

Primer Centro del Turismo Nacional e Internacional de Chile

HORIZONTE 1

Primer Centro del Turismo Nacional e Internacional de Chile

Las ventajas del posicionamiento geográfico privilegiado en el ámbito nacional y regional en la red de circuitos de mayor demanda internacional, y su cercanía a los mayores mercados existentes y potenciales en el rubro turístico, constituyen ventajas comparativas en el rubro, que se debe asumir como un desafío en el contexto de un mercado altamente competitivo, previendo la emergencia de un cambio de escala cuantitativo y cualitativo de las demandas potenciales, consolidando la fluidez de los intercambios y el incremento, diversidad y mejoramiento de la oferta turística.

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.

1.1.1. 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 minibuses 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 minibuses 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.

Por tercer año consecutivo se desarrolló este programa cuya ejecución se encuentra a cargo del Área de Desarrollo Turístico.

1.1.2. Marketing y Comunicación

Con el fin de contribuir a los objetivos de gestión y a las respectivas estrategias matrices, 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 alguna área del Municipio. Lo anterior genera un gran desafío para la Dirección de Comunicaciones de crear imágenes y mensajes que por un lado custodian la entidad e identidad Municipal y por otro, hagan protagonista el servicio promocionado. Es así que el escudo Municipal sigue cumpliendo un rol relevante para identificar el quehacer del Municipio al cual se le adiciona imágenes y conceptos de las Direcciones, Departamentos y Programas.

Para cumplir estos fines, se contó con un presupuesto de **\$ 5.715.000** durante el 2009 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 **\$ 3.690.000**, se totaliza una inversión de **\$ 9.405.000.-**

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 2008, 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 180. Durante el año 2009, el número de comunicados de prensa despachados a los distintos medios de comunicaciones locales y nacionales ascendió a la cifra de 2.350.

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 2009; 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, UCV TV, Canal 13 de TV, Televisión Nacional Red Valparaíso, entre otros. También se entregó material a diarios de diversas regiones del país, como el Rancagüino y a diversas ciudades argentinas como el Diario Uno de Mendoza.

c) Programa “Viña siempre cerca de ti” : a fin de resaltar de mejor forma las actividades habituales de la Municipalidad, se elaboró un video siendo exhibido en distintas unidades municipales como módulos de Municipio en tu Barrio, buses, Edificio Consistorial, DIDECO y consultorios municipales.

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.

Durante el año 2009 se desarrolló 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; Campaña de Ahorro interno del municipio y 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 2009, 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 2009 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 2009 se obtuvieron resultados positivos. Esto se puede 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 \$ 3.000.000, por parte del Municipio en el año 2009, por concepto de negociaciones en las campañas de difusión.

- **Producción de eventos:** Durante el año 2009 se realizaron más de 30 eventos organizados por el Departamento de Gestión e Imagen Corporativa; y se dio apoyo a más de 252 actividades de otros departamentos, y eventos externos. Entre las actividades organizadas y/o coproducidas se encuentran: Fiestas Patrias; Festival Internacional de Cine; Navidad Cristiana, 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, Lanzamiento Temporada Turística, Festival de Cine Digital, Día de la Madre, Mes del Corazón, 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 Vecinal, Triatlón Internacional, Derby Sporting Club, Cine Bajo las Estrellas, Conciertos de Verano Quinta Vergara, Festival Internacional de Teatro, Campeonato Internacional de Bicicross, Campeonato Internacional de Rugby, Campeonato Internacional de Jockey en Patines, Cierre Temporada Cultural, Corrida del Mar. Se dio especial apoyo a congresos y seminarios tales como: Encuentro de Corporaciones, XII Encuentro Empresarial, De Beethoven a Violeta, Feria del Mercado Laboral, Seminario de Profesores para Profesores, Travesía Nocturna de Kayak, 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.

La cifra de asistentes a las diversas actividades en la que está involucrada esta unidad alcanza las **738.529 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 2009 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”, “Musical Melodías de Verano”, “Compañía La Malonera de Boleros”, “VIII Temporada de Conciertos”, “Programa de Lectura Infantil”, presentación de libros como “Arturo Prat Agente Secreto en Buenos Aires”, “De Amor también se muere”, “Gabriela Mistral y Punta Arenas”, “Las Meninas”, “Concierto de Navidad”, “Jóvenes Violinistas”, “Voces para el Bicentenario”, “Coro de Niños de la Municipalidad de Guaymallén, Mendoza, Argentina”.

Para el Día del Libro, se exhibió una muestra de libros antiguos de Benjamín Vicuña Mackenna, publicaciones del Archivo Histórico de Viña del Mar, y de la colección de la Biblioteca Municipal, además, se difundió la promoción de la lectura a través de folletos, también se realizó un taller de Poemática de poesías seleccionadas por el profesor Patricio Herrera, Magíster en Educación, docente del DUOC y la Universidad Andrés Bello.

En el marco de la Temporada de Conciertos, se realizaron once presentaciones, en distintas parroquias de la ciudad, con presencia de 5.200 personas, en la que participaron La Orquesta y Coro de la Armada de Chile, Orquesta y Coro del Conservatorio Municipal Isidor Handler, Calatoria Juventud Imus de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Coro de Cámara de la Universidad de Playa Ancha, Concierto de Maureen Marambio.

Se destaca entre los eventos misceláneos, Cine con Bufanda, Programa de Lectura del Espacio Infantil (Talleres de Pintura y Títeres), Cine Veraniego Infantil, Ludoteca Infantil, Talleres de Alfabetización Digital, Centro de Grabación para Ciegos, Hora del Libro con Imágenes, Enseñanza a usuarios de la Biblioteca, Servicio de Internet para Discapacitados Visuales, Conciertos de Navidad.

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 **677.000 personas** aproximadamente.

b) Anfiteatro de la Quinta Vergara: Cerca de **400.000 personas** asistieron a los diversos eventos y talleres realizados por la Municipalidad y la empresa privada en el renovado escenario de la Quinta Vergara, que totalizaron **14 mega eventos**, de gran impacto nacional e internacional, algunas de ellas tales como el Concierto de Verano, Crush Power Music, Garage Music, Concierto de Daddy Yankee, Fan Viña, Día del Niño, Evento amor, humo y mucho más, Festival de la Una, Día Internacional de la Juventud, Concierto El Mesías, 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 30.765 personas aproximadamente**.

d) Museo de Bellas Artes: **41.020** personas visitaron el recinto, duplicando las visitas recibidas en años anteriores; la Sala Carlos Hermsilla, destinada a exposiciones recibió a 25.000 asistentes. En la Escuela de Bellas Artes se inscribieron 245 alumnos, de los cuales 48 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 50, y al Zoológico Educativo y Centenario Scoutismo visitados por más de **300.000 personas**.

f) Teatro Municipal: En el 2009 se realizaron **365 funciones**, a las que asistieron **180.686 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 Ballet Bafochi, Flamenco de Tomo y Lomo, Gala del Mar, Agrupación Folklorica Lationame, Teatro Negro de Montevideo, Carlos Vásquez y Valentín Trujillo, Con Risas y Canto (Álvaro Salas y Pollo Fuentes), Temporada Oficial de Conciertos “ Misa Criolla”, “ Camerana”, “Carmina Buruana”, “ Día del Sagrado Corazón”, Cultura en Familia “marco Aurelio”, “Gustos Reunidos”, Danza Virginia Bezanilla, Orquesta Juvenil Municipal, Encuentro de Jóvenes Músicos, XXI Festival de Cine Internacional, Uno de los eventos tradicionales del recinto que tuvo gran éxito fue la XVI Temporada Oficial del Teatro Municipal.

g) Palacio Carrasco: Una activa labor desarrolló el principal centro cultural viñamarino, que recibió a **128.000 visitantes** que participaron en más de **837 actividades**. Este año se efectuaron 44 exposiciones de fotografías, acuarelas, cerámicas y pintura, para fomentar a los artistas nacionales y extranjeros, destacando Artes del Retrato, Colección del Museo de Bellas Artes de Viña del Mar, Valorización del Patrimonio Arquitectónico de Viña del Mar, Portrail de Berlín Fotógrafos Alemanes, Cien años de la Revista El Peneca, Homenaje a Vicente Huidobro, Bienal de Cerámica de la Universidad de Playa Ancha, Grabados Clásicos e Inéditos del Loro Coirón, Además, se efectuaron 792 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: 17.346 personas asistieron a 33 actividades organizadas durante el 2009, consistentes en conciertos, charlas, conferencias y seminarios, lanzamientos de libros y de proyectos de los diversos departamentos municipales, además, al museo asistieron **13.263 personas**.

i) Conservatorio Izidor Handler: Un total de **35 presentaciones** realizó la unidad académica, con la participación de profesores y estudiantes, con **11.691 asistentes en total**. Además, el establecimiento impartió clases a **289 alumnos**, de los cuales **98** 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 **XXI Festival Internacional de Cine de Viña del Mar**, a cuyas actividades asistieron **30.000 personas** durante los seis días del certamen.

Se exhibieron durante seis días en el Teatro Municipal de Viña del Mar, Cine Arte de Viña, Palacio Carrasco, Auditorio Universidad Federico Santa María, Universidad Santo Tomás, Sala Rubén Darío Universidad de Playa Ancha 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, conferencias de prensa, fiestas, cenas y otras actividades paralelas relacionadas con el evento que convocaron una gran cantidad de prensa y público (aproximadamente 30 mil personas). Asimismo todos los días se realizaron importantes actividades académicas, se inauguró en el Castillo Wulff una exposición de retratos de cineastas

españoles. Dentro del contexto de las actividades del festival se les otorgó el premio a la trayectoria a los actores Patricia Guzmán y Nelson Villagra, en una cena de gala realizada en el Congreso Nacional, además, se rindió homenaje al actor Julio Jung y al señor Augusto Góngora, por su aporte a la difusión del Cine Nacional.

Participaron filmes provenientes de: Argentina, Bolivia, Brasil, Perú, Uruguay, Ecuador, Colombia, Venezuela, México, Guatemala, Cuba, USA, Inglaterra, Uruguay, Republica Dominicana, Canadá, España, Italia, Alemania, Nueva Zelanda, Francia, Finlandia, Lituania, Irán, 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.

Encuesta a Empresarios Turísticos de Viña del Mar

Es una propuesta de participación que busca obtener datos a partir de diálogos y encuestas sobre temáticas de interés turístico – laboral.

El objetivo de esta actividad es ofrecer una instancia participativa sistemática y concluyente para abordar el impacto y alcance del desarrollo turística de Viña del Mar, con el propósito de actualizar y validar los lineamientos del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la comuna y generar un instrumento de análisis de las competencias laborales, oferta y demanda del sector.

“Marketing Nacional” del Programa Viña del Mar CONVENTION BUREAU

Se ejecutó Campaña-Mix orientada al mercado nacional de reuniones. Para ello, se contrató publicidad en periódicos y en revistas especializadas que llegan a sociedades médicas, organizaciones gremiales, colegios profesionales, universidades y autoridades nacionales. También se instalaron Paletas y Mobiliario Urbano publicitarios en Sector Oriente de Santiago y en la ruta 68.

Complementariamente, mediante una estrategia de marketing directo, esta oficina realizó reuniones personales, estableció redes de contactos y RRPP con sociedades médicas, empresas y otros organismos que realizan congresos nacionales e internacionales.

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.

“Marketing Internacional” del Programa Viña del Mar CONVENTION BUREAU

Se requirió reactualizar la membresía anual a la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA, para acceder a su base de datos con información detallada, actualizada y especializada de las organizaciones internacionales que celebran congresos que rotan por todo el mundo.

El Viña del Mar Convention Bureau también estuvo presente en la versión XXVI del Congreso de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de Latinoamérica, realizado en San Juan de Puerto Rico.

Destaca la participación, como parte de la delegación chilena, integrada por un representante del Viña del Mar Convention Bureau en Misión Tecnológica a Argentina y Brasil.

“Postulación de Viña del Mar como Sede de Congresos” a través del Programa Viña del Mar CONVENTION BUREAU

Se gestionaron visitas inspectivas a Viña del Mar por parte de organizaciones internacionales, las que evaluaron las condiciones de la ciudad y la calidad de sus servicios para congresos.

Como consecuencia de lo anterior, se contactaron 40 organizaciones internacionales y se concretaron cuatro postulaciones para los próximos años, de las cuales se ganaron dos para Viña del Mar como ciudad sede el año 2011. Especial mención merece el Congreso COCAL, que convocará a alrededor de 400 delegados que representan lo más destacado de esta industria en Latinoamérica.

“Atención de Congresos” del Programa Viña del Mar CONVENTION BUREAU

Se apoyaron los principales congresos realizados en Viña del Mar para reforzar la elección y la permanencia de estos eventos en nuestra ciudad a través de una excelente atención en asesoría y apoyo logístico a sus organizadores. Durante su realización se extendió este servicio a los delegados participantes, mediante la entrega de nuestra guía turística bilingüe especializada y la instalación de un stand atendido por una anfitriona turística.

A su vez, por primera vez se elaboró y aplicó una “Encuesta de Satisfacción del Delegado”, que abarcó una muestra de 436 asistentes a 5 congresos, con el propósito de decidir respecto de las acciones a seguir al respecto durante el año 2010.

OBJETIVO 1.2.**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.

En concordancia con esta estrategia, se han desarrollado proyectos que permitirán los habitantes y visitas disfrutar de las ventajas que la naturaleza ha dotado a nuestra ciudad con infraestructura de excelente calidad.

Parque Ribereño Sausalito

Como parte de las iniciativas para potenciar los grandes parques urbanos de la ciudad, el municipio contrató el estudio denominado Plan Maestro del Parque Sausalito. Este estudio tenía como objetivo entregar los lineamientos de desarrollo a nivel de planificación urbana de este sector, como resultado para el sector surgieron parámetros que permitieron reconocer proyectos de menor escala, uno de estos proyectos corresponde al Parque Ribereño Sausalito, el cual por su relevancia en el espacio público del lugar, valores paisajísticos y de memoria colectiva se ha considerado prioritario dentro de las intervenciones.

El diseño corresponde a todo el espacio resultante entre el límite del pie de cerro y el borde del espejo de agua incluyendo el sendero de circunvalación, considerando algunas intervenciones de elementos sobre el agua.

Con este diseño se busca reforzar la condición de Parque en la ribera de la Laguna a través de la recuperación del espacio público, para lo cual se genera una trama de circuitos con recorridos peatonales, espacios públicos y servicios

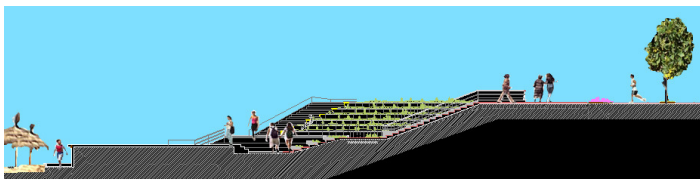
que permitan caracterizar este lugar y ofrecer diferentes alternativas de uso a los visitantes a lo largo del año.



Parque Costero

Este proyecto pretende dar continuidad al parque costero, espacio público que cuenta con tres etapas ejecutadas manteniendo el mismo criterio de diseño, pero reconociendo las singularidades del lugar y manteniendo el estándar de diseño de este espacio público. Para ello se elabora un proyecto integral con todos los componentes técnicos de arquitectura e ingeniería, para ser presentado y aprobado por los organismos respectivos.



**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.

Concluido todo el proceso de desarrollo de los proyectos de arquitectura y especialidades y otorgamiento del permiso de edificación, bajo las condiciones de Ley Lorca, de las concesiones municipales otorgadas a privados contempladas en el plan de gestión del desarrollo del borde costero, en el transcurso del año 2009, los respectivos concesionarios llevaron a cabo la construcción de cuatro edificaciones destinadas a equipamiento turístico y servicios en las playas de Los Marineros Norte, Acapulco y Caleta Abarca. Con ello, se cumplió con el objetivo de elevar el nivel de servicios prestados a los usuarios de dichas playas y se aseguró, que éstas, se mantendrán operativas y atractivas al turismo durante todo el año.

Proyecto				
	Nº Documento	Permiso	M2	Presupuesto en UF
CALETA ABARCA	Decreto A.: N° 4467/09 Permiso SE: N° 4825/09	Mejoramiento y Ampliación Paseo público	2.521,50 8.394,90	16.459,69
ACAPULCO	Decreto A.: N° 3816/09 Permiso SE: N° 277/09	Construcción y habilitación	943,38	23.598,00
MARINEROS NORTE	Decreto A.: N° 9863/09 Permiso AME: N° 10158/09	Construcción	285,55	14.929,38



Playa Los Marineros Norte



Playa Acapulco



Playa Caleta Abarca

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

Se destacan las habilitaciones como Permiso de Obra Menor para Restaurantes, principalmente en el sector Centro de la comuna y en el sector poniente de la Población Vergara.

Proyectos en Borde Costero Viña del Mar 2009

El extenso borde costero de Viña del Mar, sus privilegiadas vistas al Océano Pacífico, la cercanía con la Región Metropolitana, su completa oferta de

atractivos turísticos, culturales, artísticos y gastronómicos y su reconocida Calidad de Vida, constituyen un permanente estímulo para el desarrollo inmobiliario. El municipio conciente de este importante recurso estratégico, ha diseñado un plan de desarrollo del borde costero y lo ha potenciado a través de proyectos, como lo es **EL PARQUE COSTERO** en el sector de Jorge Montt, que consolida el destino turístico de la ciudad y de otros en las principales playas en la comuna mediante la vía de licitaciones en propiedades bajo su administración y otras con concesión marítima, situación que se reflejó en el año 2009, con la autorización de permisos de edificación para construcciones de alto estándar que deben ser sometidos a la aprobación de la **Ley Lorca N° 13.364 Art. 13.**



Vista Panorámica sector Las Salinas

1. **Playa Acapulco ubicada en calle 8 Norte N° 55, Rol de Avalúo N° 20007-1 y N° 20007-12** cuenta con Permiso de Obra Nueva N° 277-09 para construir y habilitar Balneario con una superficie de 1.064,54 m² para construcción de dos pisos con destino Restaurant-Bar-Cafetería y Kiosco. Considera área de propiedad municipal y área de concesión

marítima (sector de playa de arena) otorgada por el municipio, obras que se desglosan en :

- Construcción de nueva senda peatonal a nivel de arena de playa, superficie: 1.295 m²
- Construcción de tres accesos a la playa, acceso norte (desde Parque San Martín) superficie 161,63 m²; acceso oriente (calle 9 Norte) superficie 275,64 m²; acceso sur (calle 8 Norte) superficie 224,04 m².
- Paisajismo y mobiliario urbano superficie 2.730,12 m².
- Construcción de módulos de Concesión A, B y C (Explotación comercial sectores Norte, Sur y Oriente), 1.064,54 m²

2. **Playa Blanca ubicada en Avenida Jorge Montt N° 2285 Rol de Avalúo N° 2009-11, 20009-15 y 20009-16** en proceso de revisión mediante Ingreso D.O.M. N° 2447-09 y N° 2448-09.
3. **Playa Marineros Sur ubicada en Avenida Jorge Montt N° 1969 en proceso de revisión mediante Ingreso D.O.M. N° 12811-08 autorizado por Permiso de Obra Nueva N° 26-09**
4. **Playa Marineros Norte ubicada en Avenida Jorge Montt N° 2285 Rol de Avalúo N° 20010-6** cuenta con Permiso de Obra Nueva N° 307-09 para 1er. Nivel subterráneo: baños públicos para hombres y mujeres, para servicio de la playa y restaurante. Servicio de enfermería, primeros auxilios, de salvavidas, cocina del Restaurant-Bar-Cafetería y recinto de basuras. 2° nivel: Restaurant-Bar-Cafetería, punto de venta directa al paseo y Servicio de Restaurante en terrazas exteriores. 2° nivel: terraza exterior abierta. Servicio de Restaurante-Bar-Cafetería con una superficie autorizada de 285,55 m².

5. **Balneario Caleta Abarca ubicado en Avenida España N° 650 Rol de Avalúo N° 20003-1**, cuenta con Resolución D.O.M. N° 25-08 de Aprobación de Anteproyecto de Alteración y Rehabilitación de Balneario, consistente en :

- Zona 1: equipamiento deportivo.
- Zona 2: equipamiento comercial y turístico.
- Zona 3 : locales comerciales
- Zona A1 y A2 nivel paseo superior: paseo peatonal y plaza Atrio.
- Zona B: equipamiento comercial turístico.

A la fecha en proceso de revisión por Modificación de Proyecto mediante Ingreso D.O.M. N° 11847-09.

6. **Puerto Madero ubicado en Avenida Borgoño N° 17005 Rol de Avalúo N° 20019-2 sector Cochoa en Reñaca**, al norte del Mirador Cochoa cuenta con informa favorable D.O.M. y V° B° del Concejo Municipal de fecha 09.12.09 para el otorgamiento del permiso para edificación de obra nueva destinada a Hostal-Restaurante-Bar y obras de paisajismo, otorgado en Concesión Marítima al Sr. Jorge Ramos Rojas.



Vista Panorámica sector Cochoa

7. **Regularización Restaurant Curanurín ubicado en Avenida Borgoño N° 13.101 Rol de Avalúo N° 20012-8** ubicada en Avenida Borgoño N° 13.101, si bien corresponde a una edificación de antigua data, mediante Permiso de Obra Nueva N° 48-09, **se regulariza** un edificio de 5 pisos destinado a Restaurant-Bar-cafetería con una superficie de 1.117,36 m²
8. **Balneario Las Salinas ubicado en Avenida Jorge Montt N° 12.201**, recepcionado en forma definitiva ampliaciones según Certificado de Recepción Definitiva ordenadas por Decreto Alcaldicio N° 10.723-08.