3.3.719.928.576). Esto totaliza una inversión de \$ 3.893.595.375.-

En este punto, es preciso destacar que las actividades promocionales dieron excelentes resultados en la actividad turística para temporada baja (Fiestas Patrias y Semana Santa) lo que originó un 40% de aumento respecto del año anterior, así como en el aumento de la recaudación de ingresos para el municipio. La promoción turística también se vio reforzada gracias a actividades promocionales realizadas en medios de Santiago y extranjeros.

**Oficina de Prensa:** Esta unidad sigue prestando un apoyo anexo a las acciones comunicacionales que realiza la Dirección, en el sentido de potenciar la imagen modernizadora que se ha querido imprimir en la actual administración comunal. Para ello, se han utilizado las siguientes herramientas de trabajo:

**a) Comunicados de Prensa:** Sigue siendo el principal medio de canalización de las informaciones que emanan de la Municipalidad y la voz oficial de la Alcaldía y de todos los departamentos que conforman el municipio. El promedio de comunicados enviados es 7,5 informativos diarios, contabilizando de lunes a viernes, cifra que mensualmente asciende a 150. Durante el año 2008, el número de comunicados de prensa despachados a los distintos medios de comunicación locales y nacionales ascendió a la cifra de 1.800.

**b) Material audiovisual para medios :** Un aspecto innovador dentro del trabajo de esta oficina fue la facilitación de fotografías, material de audio y visual a diarios, radios y canales de televisión que lo solicitaban por no poder cubrir las actividades, situación que se mantuvo constante entre los meses de enero a diciembre del 2008; ejemplo de medios que recibieron este material son VmásV, El Mercurio de Valparaíso, La Estrella de

Valparaíso, Radio Portales, Radio Bío Bío, Radio Valparaíso, Radio Agricultura, Quinta Visión, Canal 13 de TV, Televisión Nacional Red Valparaíso, entre otros.

**Oficina de Diseño:** En el marco de su quehacer, la Oficina de Diseño, que depende administrativamente del Departamento de Gestión e Imagen Corporativa, lleva adelante campañas gráficas de difusión de las actividades que el municipio realiza, en el ámbito de la cultura, el espectáculo, el turismo y el desarrollo social.

Es así como se han visto cumplidos sus objetivos comunicacionales, entregando al público miles de piezas gráficas que han servido para promocionar adecuadamente diversas actividades y eventos que ha llevado a cabo el municipio, logrando así masificar el acceso de la comunidad a las mismas, justificando el esfuerzo desplegado por el municipio en su organización y puesta en escena. Además, se ha ido perfilando como una unidad que apoya y orienta, en materias gráficas, a diversas instituciones comunitarias y sociales externas al municipio que lo solicitan.

Durante el año 2008 se ha desarrollado un vasto trabajo, en donde se ha trabajado el diseño, producción y supervisión de la impresión de piezas, tales como folletos, afiches, invitaciones, papelería, revistas, pendones, diplomas, carpetas, avisos de prensa, invitaciones, gigantografías, credenciales y señalética y en algunos casos, audiovisuales.

Paralelamente, se dio apoyo gráfico, entre otras, a las siguientes actividades y/o instituciones, equivalentes a la confección de **295.000 piezas gráficas**, con el propósito de lograr los objetivos de difusión perseguidos:

**a) Actividades permanentes del municipio:** Campaña de Fiestas Patrias; Festival Internacional de Cine; Festival Internacional de la Canción; Concurso de Castillos de Arena; Lanzamiento del Verano; Gala del 21 de Mayo; Temporada Oficial del Teatro Municipal; Concurso de Ejecución Musical; Día Internacional de la Mujer; Día del Niño; Aniversario Municipalidad; Navidad Cristiana; Campaña de Renovación de Permisos de Circulación; Conciertos de Verano al aire libre en el Anfiteatro Quinta Vergara; Programa “Municipio en tu barrio”; “ Festival del Cantar Vecinal”, Programas culturales de la DIDECO; Saludo de Navidad; Avisos e insertos de prensa para las diferentes campañas que el municipio ha llevado a cabo.

**b) Vínculos con Instituciones de Educación Superior :** Se han mantenido con el propósito de ofrecer un espacio para la práctica profesional de alumnos de las carreras de Diseño Gráfico y Publicidad del DUOC-UC, Universidad de Viña del Mar y Universidad de Playa Ancha. Los alumnos que hicieron su práctica profesional durante el 2008, tuvieron la oportunidad de desarrollar proyectos concretos de su especialidad, con un contacto directo con la realidad laboral.

Revertir la estacionalidad de la demanda diversificando la oferta turística fue una de las estrategias que se mantuvo para el año 2008 la Dirección de Comunicaciones del municipio viñamarino . Su objetivo es incorporar los nuevos roles emergentes en la ciudad, como sede de congresos y ferias empresariales y de negocios, y de eventos científicos - tecnológicos, culturales y deportivos, mediante una alianza público-privada para la calendarización de eventos Otoño - Invierno, entre otras.

Para el cumplimiento de esta estrategia, el Departamento de Gestión e Imagen Corporativa, el Departamento de Cultura, y el Departamento de Cinematografía, han sido los principales operadores:

**Departamento de Gestión e Imagen Corporativa:** Este departamento tiene como misión general, además de velar por la imagen de ciudad, coordinar con el sector privado y otras dependencias municipales -fundamentalmente con Prensa, Cultura, Turismo y Dideco, entre otras- la organización y difusión de actividades que tengan directa relación con el desarrollo económico, cultural, social y corporativo de la Municipalidad de Viña del Mar. Su principal objetivo fue:

- **Reforzar la Gestión y Alianza con el sector privado:** En el periodo 2008 se obtuvieron resultados positivos. Esto lo podemos demostrar en base a la conservación y mantenimiento de una cartera de empresas que prestaron auspicio en los eventos realizados por el municipio.

**La sección de Marketing,** Imagen Ciudad y Planificación de Medios se encuentra estructurada y con lineamientos de trabajo que llevan consigo objetivos tendientes a la difusión de actividades, monitoreos por la ciudad, autorización y ordenamiento de pendones en vía pública, presencia de imagen en todos los eventos municipales -y donde el municipio tenga algún tipo de participación-, normar el uso de la imagen municipal en dependencias del municipio, elaboración de un marketing interno, participación en el proceso de elaboración de las bases de merchandising del municipio.

La función del planificador de medios es la elaboración de un programa que sistematice y ponga en desarrollo un Plan de Medios, a través de una planificación, negociación, control y puesta en marcha de las diferentes Campañas de Difusión del Municipio, mediante una gestión de intermediación con los distintos medios de comunicación escritos, radiales, electrónicos y televisivos. Importante es agregar que dichos medios poseen coberturas tanto regionales, nacionales como internacionales.

Como dato de esta función, es el ahorro de **\$ 70.751.554**, por parte del Municipio en el año 2008, por concepto de negociaciones en las campañas de difusión.

- **Producción de eventos:** Durante el año 2008 se realizaron más de 49 eventos realizados por el Departamento de Gestión e Imagen Corporativa; y se dio apoyo a más de 200 actividades de otros departamentos, y eventos externos. Entre las actividades organizadas y/o coproducidas se encuentran: Fiestas Patrias; Festival Internacional de Cine; Festival Internacional de la Canción; Concurso de Castillos de Arena; Lanzamiento del Verano; Gala del 21 de Mayo; Día Internacional de la Mujer; Día del Niño; Aniversario Municipalidad; Navidad Cristiana; Año Nuevo en el Mar, Fiesta del Roto Chileno, Festival de Cine Digital, Día de la Madre, Fiesta de San Pedro y San Pablo, etc.
- **Creación y apoyo a nuevos eventos:** Destaca entre los eventos realizados y apoyados por el municipio, ATP Tour, Copa Viña del Mar, Festival del Cantar Universitario, Festival del Cantar Vecinal, Triatlón Internacional, Derby Sporting Club, Cine bajo las estrellas, Conciertos de Verano Quinta Vergara, Exp. Kennel Club,

Exposiciones Florales, Festival Internacional de Teatro, Campeonato Internacional de Bicicross, Campeonato Internacional de Rugby, Golf Granadilla, Inauguración Complejo Deportivo El Maitén, etc. Se dio especial apoyo a congresos y seminarios tales como: Encuentro de Corporaciones, XII Encuentro Empresarial, Congreso de Jueces de Policía Local, Congreso de Personas Mayores, Feria del Mercado Laboral, Cumbre Iberoamericana, Expoconstrucción, Expo Naval, Pop Fashion, etc.

**Departamento de Cultura:** El segundo eje para organizar actividades que permitan cumplir con el principal objetivo de esta Estrategia (revertir la estacionalidad) fue el lograr un mejor aprovechamiento de los espacios públicos, para producir un acercamiento de la cultura a la comunidad, a través de un sostenido programa de Extensión Cultural. Este programa estuvo dirigido a los barrios y a los espacios culturales existentes, tanto en el centro, como en los sectores altos de la comuna; ofreciendo así espectáculos de calidad a los turistas y a los vecinos de la comuna.

En efecto, la cifra de asistentes a las diversas actividades en la que está involucrada esta unidad alcanza las **35.500 personas**.

La cifra de asistentes a las diversas actividades organizadas por esta unidad en forma directa o colaborando con los privados, muestra un aumento significativo tanto en cantidad, como en calidad de las actividades realizadas por una parte y en las personas que asistieron a ellas por otra. Respecto a la calidad, es manifiesto el mejor nivel artístico de los espectáculos y el mayor nivel de exigencia de los espectadores.

En el año 2008 la Oficina de Proyectos dependiente de la Dirección de Cultura, tuvo especial relevancia en la programación de actividades que potenciaron los espacios públicos de la ciudad, en el verano destacaron “Programa América canta en Libertad”, “The Universal Orchestra”, “Día del Libro y Derecho de Autor”, y “VII Temporada de Conciertos”.

Para el Día del Libro, se exhibieron dos Obras del Teatro Infantil de la Compañía María Bonita y Bombón, además, se realizó una jornada de lectura, además se programó el Circuito Cuenta Cuentos, un Café Literario y un Ciclo de Conferencias con los escritores Jorge Edwards, Manuel Peña y José Varas.

En el marco de la Temporada de Conciertos, se realizaron 10 presentaciones, en distintas parroquias de la ciudad, con presencia de 10.000 personas, en la que participaron La Orquesta de la Cámara de Chile, con presencia de 10.000 personas, en la que participaron La Orquesta de Cámara de Chile, Trío Doyan y Guitarras Guitarreras, Quinteto de Cuerdas y Coro de UVM, y Agrupación Lírica Ciudad Jardín.

Se destaca entre los eventos misceláneos, Cine con bufanda, Programa de Lectura del Espacio Infantil (Talleres de Pintura y Títeres), Cine Infantil Navideño y Conciertos de Navidad, II Encuentro con la Música (en el frontis del Centro Cultural), Programa de Itinerancia Artística en dependencias Municipales y y El Fondo de Iniciativas Artístico Culturales Comunes FIACC (70 organizaciones postulantes).

**a) La Quinta Vergara :** Se ha consolidado como un recinto cultural, recreacional y turístico, en sus diversos espacios, tales como Anfiteatro, Palacio Vergara,



Museo de Bellas Artes, Recinto Ferial de Potrerillos y Parque Patrimonial, en los cuales se realizó un número importante de actividades que convocaron la asistencia de 722.000 personas aproximadamente.

**b) Anfiteatro de la Quinta Vergara:** Cerca de **325.000 personas** asistieron a los diversos eventos realizados por la Municipalidad y la empresa privada en el renovado escenario de la Quinta Vergara, que totalizaron **20 mega eventos**, de gran impacto nacional e internacional, algunas de ellas tales como el Concierto de Verano, Cruz Power Music, Concierto de Los Jaivas e Intillimani, Fan Viña, Día del Niño, Día Internacional de la Juventud, Concierto de Pedro Fernández, Concierto de Rick Wakeman, Ballet Cascanueces, Cine Bajo Las Estrellas, Concierto de Navidad, Festival Internacional de la Canción.

**c) Palacio Vergara:** Este activo recinto de la cultura presentó numerosos conciertos corales e instrumentales. Además, se efectuaron conferencias, reuniones, exposiciones y desfiles de moda. También se dictaron charlas, seminarios, talleres y ceremonias para **un total de 29.700 personas aproximadamente**.

**d) Museo de Bellas Artes:** **44.315** personas visitaron el recinto, aumentando considerablemente las visitas recibidas en años anteriores. La Sala Carlos Hermsilla, destinada a exposiciones, destacando Fotografía y Arte Digital de Jorge cartón, Fractales de Rossana Vaccari, Intervención Urbana de Francisco González, Pinturas de Patricio Espinoza, Instalación de Vanesa Bocardo, Bienal de Dibujo, muestra de Cerámica “Nuevas Manos”, recibió a 33.236 asistentes. En la Escuela de Bellas Artes se inscribieron 220 alumnos, de los cuales 50 fueron

becados, los que cursaron talleres de pintura, grabado, escultura, cerámica y esmalte.

**e) Parque Potrerillos:** Este recinto acogió a la tradicional Feria Internacional de Artesanía, versión número 49, y al Zoológico Educativo, visitados por más de **323.000 personas**.

**f) Teatro Municipal:** Se encuentra en un proceso de modernización impulsado y gestionado por la Dirección de Comunicaciones en conjunto con la Empresa Proexsi, en relación a la implementación de la primera etapa de la “**Taquilla Virtual**” (venta de entradas vía Transbank), lo que pondrá a éste a la altura de los grandes teatros del mundo.

En el 2008 se realizaron **259 funciones**, a las que asistieron **168.567 personas**. Tuvieron cabida todas las expresiones artísticas como la danza, encuentros corales, la ópera, el teatro (infantil y adulto), la música clásica, música popular, folclor, música moderna y contemporánea, mimos, ceremonias, congresos, conferencias, cine y programas de televisión.

Algunos de los artistas que se presentaron fueron Magdalena Matthey e Isabel Parra, Pablo Milanés, Alberto Plaza, Cristina Tocco, Álvaro Salas, José Alfredo Fuentes, Kramer, Roberto Bravo, Alberto Cortez, Buddy Richard, Jorge Rojas, Festival de Cine Digital, Show Lazy Town, Alvaro Scaramelli, Gloria Simonetti, Los Quincheros, Estela Raval y los 5 Latinos, Tango Music may, Los Jaivas, Inti Illimani, Orquesta de Horacio Saavedra, Eduardo Peralta y Felo, Myriam Hernández, Recital de Jean Luc Ponty, Tangoloco, Concurso de Ejecución Musical Dr. Luis Sigall, Estreno de la películas Las Locas, Diego y Frida, Jack 21, Sex and the City, Dinosaurios y El Volcán, Viña del Mar se viste de Folclor, Festival Internacional de Cine, Gala del Mar, Teatro Negro de Praga, El Mercader

de Venecia, 31 Minutos, Horas contadas, XX Festival de Cine Internacional . Uno de los eventos tradicionales del recinto que tuvo gran éxito fue la XV Temporada Oficial del Teatro Municipal.

**g) Palacio Carrasco:** Una activa labor desarrolló el principal centro cultural viñamarino, que recibió a **95.000 visitantes** que participaron en más de **1.283 actividades**. Este año se efectuaron 42 exposiciones de fotografías, acuarelas, cerámicas y pintura, para fomentar a los artistas nacionales y extranjeros, destacando la colección del Banco Central, Uniformes con Historia de la Armada de Chile, Arte y Cultura Budista, Luz del Sur, Acuarelas de Arequipa, Homenaje al escultor Ricardo Santander y Museo Interactivo Mirador. Además, se efectuaron 1.283 talleres de teatro, danza y literatura; representaciones teatrales; charlas y conferencias; exhibiciones de cine y video; presentaciones de libros; reuniones, cursos de capacitación y ceremonias.

**h) Palacio Rioja:** **20.910** asistieron a 20 actividades organizadas durante el 2008, consistentes en conciertos, charlas, conferencias y seminarios, lanzamientos de libros y de proyectos de los diversos departamentos municipales, además, al museo asistieron **18.740 personas**.

**i) Conservatorio Izidor Handler:** Un total de **57 presentaciones** realizó la unidad académica, con la participación de profesores y estudiantes, con **6.000 asistentes en total**. Además, el establecimiento impartió clases a **192 alumnos**, de los cuales **102** son becados, en las cátedras de piano, guitarra clásica, flauta travesa, oboe, clarinete, fagot, corno, trompeta, trombón, violín, viola, violonchelo, contrabajo, percusión (batería), canto, teoría y solfeo, conjunto coral,

conjunto instrumental (conjunto de vientos, jazz, orquesta), danza clásica, danza moderna y danza contemporánea.

**Departamento de Cinematografía:** Dependiente de la Dirección de Comunicaciones, estuvo encargada de organizar el **XX Festival Internacional de Cine de Viña del Mar**, a cuyas actividades asistieron **30.000 personas** durante los siete días del certamen.

Se exhibieron durante siete días en el Teatro Municipal de Viña del Mar, Cine Arte de Viña, dos salas del Cinemark y el Auditorio DUOC UC Viña del Mar películas en competencia, provenientes del mundo latino e iberoamericano, en diferentes formatos, tales como: largometrajes cortometrajes y documentales.

Paralelamente se presentaron ciclos, muestras, conferencias, encuentros, charlas académicas, mesas de negocios, patio tecnológico, Boulevard del Cine ( Mall Marina Arauco), conferencias de prensa, fiestas, cenas y otras actividades paralelas relacionadas con el evento que convocaron una gran cantidad de prensa y público.

Participaron filmes provenientes de: Argentina, Brasil, Perú, Uruguay, Ecuador, Colombia, Venezuela, México, Cuba, USA, Canadá, España, Italia, Alemania, Puerto Rico, Costa Rica, Francia y Chile.

### **Programa Página WEB para el área de desarrollo turístico**

Ante la necesidad de difundir el turismo de la comuna, se creó el sitio oficial tecnológico de punta, para que esté al alcance de todos aquellos que utilizan Internet tanto en el ámbito nacional como internacional.

Los objetivos de esta acción son la de contar con un medio propio para mostrar los atractivos turísticos, hotelería y gastronomía, mostrar calendario con las actividades y eventos más importantes que se realizan en la región, interactuar

con las personas que visitan este sitio y entregar respuesta rápida a las consultas de usuarios.

### **Promoción de la Ciudad**

A las iniciativas culturales y turísticas mencionadas precedentemente, en lo referido a Marketing y Comunicación, se suman, en el marco del Programa de Promoción Internacional la participación de la ciudad en distintas ferias internacionales buscando posicionar a Viña del Mar como uno de los destinos turísticos más importantes del país, a saber:

#### **La Feria Internacional de Turismo FITUR 2008**

Realizada en la ciudad de Madrid, España, esta feria es un foro ya consolidado y de alto prestigio, destinado a servir de plataforma de promoción y comercialización de los destinos turísticos mundiales.

Cada año cerca de cien mil profesionales relacionados directamente con la industria turística y un número aun mayor de público interesado, busca su próximo destino turístico. A ella concurren operadores mayoristas españoles, europeos e internacionales, no olvidando también la presencia de importantes agencias de viajes, compradores internacionales, casas de intercambio y otros estamentos de viajes.

### **Programa City Tours**

Se realizaron a lo largo del año diversos City Tours por la ciudad de Viña del Mar, los cuales abarcan Parque Quinta Vergara (Museo y Anfiteatro), Plaza José Francisco Vergara, Avda. Libertad, Museo Fonck, Palacio Rioja, Sporting Club, Laguna Sausalito y estadio, Borde Costero, Playa Reñaca, Mirador Cochoa, Avda. San Martín, Avda. Perú, Castillo Wulff, Reloj de Flores y Avda. Valparaíso.

Este servicio se brinda a instituciones sociales y culturales, clubes deportivos, entidades públicas y por expresa petición de Alcaldía.

**La Feria Internacional ABAV 2008, en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil.**

La Feria Internacional de Turismo organizada por ABAV, constituye una de las más importantes del circuito ferial americano. Originalmente dirigida a empresas latinoamericanas de turismo, se abrió a expositores de países europeos. Su principal ventaja es que es un referente de negocios para los agentes de viajes y tours, operadores brasileiros, latinoamericanos y europeos, quienes buscan en ella conocer nuevos destinos y productos, renovar ofertas y exponer nuevos mercados.

Es importante destacar que Viña del Mar participó con stand propio.

**Apoyo y Entrega de Material de Información Turístico En Periodo Estival**

Entre enero del 2008 y marzo del 2008, funcionaron módulos de Informaciones Turísticas en diversos puntos de la comuna, todos ellos atendidos y bajo la responsabilidad de estudiantes del área de turismo del DUOC UC.

Estos módulos además sirven como bases operativa a personal de Seguridad Ciudadana.

**Calendario Mensual de Actividades “Todo Viña”**

Se dio continuidad a la elaboración y distribución del calendario mensual de actividades “Todo Viña”. Con un formato ágil y de alta calidad de impresión, y es entregado en nuestras oficinas de Informaciones Turísticas, además se lo distribuye gratuitamente directamente en hoteles, edificios residenciales (segundas viviendas) y otros puntos de interés

**Feria Internacional de Turismo América Latina 2008, Buenos Aires, Argentina**

Esta es una importante Feria Turística a nivel latinoamericano, constituye el punto de promoción más relevante en la República Argentina, en la cual el producto Viña del Mar se pone en contacto directo con la cadena de comercialización turística.

**Feria CVC, Sao Paulo, Brasil 2008**

El operador mayorista brasileño CVC desarrolla una Feria Turística destinada a la promoción nacional (Brasil) e internacional (América Latina y Europa) de sus productos – destinos. A ella asisten operadores y agencias de viajes del Brasil. La actividad está dirigida a profesionales especializados del ámbito turístico, encargados de promocionar y vender diversos destinos en Brasil y en el exterior.

CVC, como operador mayorista, maneja el 60% del turismo emisor brasileño.

Los objetivos perseguidos con la asistencia a esta Feria fueron dar continuidad al programa de penetración del destino Viña del Mar en el mercado brasileño iniciado en el año 2006; reforzar las relaciones con Tour Operadores brasileños y argentinos, en cuanto a actualizar la información y el interés por el destino y, promocionar entre los operadores mayoristas, la oferta turística y comercial global de Viña del Mar, presentándola como uno de los ejes estructurantes del turismo nacional y regional.

**Información Turística a Cruceros que arriban al Puerto de Valparaíso**

Con motivo del arribo de numerosos cruceros con turistas al Puerto de Valparaíso, se instaló un stand provisorio destinado a prestar información turística a los pasajeros y tripulantes de dichas naves, con el propósito de difundir los atractivos turísticos de la ciudad de Viña del Mar.

**Traducción a idioma inglés de texto turístico**

Esta acción corresponde a la traducción al idioma inglés de un texto con 5 ejes temáticos de la promoción turística de la ciudad de Viña del Mar que contempla Playa y Borde Costero, Palacios y Museos, Parques y Áreas Verdes, Enogastronomía y Juegos y Diversión.

**Lanzamiento Verano 2008 – 2009**

Se desarrolla evento promocional en la ciudad de Mendoza, Argentina. La Sra. Alcaldesa da conferencia de prensa a medios periodísticos argentinos y posteriormente ofrece una recepción oficial donde explica y presenta la Oferta-Verano 2008 de la ciudad de Viña del Mar. De modo paralelo, se realiza un “Sampling” en vía pública (Paseo Sarmiento).

La inversión municipal en esta actividad ascendió a la suma de \$ 19.811.200.-

**Publicaciones en Revistas Especializadas del Mercado Nacional**

Corresponde al plan de medios especializados en temas de viajes y turismo, en el mercado nacional.

Se utiliza este mecanismo de mercadeo (avisos publicitarios) para promocionar el destino turístico “Viña del Mar”, en el mercado nacional de medios especializados.

En esta acción la municipalidad invirtió la suma de \$ 10.139.800.-

**Misión de Negocios Argentina, Público – Privada.**

Gira de prospección del mercado turístico argentino para la temporada 2008 – 2009. Visitando las ciudades de Buenos Aires, Córdoba, y Mendoza.

El objetivo de esta gira fue tomar contacto personal con empresarios y sector público argentino, relacionados con el quehacer turístico emisor. Se buscó



consolidar y establecer lazos que permitan interactuar de modo conjunto en áreas de promoción y de interés común.

### **Confección de display Para “Todo Viña” y Folletería Turística General**

Se necesitaba contar con un display para contener de modo ordenado y bien presentada la folletería turística institucional, facilitando su acceso al turista.

Los display se instalaron en diversos hoteles y puntos de interés de la ciudad de Viña del Mar.

### **Diseño de Productos Turísticos de Intereses Especiales de las Comunas de Valparaíso, Viña del Mar y Concon**

El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) financia en colaboración con los municipios de Valparaíso, Viña del Mar y Concon, el diseño y puesta en valor de 4 rutas o productos de interés turístico.

Se busca desarrollar nuevos productos turísticos y / o fortalecer los existentes, creando rutas comunes que unan el espacio territorial entre Valparaíso y Concon. Simultáneamente la ejecución del Proyecto contempla “un plan de marketing y estrategia de medios” orientado a difundir cada ruta. La ejecución del proyecto por acuerdo entre los municipios participantes quedó en manos del Instituto de Geografía de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Con este proyecto se obtuvieron \$ 33.000.000 de parte de SERCOTEC.

### **Lanzamiento de la Temporada Otoño – Invierno 2008**

Acción promocional que forma parte del plan de marketing turístico para el mercado nacional.

Evento dirigido a captar el interés del público final y medios especializados.

Participan Cámaras de Turismo y Asociaciones Gremiales del sector.

### **“Marketing Nacional” del Programa Viña del Mar CONVENTION BUREAU**

Se contrató publicidad en periódicos y revistas y se realizó campaña de marketing directo orientada a todas las organizaciones gremiales, colegios profesionales, universidades y autoridades nacionales. Además, a través de nuestro boletín bimensual se mantuvo contacto durante todo el año mediante seis ediciones distintas, con un total aproximado de 4.200 ejemplares distribuidos en el mercado regional.

Se fortalecieron las alianzas para la promoción de Viña del Mar con Turismo Chile y con los Convention Bureaus de Chile, esta última, liderada por Viña del Mar por segundo año consecutivo y mediante la creación de una imagen corporativa para esta agrupación.

Los objetivos de este programa fueron el de posicionar la ciudad de Viña del Mar como destino de reuniones en el mercado nacional y que los directivos nacionales de asociaciones y empresas públicas y privadas elijan a Viña del Mar, gracias a sus atributos y ventajas, como el mejor lugar del país donde realizar congresos, reuniones y viajes de incentivos.

### **“Marketing Internacional” del Programa Viña del Mar CONVENTION BUREAU**

Principalmente, se participó en dos ferias internacionales especializadas en Turismo de Negocios, una internacional, en conjunto con el Departamento de Turismo, en Brasil, y una especializada en Santiago, cuya participación y financiamiento fueron compartidos con empresas privadas de la comuna y que se dirigió al segmento internacional de la especialidad.

Fuimos co-sede con Santiago del WORKSHOP ICCA Latinoamericano, que se realizó por primera vez en nuestro país, donde participaron los dirigentes de 16

organizaciones profesionales internacionales que buscan sede alrededor del mundo para la realización de sus futuros congresos. En esta ocasión, empresarios privados de la ciudad financiaron esta inspección en servicios equivalentes a un valor aproximado de \$ 1.900.000.

También se contrató publicidad en revista extranjera especializada en el turismo de reuniones.

Como consecuencia de lo anterior, se contactaron 43 organizaciones internacionales que eventualmente podría realizar eventos internacionales en nuestra ciudad.

Por otra parte, por segundo año consecutivo, Viña del Mar aparece en el ranking internacional ICCA como sede de congresos de rotación mundial.

**“Postulación de Viña del Mar como Sede de Congresos” a través del Programa Viña del Mar Convention Bureau:** Se requirió reactualizar membresía anual al organismo internacional ICCA –International Congress and Convention Association-, que principalmente nos proporciona, al acceder a su base de datos, información detallada, actualizada y especializada de los Congresos internacionales que se celebran y rotan por todo el mundo.

También se atendieron visitas inspectivas que evaluaron las condiciones de la ciudad y la calidad de las ofertas y servicios ofrecidos.

Como consecuencia de ello, se contactaron 30 organizaciones internacionales y se concretaron cuatro postulaciones para los próximos años, las cuales se ganaron para Viña del Mar como ciudad sede.

**“Atención de Congresos” del Programa Viña del Mar Convention Bureau:** La atención a congresos se realiza con anticipación y durante su realización, otorgando asesoría, apoyo logístico y la instalación de un stand con una anfitriona

que proporciona información turística a los asistentes. Involucra coordinar servicios públicos de la ciudad, contactar las empresas privadas especializadas y eventuales recepciones artísticas cuando se requieren.

Durante el año 2008 se atendieron tres importantes congresos nacionales con un total de 2250 delegados y dos internacionales con una asistencia de 1000 delegados, que sumaron 3250 participantes nacionales y extranjeros que fueron apoyados directamente por el Viña del Mar Convention Bureau.

También se elaboró una guía turística bilingüe (inglés-español) especializada para el delegado que empezará a distribuirse durante el año 2009.

## **OBJETIVO 1.2.**

### **Gestionar la Consolidación y Mejoramiento de la Accesibilidad y Conectividad del Entorno Regional**

Se pretende desarrollar y consolidar un liderazgo de la autoridad local para la concreción de inversiones sectoriales en obras de infraestructura en los diferentes corredores de desarrollo que optimicen los flujos de intercambio con los mercados turísticos existentes y potenciales, a nivel de Corredor Bioceánico, Macrozona Central y Gran Valparaíso.

A nivel Intercomunal, destacan importantes obras de vialidad, que se ejecutaron o continuaron su ejecución durante el año 2008, las cuales permitirán mejorar la calidad de vida de los residentes de la comuna como de los habitantes de la región. Estas obras corresponden a:

**Mejoramiento de la ruta 60 CH**

Doble calzada, barreras divisorias y cuatro grandes desniveles para los principales cruces, son algunas de las obras consideradas en la segunda etapa del mejoramiento de la ruta 60 Ch., que el año 2008 se focalizaron en el sector Rotonda Santa Julia y acceso a Reñaca. Las obras tendrán un valor de \$ 6.500.000.000, y están siendo ejecutadas por la Dirección de Vialidad a través de las Empresas contratistas Ferrovial Agroman Chile S.A.

**LÍNEA ESTRATÉGICA 2****Consolidar la Vocación Turística de la Ciudad en Asociación con su Patrimonio de Recursos y Atributos Locales**

La estrategia pretende, en general, singularizar las características de la oferta turística local utilizando como soporte los atributos naturales de su entorno y el patrimonio histórico y arquitectónico de la ciudad.

**OBJETIVO 2.1.****Reforzar su Imagen Urbana en Armonía con su Entorno Natural**

La estrategia está dirigida a destacar el carácter e identidad urbana de Viña del Mar, jerarquizando su desarrollo físico en armonía con los recursos naturales, ambientales y paisajísticos, como un mecanismo de soporte del rol turístico (Borde Costero, Estero, y Grandes Parques y Áreas Verdes), posicionando la calidad urbanística como uno de los atractivos turísticos de mayor relevancia. En este contexto el borde costero comunal constituye un atributo esencial para turistas provenientes de Santiago y de las provincias de Cuyo y Mendoza, por el carácter mediterráneo del mayor mercado objetivo de la comuna.

Implementando la política de incorporar nuevos atributos turísticos a la oferta de la ciudad, a principios de este año, se formalizaron los contratos con los adjudicatarios de las licitaciones llamadas por la Municipalidad para concesionar los terrenos frente a las playas de Los Marineros, Acapulco y Caleta Abarca. Cumplido este trámite, se inició y avanzó en el proceso de desarrollo y revisión de los proyectos de arquitectura y especialidades de cada una de las construcciones que albergarán el equipamiento turístico y de servicio ofertado para playas, que culmina con el otorgamiento del permiso de edificación bajo las condiciones de la Ley Lorca.

**Parque Costero**

Generalizar la vigilancia de los estándares que, en conjunto, consideremos los apropiados para el tipo de turismo que queremos acoger como ciudad y sociedad, es también una tarea prioritaria si queremos mantener durante todo el año el atributo de ser la principal ciudad turística de Chile. El Plan Estratégico de

Turismo dio señales claras en este sentido que hay que seguir examinando y actualizando.

Asociado al rescate patrimonial de recursos naturales y arquitectónicos de la ciudad de Viña del Mar, se hace necesario dotarles de valor de uso. Para ello la capacidad de imaginación y gestión municipal pro-activa de estos bienes inmuebles es la que se pone en juego. Ejemplo de esta estrategia fue la continuación del Parque Costero con la que se logró generar, además del paseo, lugares en torno a programas y funciones definidas en un área determinada diseñada bajo un concepto moderno de equipamiento y forma, que presta servicio a las familias durante todo el año. Se ha buscado construir la relación de la playa con el paseo borde superior, a través de un espacio intermedio desde el cual se acceda a las arenas de un modo paulatino y habitable. En esta tercera etapa el municipio invirtió una cifra de **\$659.498.639**.



## OBJETIVO 2.2.

### **Aprovechar el Patrimonio Urbanístico y Arquitectónico como refuerzo del Rol Turístico Comunal**

El patrimonio de Viña del Mar que radica sustantivamente en la forma de vida de sus habitantes, cristalizada en realizaciones arquitectónicas y usos espaciales, demanda una intervención plural para su distinción y consolidación. En esta perspectiva se promueve una intervención que ponga en valor no sólo cultural sino también social y económico (a través de la actividad turística) el patrimonio de Viña del Mar.

#### **2.2.1. La Gestión Público-Privada para consolidar a Viña del Mar como el Centro del Turismo Nacional e Internacional de Chile**

En el año 2008 destacan un conjunto de iniciativas de carácter habitacional destinadas tanto a la residencia permanente como al habitante de segunda residencia, las que se presentan a continuación desagregadas por su localización:

##### **Sector Población Vergara**

- EDIFICIO ( predio donde se emplazaba el Colegio de los S.S.C.C., establecimiento que fue demolido ) SAGRADOS CORAZONES DE INMOBILIARIA E INVERSIONES RVC S.A. ubicado en calle 2 Norte N° 619, Rol de Avalúo N° 30-1, se autorizó la construcción de un edificio de 20 pisos con destino habitacional con 117 departamentos, 157 estacionamientos y 118 bodegas



- EDIFICIO DE OFICINAS DE INVERSIONES CARENPA S.A. ubicado en 12 Norte N° 785, Rol de Avalúo N° 194-12, se autorizó mediante Permiso de Obra Nueva N° 186-08 para un edificio de 14 pisos con destino oficinas con 223 estacionamientos con una superficie de 15.174,10 m².
- EDIFICIO SOC. INMOBILIARIA NUMANCIA ubicado en calle 9 Norte N° 1024 Rol de Avalúo N° 141-18, se autorizó mediante Permiso de Obra Nueva N° 28-08 la construcción de un edificio de 16 pisos con destino habitacional con 88 departamentos, 88 bodegas y 107 estacionamientos con una superficie total de 8.809,76 m².
- EDIFICIO VIA ORIENTE ubicado en calle 9 Norte N° 834 Rol de Avalúo N° 139-26, se autorizó mediante Permiso de Obra Nueva N° 43-08, la construcción de un edificio de 16 pisos con destino habitacional con 45 departamentos y 60 estacionamientos con una superficie total de 5.395,95 m².
- EDIFICIO FONDO DE INVERSION PRIVADO LOS CASTAÑOS ubicado en Avenida Los Castaños N° 333 Rol de Avalúo N° 80-27, se autorizó mediante Permiso de Obra Nueva N° 47-08, la construcción de un edificio de 21 pisos con destino habitacional con 109 departamentos y 150 estacionamientos con una superficie total de 13.107,91 m².
- EDIFICIO INMOBILIARIA 5 NORTE 547 S.A. ubicado en calle 5 Norte N° 537 Rol de Avalúo N° 88-3, mediante Permiso de Obra Nueva N° 59-08, se autorizó la construcción de un edificio de 14 pisos con destino habitacional con 76 departamentos y 94 estacionamientos con una superficie total de 9.835,63 m².

- EDIFICIO CLINICA ASOCIACION CHILENA DE SEGURIDAD ubicado en calle Quillota N° 999, Rol de Avalúo N° 167-12, se autorizó la construcción de un edificio de 6 pisos con destino salud con una superficie de 3.786,41 m<sup>2</sup>.

**Sector Reñaca**

- EDIFICIO MIRAMAR REÑACA ubicado en Avenida Costa de Montemar N° 50, Rol de Avalúo N° 3120-19, mediante Permiso de Obra Nueva N° 02-08, se autorizó la construcción de 2 edificios de 10 y 18 pisos con destino habitacional con 152 departamentos y 191 estacionamientos con una superficie total de 20.458,96 m<sup>2</sup>.
- EDIFICIO REÑACA NORTE DE INMOBILIARIA SOL DE REÑACA S.A. ubicado en Avenida Reñaca Norte N° 7 y 55, Rol de Avalúo N° 3120-20, mediante Permiso de Obra Nueva N° 192-08 se autorizó la construcción de dos edificios de 29 pisos con destino habitacional con 126 departamentos, 196 estacionamientos y 90 bodegas con una superficie total de 18.902,27 m<sup>2</sup>.
- EDIFICIO ubicado en calle Angamos N° 650, Rol de Avalúo N° 3026-6, Rol de Avalúo N° 3026-6, se autorizó la construcción de un edificio de 4 pisos con destino habitacional con 47 departamentos y 51 estacionamientos con una superficie total de 3.578,23 m<sup>2</sup>

- EDIFICIO OCEANO I ubicado en Pasaje El Encanto N° 823 sector El Encanto, Rol de Avalúo N° 3108-17, mediante Permiso de Obra Nueva N° 102-08 se autorizó la construcción de un edificio de 4 pisos con 6 departamentos con una superficie de 1.947,79 m².
- EDIFICIO INMOBILIARIA LA CABAÑA LTDA. ubicado en calle El Encanto N° 880, Rol de Avalúo N° 3101-18, mediante Permiso de Obra Nueva N° 107-08 se autorizó la construcción de un edificio de 5 pisos con 8 departamentos con una superficie de 1.036,01 m².

**Sector Centro**

- EDIFICIO SUN CITY ubicado en calle Viana N° 967, Rol de Avalúo N° 676-6, se autorizó la construcción de un edificio de 14 pisos con destino habitacional con 274 departamentos, 4 locales comerciales y 140 estacionamientos con una superficie total de 17.682,56 m².
- EDIFICIO VIANA de la Inmobiliaria Altas Cumbres S.A. ubicado en calle Viana N° 837, Rol de Avalúo N° 675-7, mediante Permiso de Obra Nueva N° 168-08, se autorizó la construcción de un edificio de 20 pisos con destino habitacional con 118 departamentos, 2 locales comerciales y 81 estacionamientos con una superficie 9.542,56 m²
- EDIFICIO PIEMONTE ubicado en calle Lampa N° 368, Rol de Avalúo N° 1222-19, se autorizó la construcción de un edificio de 8 pisos con destino habitacional con 38 departamentos y 38 estacionamientos con una superficie total de 4.031,47 m².

**Sector Centro terrenos de la Ex Crav, Seccional de Renovación Urbana**

- EDIFICIOS VIÑA CLUB I Y II ubicados en calle Limache N° 1280 y 1300, Rol de Avalúo N° 686-57 mediante Permiso de Obra Nueva N° 85-08 se autorizó la construcción de dos edificios de 25 pisos con destino habitacional con 365 departamentos, 249 estacionamientos con una superficie total a edificar de 36.134,62 m².
- EDIFICIOS LIMACHE VIANA ubicados en calle Limache N° 1210, Rol de Avalúo N° 686-59, mediante Permiso de Obra Nueva N° 16-08 se autorizó la construcción de 2 edificios de 28 pisos con destino habitacional con 383 departamentos, 249 estacionamientos y 217 bodegas con una superficie total a edificar de 31.362,76 m².

**Sector Miraflores Bajo**

- EDIFICIO “GUARD SERVICE, SISTEMAS DE SEGURIDAD Y SERVICIOS LTDA” ubicado en calle Los Olmos N° 142, Rol de Avalúo N° 422-1, se autorizó un edificio de dos pisos con destino Equipamiento con una superficie total de 1.164,03 m².

**Sector Santa Inés**

- EDIFICIO ALTO SALINAS ubicado en calle Plaza Los 14 asientos N° 55, Rol de Avalúo N° 327-1, se autorizó la construcción de un edificio de 19 pisos con destino habitacional con 156 departamentos, 208 estacionamientos y 156 bodegas con una superficie de 21.748,1 m².

### Sector Reñaca Alto

- EDIFICIOS COMITÉ RAYEN ubicado en Avenida Quinta N° 152 , Rol de Avalúo N° 3556-1, se autorizó mediante el Permiso de Obra Nueva N° 181-08 la construcción de un Condominio de Viviendas Sociales compuesta de 3 edificios de 4 pisos con destino habitacional con 48 departamentos y 24 estacionamientos con una superficie de 3.067,62 m<sup>2</sup>
- CONDOMINIO DE 23 VIVIENDAS DE INMOBILIARIA MANAO ubicado en Avenida Novena N° 850, Rol de Avalúo N° 3634-2, autorizado por Permiso de Obra Nueva N° 215-08 para construcción de 23 viviendas de dos pisos con una superficie de 1.214,65 m<sup>2</sup>

### Sector Cerro Castillo

- EDIFICIO EGLO CHILE ILUMINACIÓN LTDA ubicado en Avenida España N° 12, Rol de Avalúo N° 608-1, se autorizó mediante Permiso de Obra Nueva N° 188-08, un edificio de 4 pisos con destino habitacional y locales comerciales con una superficie de 1.228, 34 m<sup>2</sup>

La localización de los citados permisos refleja el fuerte crecimiento inmobiliario en el sector Centro de la Comuna, **en particular con el nuevo par vial Viana-Avares, donde se construyen y proyectan nuevas edificaciones.**

### Anteproyectos ingresados

Se autorizaron 34 Anteproyectos de edificación (de los que se descuentan 2 en proceso de revisión), los que consultan una superficie autorizada de 186.586,4 m<sup>2</sup> superficie que disminuye con respecto a los más de 580.374,77 m<sup>2</sup> autorizados

en el año 2007. En su localización, se destacan cuatro sectores que concentran la mayor cantidad de superficie, como son, Centro, Reñaca, Santa Julia y Gómez Carreño. Esta tendencia está directamente relacionada con los Permisos de Obra Nueva que se autorizan posteriormente, ya que éstos se presentan luego como Solicitudes de Permisos de Edificación. Y, subsiguientemente, si se resuelve por parte de los interesados su ejecución, esto se verá reflejado en las estadísticas de la superficie autorizada en el año 2009 y el 2010.

Se destacan los siguientes **Anteproyectos de edificación**:

#### **Sector Población Vergara**

- Inmobiliaria Victoria S.A. solicita aprobación de anteproyecto de edificación para propiedad ubicada en calle 2 Norte 1013, Rol de Avalúo N° 34-1, para un edificio de 10 pisos más 2 subterráneos con destino habitacional con una superficie de 8.829,22 m<sup>2</sup>, aprobado por AAE N° 24-08.

#### **Sector Centro**

- Inmobiliaria Paz 100 Ltda. solicita aprobación de anteproyecto de edificación ubicado en calle **Viana N° 1635**, Rol de Avalúo N° 689-10, para un edificio de 15 pisos con destino habitacional con 236 departamentos, locales comerciales y 137 estacionamientos entre otros más 2 subterráneos con una superficie de 15.804,93 m<sup>2</sup>, aprobado por AAE N° 19-08.
- Inmobiliaria Altas Cumbres S.A. solicita aprobación de anteproyecto de edificación ubicado en calle **Viana N° 837**, Rol de Avalúo N° 675-7, para un edificio con destino habitacional con una superficie de 9.160,72 m<sup>2</sup>, aprobado por AAE N° 20-08

### Sector Centro terrenos de la Ex Crav

- Banco Santander solicita aprobación de anteproyecto de edificación ubicado en calle **Viana N° 1215**, Rol de Avalúo N° 686-61, para: edificación de **un supermercado de un nivel**, más edificio de departamentos de 23 pisos más subterráneos, consta de 152 departamentos y 202 estacionamientos, entre otros con una superficie de 19.108,84 m², aprobado por AAE N° 8-08.

### Sector Santa Julia

- Inmobiliaria Los Halcones solicita aprobación de anteproyecto de edificación ubicado en calle Los Pensamientos N° 890, Rol de Avalúo N° 4679-1, para edificación de 11 edificios con destino habitacional con una superficie de 18.038,30 m², aprobado por AAE N° 15-08.

### Sector Gómez Carreño

- Administradora Beltec Ltda., solicita aprobación de anteproyecto de edificación para propiedad ubicada en Avenida Alessandri N° 4085, Rol de Avalúo N° 2473-7, para **Supermercado, locales comerciales y bodega con una superficie de 16.780 m².**
- Administradora Beltec Ltda., solicita aprobación de anteproyecto de edificación para propiedad ubicada en Avenida Alessandri N° 4015, Rol de Avalúo N° 2473-4, para **Centro Comercial, venta de materiales de construcción y bodega con una superficie de 22.236,50 m².**

### Sector Reñaca

- Constructora Nahmias Quinta Región Limitada, solicita aprobación de anteproyecto de edificación para propiedad ubicada en Avenida Bosques de Montemar N° 15, Rol de Avalúo N° 3123-8, para un edificio de 22 niveles más un subterráneo, consta de 51 departamentos, 1 local comercial, 80 bodegas y 105 estacionamientos, entre otros, con una superficie de 9.498,47 m².