

MUNICIPALIDAD DE PUCON  
SECRETARIA MUNICIPAL

DECRETO EXENTO N° 2055

PUCON, 05 OCT 2011

VISTOS:

- 1.- El Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) 2011-2014 de la comuna de Pucón .
- 2.- La Sesión Ord. N° 253 del 17 de agosto 2011, que aprueban el PLADETUR, con las observación, los monto de los proyectos deberán ser aprobados por el Concejo Municipal
- 3.- Las atribuciones que me confiere al Art. 63 de la Ley N° 18.695 “Orgánica Constitucional de Municipalidades” y sus posteriores modificaciones.

CONSIDERANDO:

La importancia que reviste para la comuna de Pucón contar con Plan de Turismo.  
Como es de conocimiento público la principal fuente de ingresos de la comuna de Pucón es el Turismo.

DECRETO:

- 1.- APRUEBASE, en todas sus partes el Plan de Turismo 2011-2014 (PLADETUR) de la comuna de Pucón de acuerdo al punto dos de los Vistos del presente Decreto.
- 2.- PUBLIQUESE, el PLADETUR 2011-2014 en la Página Web del Municipio, documento que regir a contar de la fecha de publicación.

ANOTESE, COMUNIQUESE Y ARCHIVESE.



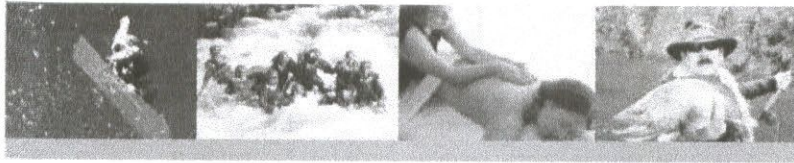
GLADIELA MATUS PANGUILEF  
SECRETARIA MUNICIPAL



EDITA E. MANSILLA BARRIA  
ALCALDESA

EEMB/GMP  
DISTRIBUCIÓN

- Publicar
- Of. de Turismo
- Of. de Partes
- Alcaldía
- Administración Municipal



PUC 15

19 27 Ph.  
suroeste  
delo hacia la comuna  
de la zona de  
sierra norte de  
chubut  
24 Horas  
OPD  
nuestro  
proyecto  
Secret

# Plan de Desarrollo Turístico 2011-2014

## (PLADETUR 2011-2014)

### Pucón, Chile



Municipalidad de Pucón



JE Brit a punto de

## Contenido

I. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SITUACIÓN .....	3
II. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS .....	3
2.1 Misión y Visión .....	3
2.2 Objetivos .....	4
2.2.1 Objetivo General .....	4
2.2.2 Objetivos Específicos .....	4
2.3 Estrategias .....	6
III. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....	9
3.1 Línea de Acción: Asociatividad .....	10
3.2 Línea de Acción: Calidad .....	12
3.3 Línea de Acción: Sustentabilidad .....	15
3.4 Línea de Acción: Estacionalidad y Desarrollo de la Oferta .....	20
3.5 Línea de Acción: Capacitación .....	22
3.6 Línea de Acción: Inteligencia de Mercado .....	24
3.7 Línea de Acción: Interrelación y Representación .....	26
3.8 Línea de Acción: Comunicación .....	28
3.9 Línea de Acción: Infraestructura Turística .....	30

# **I. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SITUACIÓN**

Véase documento "Plan de Desarrollo Turístico de Pucón 2008 – 2012" (Marketek)

## **II. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS**

En esta segunda etapa del plan, se analizarán las variables que determinan al destino de Pucón, valiéndose de diversas estrategias, con el propósito de cumplir con su misión y materializar su visión en un período de tiempo establecido.

### ***2.1 Misión y Visión***

#### **i) Misión**

Pucón es un destino turístico que ofrece una variedad única de recursos naturales y culturales, adecuada infraestructura, productos y servicios de calidad, generando un entorno seguro y atractivo que contribuye a posicionarlo como el principal destino del sur de Chile.

#### **ii) Visión**

Pucón será un destino turístico posicionado a nivel nacional e internacional, como la capital del turismo de naturaleza, constituyendo como eje central su oferta de turismo de intereses especiales, ofreciendo servicios de alta calidad a sus visitantes. Su fuerza empresarial será asociada y competitiva, integrará a la comunidad, permitiéndole al turismo consolidarse como la actividad económica primordial de la comuna y en la principal fuente de empleo e ingresos de sus habitantes.

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1 Objetivo General**

El objetivo general para el Plan Integral de Desarrollo Turístico de Pucón es contribuir a la solidez y crecimiento de la economía comunal a través de un desarrollo turístico sostenible, obteniendo el posicionamiento de Pucón como destino de jerarquía nacional e internacional y como consecuencia, una mejora en la calidad de vida de los residentes.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

A continuación se presentan los objetivos específicos, clasificados según diversos factores relevantes:

#### **1) Identidad**

Fortalecer la identidad turística de Pucón, representando su diferenciación como destino, destacando y potenciando sus atributos y ventajas, frente a la oferta de destinos competidores (para el análisis de los destinos competidores véase "Plan de Desarrollo Turístico de Pucón 2008 – 2012" (Marketek)). Desarrollar actividades que permitan realzar, promocionar y preservar la cultura local y sus tradiciones, utilizando el turismo como herramienta. Enfatizar los productos locales y la tradición de la gastronomía. Desarrollar acciones más estrechas con la etnia Mapuche y generar interés por los pueblos originarios. Fomentar el turismo étnico rural.

#### **2) Estacionalidad**

Romper la estacionalidad de la demanda turística, convirtiendo a Pucón en un destino turístico disponible todo el año, a través de la promoción de actividades en períodos de baja temporada y a la formulación de una oferta de servicios turísticos y eventos atractivos durante todo el año.

#### **3) Sustentabilidad**

Garantizar el desarrollo de una actividad turística sustentable, en armonía con sus recursos naturales y culturales que le permitan asegurar el cuidado de su patrimonio en el largo plazo. Desarrollar e implementar políticas del turismo sostenible / sustentable.

#### **4) Marketing**

Dar a conocer los atributos diferenciadores del destino con el fin de atraer un mayor número de turistas nacionales y extranjeros.

Aumentar las divisas por turismo dirigiendo la promoción del destino hacia un turista con mayor poder adquisitivo, e incentivando a los turistas que actualmente visitan el destino a adquirir servicios turísticos (hoteles, servicios turísticos, gastronomía, entre otros).

Fortalecer la posición de Pucón como el principal destino vacacional y de congresos en el mercado nacional e internacional de corta distancia, aumentando el consumo de productos turísticos y desarrollando las bases para obtener, en un mediano plazo, una posición de liderazgo en el mercado internacional de larga distancia.

Insertar la oferta turística en el canal de comercialización internacional, a través de herramientas y actividades promocionales focalizadas en intermediarios (tour operador - agente de viajes).

#### **5) Conciencia Turística**

Promover una conciencia turística entre los habitantes de Pucón, contribuyendo al desarrollo de una clara identidad ciudadana relacionada con el turismo, la protección de la naturaleza y preservación de un sello característico del destino.

#### **6) Satisfacción del Turista - Seguridad y Calidad**

Aumentar la satisfacción del turista, a través de la implementación de normas y certificación de calidad.

Garantizar un entorno seguro para el desarrollo de la actividad turística, tanto en el ámbito de la protección de los visitantes durante las actividades turísticas, como en la convivencia de los visitantes y residentes, especialmente en los periodos de alta temporada.

#### **7) Asociatividad**

Fortalecer la gestión público-privada ligada al turismo a largo plazo, a fin de aunar esfuerzos que permitan abordar de manera sinérgica los objetivos comunes. Basar todo el trabajo en la participación del sector público en un compromiso público – privado. Incentivar asociatividad público – privado, sin distorsionar la libre competencia.

#### **8) Políticas y fiscalización**

Mejorar la fiscalización de las actividades empresarias, turísticas y relacionadas con el fin del desarrollo sustentable del turismo en el Destino, aplicando las condiciones justas e iguales a todos los actores del sector. Considerar el porcentaje que representan dentro de las actividades turísticas los emprendedores individuales y la micro empresa, apoyándolos de manera organizada y enfocada a través de políticas municipales.

#### **9) Ordenamiento del Espacio Turístico y Mejoramiento de la Infraestructura**

Ordenar el espacio turístico a través de un Plan Regulador adecuado y oportuno para desarrollar en forma sustentable las actividades turísticas. Desarrollar infraestructura (de entrega de información, de los servicios fronterizos u otra) acorde al Destino.

## **2.3 Estrategias**

### **1) Diferenciación Competitiva**

Destacar las ventajas y atributos particulares que diferencian a Pucón de otros destinos turísticos nacionales e Internacionales, resaltando su adecuada infraestructura, la diversidad de su oferta de actividades de entretenimiento, eventos deportivos y culturales, su fácil acceso y sus atractivos naturales.

### **2) Posicionamiento de Liderazgo**

Desarrollar una identidad turística definida para Pucón, que resalte los atributos principales y el carácter del destino, con el objetivo de que se convierta en una imagen atractiva y positiva en la mente de los distintos mercados objetivos y que permita un posicionamiento del liderazgo frente a sus competidores. En cuanto al mercado internacional de larga distancia, posicionar Pucón como la "puerta de entrada a la Patagonia".

### **3) Producto Diversificado y Articulado**

Desarrollar una oferta de productos y servicios que tengan como base principal la formulación de actividades durante todo el año y especialmente el turismo de invierno. Además, de acuerdo con los recursos turísticos existentes, efectuar la correcta articulación de los productos en línea con los requerimientos del visitante.

### **4) Promoción Todo el Año**

Para cumplir cabalmente con el objetivo de reducir la estacionalidad de la demanda turística, es fundamental adoptar una estrategia de promoción durante todo el año, concentrando esfuerzos, información, mensajes comunicacionales y actividades, con el objeto de destacar los atributos de Pucón, para incentivar la llegada de turistas.

### **5) Promoción Focalizada**

La estrategia competitiva de Pucón debe basarse en aumentar la diferenciación respecto de otros destinos. En el mercado de estancias vacacionales, se debe destacar su oferta histórica cultural como valor agregado a su oferta de naturaleza y la complementaria de gastronomía y entretenimiento.

### **6) Promoción por Mercados Objetivos**

Segmentar el mercado en base a los mercados potenciales que faciliten el logro de los objetivos trazados, apuntando a Turistas Nacionales y Turistas Extranjeros.

**Turistas Nacionales:** El perfil de este turista apunta al segmento de mercado con un presupuesto de gasto mayor, el cual buscará un nivel de hotelería medio-alto y recorrerá los principales atractivos de la región. Para ello estará dispuesto a contratar servicios de agencias turísticas que organicen sus itinerarios. Las estrategias son dirigir la promoción a las principales ciudades de Chile, donde existe una mayor concentración de turistas potenciales, con especial atención en las ciudades del sur de Chile, la Región de Valparaíso, Metropolitana, Bío Bío, Araucanía y Los Lagos.

**Turistas Extranjeros:** El perfil de este turista, por lo general norteamericano o europeo, es el de un buscador de aventura, naturaleza y experiencias étnicas. Aunque dispone de un promedio de entre 12 y 15 días de vacaciones en Chile es más probable que combine un viaje al norte del país con el sur, con la Patagonia o con una estancia en la zona central. Así, normalmente arma itinerarios de cinco a seis días en la región. Dado que este turista ya ha viajado largas distancias para llegar a Chile, la diferencia entre llegar en un vuelo nacional al aeropuerto de Pucón

en vez de arribar a Temuco no le incomoda, siempre que exista una razón valiosa para hacerlo. Un turista internacional, en general, busca un nivel de hotelería medio-alto, consume en restaurantes y diseña su programa con una combinación de actividades turísticas en los principales atractivos del lugar. Dentro de este mercado objetivo también se encuentran los turistas argentinos, particularmente en los pasos fronterizos, quienes poseen un perfil bastante distinto de los turistas europeos o norteamericanos, debido a que visitan la ciudad en busca de un turismo familiar o escapada.

#### **7) Distribución y Comercialización por Segmentos**

Para lograr la inserción de la oferta turística de Pucón en el canal de distribución internacional, la implementación de una estrategia de comercialización se hace necesaria. Una focalización de actividades promocionales dirigidas a los principales intermediarios, agencias de publicidad, tour operadores y agencias de viajes, incluyendo a distintos medios de comunicación, tradicionales y virtuales, todo lo anterior apoyado por la creación de una sólida infraestructura de Marketing. Específicamente:

- Crear una infraestructura de marketing que permita llevar a cabo una acción de promoción efectiva: bases de datos, banco de imágenes, etc.
- Facilitar la comercialización del destino con herramientas de marketing y promoción adecuadas: guías turísticos, guías de eventos, volantes promocionales, sitio Web, videos, etc.
- Dar a conocer la oferta turística a las agencias de viajes y operadores turísticos locales y nacionales.
- Motivar a los operadores a crear circuitos y programas turísticos, incorporando a Pucón en sus catálogos y material promocional.
- Promover la nueva imagen turística de Pucón y los nuevos productos, dando prioridad a los circuitos de naturaleza y cultura.
- Apoyar a operadores y agencias de viajes en la venta de la oferta, mediante promoción al
- consumidor final.
- Crear oportunidades de presentaciones del destino y ruedas de negocios para crear lazos personales entre los vendedores y compradores a nivel profesional.
- Facilitar la realización de visitas de inspección o viajes de familiarización.
- Facilitar la localización de información y directorios con detalles de contacto y servicios turísticos ofrecidos a través de Internet.
- Incrementar la promoción y venta directa al consumidor que viaja de manera independiente, procedente de ciudades o zonas fronterizas.
- Llevar a cabo eventos de publicidad dirigidos a la prensa para publicar artículos, reportajes y notas de prensa con el objetivo de difundir la imagen de Pucón como destino turístico y de congresos.

#### **8) Asociatividad Público - Privada**

Esta estrategia contempla la unificación de esfuerzos entre los sectores público y privado a nivel comunal, entendiendo los roles complementarios que otorgan los distintos actores, para lo cual deberá crearse una nueva institucionalidad que contenga los intereses diversos según objetivos de comercialización, sustentabilidad y crecimiento, en armonía con los intereses comunitarios. A partir de esta organización, se incorporará una subdivisión que permita el trabajo comunitario por productos similares, objetivos comerciales comunes y visiones compartidas.

#### **9) Calidad Liderazgo a Nivel Nacional**

Hacer de la calidad un atributo característico de la actividad turística de Pucón, incorporando en forma participativa las nuevas normas nacionales y adhiriendo a normas internacionales en aquellas áreas complementarias como el turismo de naturaleza.



#### **10) Planificación Territorial Sustentable**

Es fundamental incorporar el turismo como elemento principal en el desarrollo del plan regulador. Por ende, este proyecto contempla la participación del turismo en el proceso de planificación territorial de uso de suelo y constructibilidad de Pucón, con el propósito de insertar el desarrollo de actividades turísticas como variable gravitante en el desarrollo de la comuna.

#### **11) Formación Integral de Futuros Actores**

Incentivar la educación turística, tanto en la educación escolar como superior, de tal forma que la calidad de la enseñanza contribuya al mejoramiento permanente y la autogeneración de una fuerza laboral identificada con el destino. Residentes: Crear y promover una conciencia turística sustentable con el fin de generar mayor cuidado del entorno y orgullo a nivel local; convirtiendo a este grupo en los primeros promotores del destino.

#### **12) Información de Mercado Actualizada**

Desarrollar un sistema permanente de información que constituya un barómetro de la actividad turística, aplicable al destino de Pucón. El sistema deberá incorporar tendencias de mercado y/o modelos de desarrollo de la actividad.

#### **13) Interrelación Geográfica e Interdisciplinaria**

Asegurar una permanente y adecuada representatividad de los actores turísticos del destino y su interrelación con iniciativas y programas regionales, macrozonales, nacionales e internacionales.

### **III. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN**

Un Plan de Desarrollo turístico generará escaso valor y resultados si no está implementado efectivamente. Implementación es el proceso que convierte el Plan en acciones concretas, asegurando que dichas acciones son ejecutadas de tal manera que cumplan los objetivos establecidos. Mientras las estrategias están orientadas a responder a las preguntas de ¿qué? y ¿por qué?, implementación responde a ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo? y ¿cómo?.

A continuación se presenta en detalle el plan de implementación, cuyas acciones se enmarcan dentro de líneas de acciones específicas y está compuesto por el desarrollo de los productos, campañas y proyectos para Pucón, el desarrollo de las herramientas, acciones de promoción y su respectivo presupuesto, entre otros.

### 3.1 Línea de Acción: Asociatividad

3.1.1.	Responsable/s	Plazo
Creación y fortalecimiento de federaciones de asociaciones gremiales	Cámara de Turismo Pucón Asociación Gremial Guías del Turismo	Corto
<b>Objetivo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unificar esfuerzos del sector público y privado presente en el Destino de Pucón.</li> <li>• Potenciar y promocionar los atractivos turísticos actuales y potenciales de Pucón.</li> <li>• Postular y asignar eventos a la ciudad.</li> <li>• Generar un medio de representación en la comunidad y ser el interlocutor del turismo hacia la región, el país y en el plano internacional.</li> <li>• Ejecutar el Plan de Desarrollo Turístico, velar por el cumplimiento y continua actualización del mismo.</li> <li>• Motivar la inversión turística en eventos y actividades con el fin de posicionar Pucón como el Destino turístico dinámico y atractivo.</li> </ul>		<b>Publico objetivo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de servicios turísticos.</li> <li>• Empresarios del destino.</li> <li>• Municipalidad de Pucón.</li> <li>• Organizaciones de educación relacionadas con la formación de turismo en el destino.</li> <li>• Organizaciones públicas relacionadas con la actividad turística.</li> <li>• Organizaciones profesionales de congresos.</li> <li>• Asociaciones nacionales.</li> <li>• Entes gubernamentales.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Crear federaciones de asociaciones gremiales, que reúnan a la totalidad de los representantes del turismo de Pucón bajo el alero de una entidad que en conjunto se encargue de coordinar las actividades del sector turístico. Será una organización asociativa del turismo que se relacione con entes dentro y fuera de la región donde participarán instituciones tanto del sector público, como privado. A su vez, operará como núcleo comercial en la ciudad, representando y promoviendo los servicios ofrecidos, consolidándose en una entidad de búsqueda y captación de nuevas oportunidades en el área del turismo.</p>		
<b>Acciones de Puesta en Marcha</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunir a los entes involucrados en la creación de una Federación (autoridades, empresarios turísticos, etc.).</li> <li>• Definir los estatutos de la futura Federación.</li> <li>• Desarrollo de reglamento para el funcionamiento de la Federación.</li> <li>• Inicio de trámites legales frente a organismos oficiales.</li> <li>• Incorporar las normas y el funcionamiento de la Federación, previamente establecidas.</li> <li>• Implementar infraestructura y recursos humanos.</li> <li>• Realizar actividades de capacitación en todos los niveles y ámbitos con el objeto de lograr la optimización de los recursos turísticos.</li> <li>• Desarrollar un plan de difusión que integre a un mayor número de empresarios turísticos a la Federación.</li> <li>• Aumentar mediante convenios público-privados los recursos disponibles para el funcionamiento de la Federación e implementación del Plan de Desarrollo Turístico.</li> <li>• Constitución oficial de la Federación, contratación del equipo ejecutivo.</li> </ul>		
<b>Herramientas de Marketing/Promoción</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal web – <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a> (cambios y ajustes)</li> <li>• Campaña de relaciones públicas de inserción en la comunidad.</li> <li>• Boletín informativo de difusión mensual a sus asociados.</li> <li>• Marketing Directo – promoción a través de correo, fax, email, con seguimiento telefónico.</li> <li>• Base de Datos – utilizada en las acciones de marketing directo.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de participantes en la creación.</li> <li>• Representatividad de los participantes.</li> <li>• Base de datos del mercado turístico en la zona.</li> <li>• Promoción a través de sitio web.</li> <li>• Proyectos: actividades, eventos y acciones.</li> <li>• Imagen del Destino Pucón como un destino turístico dinámico y atractivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporación de normas de funcionamiento de la Federación.</li> <li>• Material promocional elaborado vs. Presupuestado.</li> <li>• Número de actividades de capacitación para optimizar los recursos turísticos.</li> <li>• Número de proyectos (planificados vs. postulados/licitados vs. realizados).</li> </ul>	

Propuesta Organizacional	Presupuesto / Herramientas de Financiamiento
<p><b>Director Ejecutivo:</b> Profesional universitario o equivalente, con experiencia profesional en formulación y evaluación de proyectos y gestión empresarial en el ámbito turístico. Deberá poseer habilidades para establecer y mantener contactos, tanto con el sector empresarial como con el mundo académico, organismos estatales y organizaciones internacionales, para reconocer requerimientos de mercado y nuevas oportunidades de negocios. A su vez, deberá exhibir conocimiento y experiencia en gestión con instituciones públicas, gestión de financiamiento y se requerirá su participación en giras tecnológicas y eventos público - privados. Habilidades para exponer, llevar a cabo negociaciones y buen manejo del idioma inglés, son requisitos indispensables. El Director tendrá a su cargo un asistente y dos profesionales.</p> <p><b>Asistente:</b> deberá tener una formación técnico profesional, con experiencia en administración, conocimientos contables y habilidades comunicacionales que le permitan proporcionar información y atender solicitudes tanto internas como externas.</p> <p><b>Profesional área técnica:</b> Formación universitaria o equivalente, con experiencia en el ámbito turístico, con conocimientos en la administración y evaluación de proyectos. La persona a ejecutar este rol debe demostrar experiencia en la evaluación de proyectos, control de gestión y medición de indicadores de resultados.</p> <p><b>Profesional implementación de proyectos:</b> universitario con conocimiento en redes empresariales, negocios turísticos, fomento productivo y modelos de Internet. Deberá estar a cargo de la gestión de proyectos en cuanto a implementación y ejecución, coordinando para estos efectos a organizaciones tanto públicas como privadas.</p>	<p>El funcionamiento de la Federación, será financiado por las siguientes fuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sus socios, quienes aportarán en proporción al tamaño de sus empresas reflejado en su volumen de ventas anuales. En el caso de organizaciones oficiales sin fines de lucro, ya sea públicas o privadas, su participación será definida en común acuerdo entre los socios;</li> <li>• donaciones por los terceros, subsidios, ingresos generados por las propias actividades de la federación.</li> </ul>

### 3.2 Línea de Acción: Calidad

3.2.1	Responsable/s e involucrados	Plazo
Implementación y Difusión de Normas de Calidad	La Federación / Los empresarios / SERNATUR Araucanía / La Municipalidad de Pucón (Centro de Negocios)	Mediano
<b>Objetivo</b>	<b>Público objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr comprensión y conciencia de calidad tanto de los productos como los servicios turísticos.</li> <li>Hacer responsable de la calidad a los integrantes de la cadena de valor turístico.</li> <li>Aumentar el nivel de certificación de las empresas proveedoras de servicios.</li> <li>Generar en el público nacional e internacional una percepción de destino de calidad.</li> <li>Obtener un nivel de certificación superior al 50% del total de las empresas turísticas en dos años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores de servicios turísticos.</li> <li>Establecimientos de alojamiento turístico.</li> <li>Profesionales de empresas turísticas.</li> <li>Empresas comerciales que ofrecen servicios indirectos al rubro.</li> <li>Productores artesanos y productos secundarios de la madera.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p>Con el propósito de proyectar a Chile como un destino turístico competitivo en el contexto mundial, los sectores público y privado han trabajado coordinadamente en la tarea de dotar al sector de un conjunto de normas técnicas de calidad. Producto de este trabajo, hoy se cuenta con una serie de normas aprobadas que cubren la gran mayoría de los proveedores de servicios turísticos. El desafío a futuro es que los proveedores de servicios utilicen estas normas y por ende sean validados tanto nacional como internacionalmente. A su vez, el que los proveedores adhieran a estas clasificaciones y las observen, hará que el destino en su conjunto sea considerado de calidad. El <b>proyecto denominado "Implementación y Difusión Normas de Calidad"</b> se hace necesario para difundir estas normas e incentivar la incorporación de ellas, incluyendo la producción de material explicativo en conjunto con la realización de talleres que cuenten con la participación de profesionales especializados en el tema. Como elemento adicional, el cumplimiento de estas normas de calidad turística se garantiza a través del sello de calidad distintivo, que expresa la calidad de gestión de las empresas certificadas.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar el "Plan de Implementación y Financiamiento para Certificación de los prestadores de los servicios turísticos y los recursos humanos del sector".</li> <li>Implementar dicho Plan a través del Proyecto de "Implementación y Difusión Normas de Calidad":</li> <li>Convocar la participación de los principales representantes públicos y privados de turismo y artesanos del Destino de Pucón, y lanzar el Proyecto de "Implementación y Difusión Normas de Calidad".</li> <li>Convocar e inscribir las empresas del Destino de Pucón en el proyecto.</li> <li>Desarrollar seminarios de capacitación. Informativos que expongan los beneficios de contar con un Sistema de Calidad.</li> <li>Efectuar una evaluación al cabo de 6 meses.</li> <li>Preparación de material de difusión.</li> <li>Campaña de difusión a medios locales con el objeto de posicionar el concepto de calidad como un tema comunitario.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Participación y representatividad en los talleres de capacitación. Nº de Informativos, afiches y manuales de calidad impresos y distribuidos. Nº y valor comercial de cobertura de prensa. Promoción a través del sitio Web – <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>	Nº de productos y servicios efectivamente certificados al cabo de 6 meses. Mejoramiento de la calidad a través de encuestas aplicadas a turistas que se hospedan en establecimientos de alojamiento turístico.	
<b>Propuesta Organizacional "Implementación y Difusión Normas de Calidad"</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
Asesorar, a través del Centro de Negocios de la Municipalidad de Pucón, en realizar los diagnósticos para cada empresa (inscrita en el Proyecto de "Implementación y Difusión Normas de Calidad") de la calidad de productos y servicios ("diagnóstico de brecha") de acuerdo al Sistema Normativo de Calidad. En caso las empresas (inscritas en el Proyecto de "Implementación y Difusión Normas de Calidad") intenten postular para recibir aporte de CORFO en el proceso de certificación, el <b>Centro de Negocios</b> brindará el apoyo y coordinación con los entes involucrados tales como: Agente Operador Intermediario y Consultor elegido según los requerimientos de CORFO.	Taller de trabajo con participación de Experto 2.000.000 Folleto de Difusión de Normas 500.000 Honorarios profesional – asesor - diagnóstico 2.500.000 Total \$5.000.000.- 75% público – 25% privado. (Explicación: Según PLADECO 2010-2014 implementación y difusión de las normas de calidad puede efectuarse a través de las acciones planificadas para alcanzar el siguiente objetivo en el <b>ÁMBITO ECONOMICO Y PRODUCTIVO</b> : "Fortalecer las competencias y certificación de emprendedores comunales")	

3.2.1	Responsable/s e involucrados	Plazo
Sello de Calidad Destino de Pucón	La Federación / Los empresarios / SERNATUR Araucanía / La Municipalidad de Pucón (Centro de Negocios)	Mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Público objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr comprensión y conciencia de calidad tanto de los productos turísticos como de los servicios.</li> <li>• Hacer responsable de la calidad a los integrantes de la cadena de valor turístico.</li> <li>• Posicionar a Pucón como un destino de calidad, logrado por el conjunto de certificaciones de un importante número de proveedores de servicios turísticos.</li> <li>• Crear conciencia entre los empresarios respecto de su contribución a la entrega de un servicio turístico de calidad.</li> <li>• Aumentar la certificación, como fruto del interés de los empresarios por utilizar el Sello de Calidad.</li> <li>• Asegurar la entrega de un servicio de calidad superior y creación de una percepción positiva por parte del mercado potencial.</li> <li>• Reducir los productos con niveles bajos de calidad.</li> <li>• Fomentar producción de la artesanía local de alta calidad.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas intermediarias de servicios turísticos como agentes de viajes, operadores de turismo receptivo, etc.</li> <li>• Establecimientos de alojamiento.</li> <li>• Profesionales de empresas turísticas.</li> <li>• Empresas comerciales que ofrecen servicios indirectos al rubro.</li> <li>• Productores de artesanía y productos secundarios de la madera.</li> <li>• Turistas provenientes del mercado nacional e internacional.</li> <li>• Comunidad de Pucón.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Se efectuará la creación y posterior difusión de un Sello de Calidad que genere un sentido de pertenencia a través de un diseño único y distintivo de la zona. Se buscará que al mismo tiempo reconozca y difunda a Pucón como un destino de calidad y que represente una certificación de confianza para el usuario. Este proyecto se realizará a continuación del proyecto "Implementación y Difusión de Normas de Calidad" contenido en el plan.</p>		
<p><b>Acciones de Puesta en Marcha "Sello de Calidad Destino de Pucón" y "Elaborado en Pucón" / "Made in Pucón"</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A partir de la Corporación de Desarrollo Turístico, convocar a los representantes de la oferta turística.</li> <li>• Efectuar la selección de una empresa publicitaria especialista en el desarrollo de identidades.</li> <li>• Seleccionar la agencia que diseñará e implementará el trabajo.</li> <li>• Realizar un análisis de las distintas identidades de Pucón actualmente en uso en los distintos sectores industriales y de comercio.</li> <li>• Definir los elementos claves y pauta de trabajo para la agencia de "branding" seleccionada.</li> <li>• Revisar y aprobar las distintas etapas de desarrollo: estudio de posicionamiento, huella digital de la marca, propuestas gráficas, etc.</li> <li>• Desarrollar el Manual de Aplicación del Sello de Calidad de Servicios y Manual de Calidad para la artesanía proveniente de Pucón y la zona.</li> <li>• Definir la estrategia de comunicación del Sello de Calidad.</li> <li>• Realizar una Conferencia de Prensa para oficialmente lanzar el sello y efectuar actividades de difusión del mismo.</li> <li>• Publicar la lista de los artesanos con derecho de marcar sus productos con el sello "Elaborado en Pucón" / "Made in Pucón" en la página web <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
<p>Sello diseñado y definido en un plazo no superior a 6 meses. Número de organizaciones tanto públicas como privadas, presentes en Pucón, que utilicen el Sello de Calidad en su material de difusión individual. Promoción a través del sitio Web – <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>. Número de empresas proveedoras de servicios turísticos que exhiban el Sello de Calidad desarrollado en los espacios de contacto con usuarios (clientes/huéspedes).</p>	<p>Mejoramiento de la calidad confirmado a través de encuestas aplicadas a turistas que se hospedan en establecimientos de alojamiento turístico y/o visitan los centros de entrega de información o a través del sitio web <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>. Mejoramiento de la calidad de la artesanía detectada por los fiscalizadores municipales y otros organismos públicos (SERNAC).</p>	
<b>Presupuesto</b>		<b>Herramientas de Financiamiento</b>
<p>Honorarios empresa especializada diseño identidad y producción de Manual de Normas Gráficas 3.500.000 Producción de adhesivos y POP 300.000 Total 3.800.000</p>		<p>50% privado - 50% público</p>

3.2.2	Responsable/s e involucrados	Plazo
Programa de Gobernabilidad y Fiscalización	La Federación / Los empresarios / SERNATUR Araucanía / La Municipalidad de Pucón (Centro de Negocios)	Mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Publico objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr presencia constante de los representantes del sector de turismo en las reuniones del Consejo Municipal.</li> <li>• Contribuir a las acciones de la Municipalidad en las áreas de turismo y las relacionadas.</li> <li>• Difundir las condiciones de libre competencia de igualdad y justicia.</li> <li>• Forzar implementación de inspección y cumplimiento a la vez.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de servicios turísticos y los servicios de aporte.</li> <li>• Actividades de los profesionales de empresas turísticas.</li> <li>• Empresas comerciales que ofrecen servicios y productos indirectos al rubro.</li> <li>• FAG "Destino Pucón".</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p><b>Acciones de Puesta en Marcha "Gobernabilidad"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una base de datos para distribución de la Agenda de las Reuniones del Consejo Municipal de Pucón.</li> <li>• Crear el sistema de turnos de la presencia de los empresarios (sus representantes) en dichas reuniones.</li> <li>• Generar presencia actual y pertinente del sector privado en las políticas y acciones Municipales relacionadas al turismo.</li> <li>• Informar sobre las reuniones incluyendo al menos los siguientes datos: (i) fecha cuando la reunión está programada, (ii) agenda, (iii) plazo de último ingreso de los temas en la agenda.</li> </ul> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha "Fiscalización"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un Programa Municipal de Fiscalización y según ello:</li> <li>• Ejecutar el control planificado y más estricto Control de Patentes Provisorias.</li> <li>• Ejecutar el control de permisos a comerciantes ambulantes (por ejemplo, implementar el programa de promover y concentrar el comercio ambulante existente en un sector/recinto adecuadamente equipado, señalado y difundido entre los potenciales consumidores.)</li> <li>• Efectuar una evaluación anual de la implementación del Programa.</li> <li>• Campaña de difusión a medios locales con el objeto de posicionar las acciones fiscalizadoras como un tema comunitario.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Participación y representatividad en los talleres de capacitación. Nº de informativos, afiches y manuales de calidad impresos y distribuidos. Nº y valor comercial de cobertura de prensa. Promoción a través del sitio Web.	Mejoramiento de la calidad a través de encuestas aplicadas a turistas que se hospedan en establecimientos de alojamiento turístico.	
<b>Propuesta Organizacional "Auto-Gobernanza"</b>	<b>Propuesta Organizacional "Fiscalización"</b>	
<p><b>La Municipalidad de Pucón debe:</b> Asegurar la presentación a tiempo de la información actualizada sobre las reuniones del Consejo Municipal, sus agendas y horarios.  Coordinación: alcaldía, DIDECO y el Departamento del Turismo.</p> <p><b>FAG "Destino Pucón" debe:</b> Asegurar recepción de la información y difusión a los actores del sector privado.  Coordinar elaboración de propuestas y su presentación.</p>	<p><b>La Municipalidad de Pucón:</b> Coordinar el Programa con otros organismos públicos (SERNATUR Araucanía, Superintendencia de Medio Ambiente, Carabineros de Chile etc.). Socializar el Programa Municipal de Fiscalización avisando sobre los plazos de rectificación de las situaciones de incumplimiento con las normativas.</p> <p><b>FAG "Destino Pucón":</b> Apoyar a los empresarios cuyo negocio fue sujeto a la fiscalización. (Proveer de información sobre el proceso y acciones de fiscalización, con información actualizada sobre las normas de calidad y cumplimiento. (por ejemplo, listado de proveedores de equipo o el servicio de reparación de ello), políticas municipales pertinentes, etc.) A través de sus socios actuar como red de supervisión de la fiscalización.</p>	

### 3.3 Línea de Acción: Sustentabilidad

3.3.1	Responsable/s	Plazo
Medición de Indicadores de Sustentabilidad del Destino	La Municipalidad de Pucón La FAG "Destino Pucón"	Corto – mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Publico objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preservar el patrimonio cultural y natural del destino de Pucón.</li> <li>• Proteger el entorno natural donde se realizan las actividades turísticas.</li> <li>• Asegurar la continuidad a largo plazo de la actividad turística en el destino.</li> <li>• Posicionar a Pucón como un destino que cumple con parámetros Internacionales de sustentabilidad.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de servicios turísticos.</li> <li>• Empresarios del destino.</li> <li>• Organizaciones de educación relacionadas con la formación de turismo en el destino.</li> <li>• Organizaciones públicas relacionadas con la actividad turística.</li> <li>• Comunidad de Pucón y comunas aledañas.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Estándares ambientales y culturales debidamente preservados forman parte de una experiencia turística de calidad, y son fundamentales hoy en día para el éxito del sector turístico. Para ello se hace necesaria la incorporación de indicadores como herramientas esenciales para la supervisión y control del desarrollo turístico. Los indicadores de sostenibilidad están diseñados para proporcionar datos fiables e información sobre los impactos medioambientales y socioeconómicos dentro del marco del desarrollo turístico y, por lo tanto, son una herramienta para la toma de decisiones de manera responsable. Con este propósito se hace necesario realizar una medición en base a parámetros de carácter internacional, elaborándose un diagnóstico y propuestas a cargo de un experto en la materia. Este informe permitirá diseñar un plan de acción que además se complemente con otras medidas efectuadas actualmente en la zona de la Araucanía Lacustre y que permita trazar los futuros planes de protección del destino.</p>		
<b>Acciones de Puesta en Marcha</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de propuestas elaboradas por organizaciones nacionales e internacionales.</li> <li>• Establecer un programa de formulación de indicadores para el turismo con la participación de expertos y actores locales.</li> <li>• Analizar la viabilidad de los indicadores desarrollados.</li> <li>• Diseñar el modelo de indicadores considerando el establecimiento de límites, escalas y criterios de ponderación.</li> <li>• Articular un modelo participativo que fomente el aporte de los actores locales y que propicie acuerdos para su aplicación.</li> <li>• Propiciar un seguimiento permanente.</li> </ul>		
<b>Herramientas de Marketing/Promoción</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volantes informativos para distribución a la comunidad.</li> <li>• Comunicados de Prensa con información respecto a acciones de difusión.</li> <li>• Taller de difusión a empresarios turísticos y comunidad respecto de las necesidades de sustentabilidad del destino.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Indicadores de sustentabilidad consensuados y definidos.	Grado de participación de los empresarios turísticos en la formulación de un diagnóstico inicial.	
Mejoramiento de la protección al medio ambiente producto de la actividad turística.	Grado de participación de los empresarios turísticos en la protección del medio ambiente.	
<b>Propuesta Organizacional</b>		<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>
<p>Coordinar con ITUR la implementación del proyecto "Medición de Indicadores de Sustentabilidad del Destino". Contratar un profesional de la dicha institución y coordinar aporte Institucional del ITUR asegurando un resultado de alta calidad y relevancia evitando necesidades de licitación de los servicios de asesoría pero maximizando el uso de los recursos y experiencia de ITUR en el área del turismo sustentable.</p>		<p>Honorarios profesional 2.750.000 75% público – 25% privado. (Explicación: Según PLADECO 2010-2014 Medición de Indicadores de Sustentabilidad del Destino puede efectuarse a través de las acciones planificadas para alcanzar el siguiente objetivo específico en el ÁMBITO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO: "Sustentabilidad", "Suscribir convenios para medición de satisfacción y estudios de mercado de servicios turísticos").</p>



3.3.2	Responsable/s	Plazo
Protección del Medio Ambiente	La Municipalidad de Pucón FAG Destino Pucón	Corto – Mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Publico objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asegurar la sustentabilidad ecológica (ambiental) del Destino Pucón.</li> <li>Asegurar aprovechamiento sustentable de las ASP.</li> <li>Asegurar sustentabilidad del Lago Villarrica.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores de servicios turísticos.</li> <li>Empresarios del destino.</li> <li>Organizaciones públicas relacionadas con la actividad turística.</li> <li>Comunidad de Pucón y comunas aledañas.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar Política Municipal de Turismo y Comuna Sustentables orientada hacia medio ambiente (según resultados de acciones indicadas en 3.3.1 arriba).</li> <li>Prohibir el uso de bolsa plástica en supermercados locales. Incentivar el uso de las bolsas de género (a través del sistema de descuentos, disponibilidad de las cajas de cartón para el rehúso)</li> <li>Recolección y reciclaje de desechos orgánicos ("Centro de acopio"). Incentivar reciclaje de los desechos orgánicos a través de un proyecto-piloto lo cual consistiría en: (i) derecho recibir abono en el Centro de Acopio cada cierto tiempo en caso fueron entregados debidamente los desechos orgánicos durante el año, (ii) descuento en el tarifa del aseo para los comercios que entregan basura sin desechos orgánicos, (iii) promover cajas de compost en los hogares (junto brindar el servicio retiro, por ejemplo a través del "Carrito Verde Pucón", es decir un camión especialmente habilitado para retirar los desechos orgánicos de los comercios y hogares de la comuna.)</li> <li>Aumentar cantidad de las campanas de vidrio e introducir campanas (container) de plástico. Realizar una campaña de difusión para informar la comunidad donde se puede entregar papel y cartón, latas de aluminio</li> <li>Realizar una campaña de colección de las pilas (batería desechable) en supermercados y minimercados de la zona ((i) distribuir tarritos reciclados y marcados con el signo de la campaña, (ii) retirar cuando se llenan, (iii) llevar a la empresa de recolección de este desecho peligroso (ICAP)).</li> <li>Renovar y mejorar imagen de Pucón a través de nuevos y más adecuados contenedores de los residuos domiciliarios.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Volantes informativos para distribución a la comunidad.</li> <li>Comunicados de Prensa para el lanzamiento de la Política Municipal de Turismo Sustentable. Comunicados de Prensa sobre las acciones de implementación y seguimiento (prensa de la zona y regional).</li> <li>Informar la comunidad y los empresarios a través del Centro de Negocios, páginas web de la Municipalidad y del destino (<a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>).</li> <li>Talleres a empresarios turísticos y comunidad respecto de (i) la importancia de reciclaje y como acciones relacionadas ayudan ahorrar recursos financieros y salvar recursos naturales, (ii) consejos de cómo reciclar y (iii) difusión de la Política Municipal de Turismo Sustentable.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Completa erradicación, en mediano plazo, de la bolsa plástica en los pequeños y grandes negocios del Destino Pucón. Después de los 2 años primeros: 60% de los negocios y 30% de los hogares poseyendo las cajas del compost y entregando desechos orgánicos al Centro de Acopio.	Cantidad de los talleres organizados. Exitosas postulaciones a los fondos concursables para financiamiento de varias acciones (de los sectores público y privado) de implementación de la Política Municipal de Turismo y Comuna Sustentables.	
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
Contratar una empresa de asesoría y/o unos profesionales del área desarrollo municipal y gestión ambiental para desarrollar Política Municipal de Turismo y Comuna Sustentables. Convocar (por parte de La Municipalidad de Pucón) una reunión con los representantes de los supermercados en el área. Postular a FPA en Julio 2011 con el proyecto de reciclaje de los desechos para financiar funcionamiento del "Centro de acopio" y el "Carrito Verde Pucón". Coordinar todas las acciones y desarrollo de los programas con el Consejo Ambiental de Pucón, Juntas de vecinos, y ONG y formaciones comunitarias tales como Pucón Verde etc.	60% público – 40% privado. Explicación: Las acciones de "Protección del Medio Ambiente" pueden efectuarse a través de las acciones incluidas en PLADECO 2010-2014 y estar dirigidas a alcanzar el siguiente objetivo específico en el <b>ÁMBITO CULTURAL</b> -> "Sustentabilidad y medio Ambiente" y "el cuidado de los recursos naturales" (principales elementos y focos estratégicos), "generar instancias armónicas entre las actividades económicas, culturales y medio ambientales" (objetivo específico).	

3.3.3	Responsable/s	Plazo
Campaña Conciencia Turística y Medioambiental Comunal	La Municipalidad de Pucón	Corto – mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Publico objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar a la población respecto de las ventajas de Pucón como destino turístico.</li> <li>Sensibilización ambiental.</li> <li>Hacer tangible en la comunidad los beneficios indirectos que genera el turismo (empleo, impacto en el comercio, etc.).</li> <li>Promover el cuidado y conservación de lugares públicos, recursos naturales y culturales.</li> <li>Crear una valorización, posicionamiento e imagen positiva de Pucón en la mente de sus diversos públicos.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes de Pucón.</li> <li>Habitantes que residen en comunidades o sectores aledaños a Pucón.</li> <li>Representantes de organismos públicos y privados (organizaciones sociales).</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Realizar una campaña de sensibilización para crear conciencia ciudadana sobre la importancia económica y social del turismo para el desarrollo de la ciudad. Se busca motivar el descubrimiento de los atractivos de Pucón por parte de sus propios habitantes con el fin de que éstos tengan conocimiento real del potencial de su ciudad turística, contribuyendo de esta forma a su fomento y conservación adecuada.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de un concepto temático en torno al turismo a comunicar.</li> <li>Creación de un programa de actividades dirigidas a la comunidad tales como concurso de pintura para niños, jornada de limpieza, charlas explicativas en colegios, entre otros.</li> <li>Diseño y producción de afiches para vía pública (pendones colgantes).</li> <li>Diseño y producción de volantes con conceptos de la campaña de conciencia turística, donde se invite a la comunidad a participar.</li> <li>Realización de (i) jornadas de limpieza en lugares públicos, (ii) un concurso dibujo, pintura o poesía, relacionado con la temática del turismo y/o medio ambiente y su posterior premiación en establecimientos de educación, (iii) las charlas en centros de educación y centros utilizados normalmente por la comunidad.</li> <li>Creación de noticias a través de acciones de Relaciones Públicas en la radio y prensa local.</li> <li>Durante la temporada baja realizar acciones tales como “Conozco mi destino” (turismo social, turismo local, acciones del marketing interno del destino) cual tendría como su intención entregar conocimiento de los atractivos del destino a la comunidad del Destino.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de tema de campaña para utilizar en los soportes publicitarios, incluyendo página Web <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>.</li> <li>Publicidad en vía pública a través de afiches y pendones.</li> <li>Impresión de volantes de la campaña de conciencia turística.</li> <li>Comunicados de Prensa.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de piezas publicitarias e impresos distribuidos.	Número de participantes en acciones convocadas.	
Número de acciones en colegios y centros comunitarios efectivamente realizados.	Numero de eventos del “turismo social-comunal” realizados.	
<b>Propuesta Organizacional</b>		<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>
<p>Coordinar con ITUR y UFRO la creación e implementación del programa de actividades “Campaña Conciencia Turística y Medioambiental Comunidad”. Promocionar ITUR como “Auspiciador Educativo del Destino Pucón” en las oportunidades acordadas y a cambio contar con los profesionales y alumnos del ITUR para (i) realización de las jornadas de limpieza, (ii) entrega de las charlas en los colegios y otras ocasiones determinadas (junto con los funcionarios públicos) según el programa desarrollado para 2011 y 2012.</p>		<p>Desarrollo línea gráfica 400.000  Volantes de publicidad 300.000  Publicidad vía pública y Afiches 2.300.000  Total 3.000.000  75% público – 25% privado.  Explicación: “Campaña Conciencia Turística y Medioambiental Comunidad” puede efectuarse a través de las acciones planificadas en el PLADECO 2010-2014 y estar dirigida a alcanzar el siguiente objetivo específico en los ÁMBITOS ECONÓMICO Y PRODUCTIVO, CULTURAL y EDUCACION: “Desarrollo del Turismo”, “Generación de Capital Humano” y “Sustentabilidad”.</p>

3.3.4	Responsable/s	Plazo
Vocación Turística del Plano Regulador	La Municipalidad de Pucón FAG "Destino Pucón"	Corto <span style="float: right;">?</span>
<b>Objetivo</b>		<b>Público objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ahondar en las condiciones de constructibilidad y habitabilidad que sirvan de base para cualquier proyecto inmobiliario turístico que se realice.</li> <li>• Disminuir riesgos ante desastres volcánicos, al evitar construcciones en vías de evacuación de lava.</li> <li>• Organización del suelo urbano, desde una perspectiva turística respetando zonas naturales de interés, zonas de preservación indígena, etc.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de servicios turísticos.</li> <li>• Empresarios del destino.</li> <li>• Municipalidad de Pucón.</li> <li>• Organizaciones públicas relacionadas con la actividad turística.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Pucón posee un Plan Regulador que está siendo modificado a la luz de los resultados de un amplio estudio que pretende obtener un importante instrumento de ordenamiento territorial. En este proceso resulta fundamental incorporar el turismo como elemento principal en el desarrollo del plan regulador. Por ende, este proyecto contempla la participación del turismo en el proceso de planificación territorial de uso de suelo y constructibilidad de Pucón, con el propósito de insertar el desarrollo de actividades turísticas como variable gravitante en el desarrollo de la comuna.</p>		
<b>Acciones de Puesta en Marcha</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Contratar un arquitecto o profesional del área para evaluar y analizar el Plano Regulador de Pucón desde el punto de vista turístico.</u></li> <li>• Realizar talleres de trabajo para integrar las opiniones y puntos de vista de los proveedores de servicios turísticos y organizaciones relacionadas con el turismo en cuanto al <u>diseño del futuro Plan Regulador de Pucón.</u></li> <li>• Comunicar a la comunidad de Pucón el aporte del turismo en el diseño del Plan Regulador.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de piezas publicitarias e impresos distribuidos. Número de acciones en colegios y centros comunitarios efectivamente realizados.	Realización de visitas en terreno a los lugares de interés turísticos (actuales y potenciales).	
<b>Propuesta Organizacional</b>		<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>
La FAG "Destino Pucón" asegurará la formulación y entrega de las opiniones y puntos de vista de los proveedores de servicios turísticos y organizaciones relacionadas con el turismo en cuanto al diseño del futuro Plan Regulador de Pucón.	Honorarios profesional por 5 meses 2.000.000 Gastos trabajo en terreno 500.000 75% público – 25% privado.	

3.3.5	Responsable/s	Plazo
Identidad, recursos culturales y desarrollo de la identidad cultural del destino	Municipalidad de Pucón Pueblo Indígena	Mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Público objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rescatar la identidad local.</li> <li>• Fomentar aprovechamiento de la cultura local.</li> <li>• Formar una única e interesante identidad del Destino Pucón.</li> <li>• Alcanzar la integración debida, estructurada y organizada del Pueblo Originario en las acciones del sector productivo.</li> <li>• Asegurar que todos los integrantes de la comuna de Pucón están beneficiados por el turismo (sustentabilidad económica y social).</li> <li>• Aportar a la inclusión social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitantes de Pucón.</li> <li>• Habitantes que residen en comunidades o sectores aledaños a Pucón.</li> <li>• Pueblo Indígena.</li> <li>• Actores de Turismo Mapuche.</li> <li>• Actores relacionados con Agro Turismo.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa del Desarrollo del Turismo Comunitario (y/o Turismo Mapuche) y Plan Rural de Agro y Enoturismo (PLADECO 2010-2014)</li> <li>• Programa Intercultural Municipal (PLADECO 2010-2014)</li> <li>• Ruta Turística Mapuche (restaurante de la gastronomía Mapuche debidamente ubicada en el centro de Pucón, farmacia de medicina Mapuche, charlas introducción a Mapudungun, ruta de tradiciones etc.)</li> <li>• Red de apoyo a los emprendedores y empresarios del pueblo indígena</li> <li>• Desarrollar el calendario de eventos relacionados:</li> <li>• Ceremonias religiosas</li> <li>• Talleres sobre las tradiciones del pueblo indígena</li> <li>• Fiestas de la gastronomía</li> <li>• Simposio internacional de pintura de los lugares sagrados (en estricta coordinación con los loncos y la comunidad indígena en general)</li> <li>• Mes del Turismo Mapuche</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
<p>Integración de la Ruta Turística Mapuche en la oferta del Destino Pucón.</p> <p>Número de las actividades de la Red de apoyo a los emprendedores y empresarios del pueblo indígena.</p>	<p>Elaboración e implementación parcial de los Programas y Planes.</p> <p>Calendario actualizado y anualmente repetido de los eventos relacionados.</p>	
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
<p>Acciones "Identidad, recursos culturales y desarrollo de la identidad cultural del destino" puede efectuarse a través de las acciones planificadas en el PLADECO 2010-2014 y estar dirigidas a alcanzar los objetivos específicos a través los principales elementos y focos estratégicos "Identidad Multicultural", "Integración", "Identidad Mapuche", "Desarrollo de Turismo" y "Sustentabilidad" de los ÁMBITOS CULTURAL y ECONOMICO Y PRODUCTIVO.</p>	<p>70% público - 30% privado.</p>	

### 3.4 Línea de Acción: Estacionalidad y Desarrollo de la Oferta

3.4.1	Responsable/s	Plazo
Desarrollo de Circuitos	FAG Destinos Unidos	Mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Publico objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Complementar los circuitos turísticos existentes con productos potenciales de alto interés por parte del público.</li> <li>Otorgar variedad a la oferta turística existente.</li> <li>Reducir la estacionalidad actual de la demanda turística introduciendo circuitos que se desarrollen en temporadas medias o bajas.</li> <li>Realizar elementos de la naturaleza asociado al desarrollo de actividades que pueden ser realizadas por una amplia gama de clientes.</li> <li>Contribuir al posicionamiento de la Araucanía, de la mano del fuerte posicionamiento de destinos turísticos de Argentina, como San Martín de Los Andes.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitantes nacionales e extranjeros.</li> <li>Agencias de Viajes y Tour Operadores.</li> <li>Personal de Hoteles en Pucón.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Este proyecto contempla la elaboración de circuitos turísticos que se complementen con los ya existentes y que integren los atributos turísticos y actividades que creen una demanda adicional a Pucón. Por ello se contempla la creación de circuitos turísticos integrados con destinos limítrofes tales como Argentina, circuitos con actividades para realizar principalmente en el periodo invernal, circuitos culturales que realcen las características y costumbres e la etnia mapuche y por último circuitos asociados a turismo de naturaleza y más específicamente, intereses especiales (pesca, trekking, hiking, ornitología).</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer un levantamiento de la oferta turística disponible en la ciudad de Pucón y sus alrededores. Se espera identificar aquellos lugares no descubiertos, además de los ya existentes.</li> <li>Contratar un profesional cuya labor sea componer e implementar circuitos turísticos que faciliten su adquisición por parte del público visitante de Pucón, constituyendo una oferta complementaria.</li> <li>Diseñar los circuitos turísticos incluyendo los componentes de la oferta, los lugares a visitar, las actividades a realizar y los periodos en el año en que resultan más conveniente efectuarlos (ejemplos y posibilidades: circuito de rodeo).</li> <li>Comunicar esta oferta a los operadores locales y proveedores de servicios turísticos en general a fin de motivarlos a comercializar estos circuitos.</li> <li>Mostrar circuitos a operadores de turismo receptivo, operadores nacionales, agencias de viajes.</li> <li>Realizar viajes de prensa a medios de comunicación con el fin de mostrar a potenciales consumidores respecto de esta oferta.</li> <li>Evaluar al cabo de un año el nivel de posicionamiento y visitas de cada circuito.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusión de los circuitos en el catálogo del operador regional.</li> <li>Volante simple de los circuitos, distribuido a través de las oficinas de información turística, agencias de viajes, establecimientos de alojamiento y restaurantes.</li> <li>Promoción a través de los sitios web turísticos nacionales entre, operadores, SERNATUR, Municipalidad de Pucón y hoteles, etc.</li> <li>Incluir los circuitos en un viaje de familiarización dirigido a agencias de viajes, operadores nacionales y personal de hoteles (conserjes, hoteles).</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de circuitos identificados e incorporados en la nueva oferta.	Número de operadores que tengan los circuitos incorporados en su oferta y catálogos.	
Número de visitantes a lugares destacados en nuevos circuitos.	Número de sitios Web donde estos circuitos cuentan con presencia.	

3.4.2	Responsable/s	Plazo
Acción y Eventos Todo el Año	FAG Destino Pucón Municipalidad de Pucón Empresarios del Destino Pucón	Corto – mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Público objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Romper la estacionalidad a través de atractivos que se puede disfrutar.</li> <li>• Establecer tradiciones de los eventos nacionales e Internacionales.</li> <li>• Mantener un calendario de eventos estable para difundir los eventos de la temporada de invierno en verano y viceversa.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes nacionales e extranjeros.</li> <li>• Empresarios del Sector de Turismo.</li> <li>• Habitantes de la comuna Pucón.</li> <li>• Habitantes que residen en comunidades o sectores aledaños a Pucón.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer listado y calendario fijo de los eventos anuales y mantenerlos en la oferta al menos por tres años antes de descartarlos por impopularidad u otras razones. Entre las siguientes opciones hay que elegir las viables y financiables: <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Festival Internacional de Jazz o otra música popular entre lo más amplio público posible.</li> <li>◦ Otros eventos culturales: Festival de danza clásica, exposiciones culturales, ferias costumbristas etc.</li> <li>◦ Show de Motoqueros / Show de 4x4 antiguos (aprovechar de lo que la característica de la zona es popularidad de vehículos "todo terreno")</li> <li>◦ Eventos de la vida nocturna para toda edad.</li> <li>◦ Eventos deportivos en invierno.</li> </ul> </li> <li>• Festival de la Nieve.</li> <li>• EXPO-workshop Termas &amp; Nieve.</li> <li>• Festival de Panqueques (evento para ser realizado en verano como "adelanto" al Festival de Chocolate)</li> <li>• Festival de Chocolate (Semana Santa)</li> <li>• Continuar con los eventos establecidos y de la reputación internacional – Rally Móvil, Iron Man – esforzando que los organizadores no cambian a otro destino.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Numero de los eventos realizados versus planificado.	Mantención de las tradiciones en cuanto organizar los eventos (fechas, lugares, visualización (imagen del evento), programa etc.).	
<b>Propuesta Organizacional</b>		<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>
La gestión debe provenir de los mismos empresarios del sector de turismo con apoyo de la Municipalidad de Pucón, en cuanto la información de contacto y puntos de acercamiento (para entregar información y convocar asistencia) a la comunidad.		50% público – 50% privado. Explicación: acciones "Acción y Eventos Todo el Año" puede efectuarse a través de las acciones planificadas en el PLADECO 2010-2014 y dirigidas a alcanzar los objetivos específicos a través los principales elementos y focos estratégicos "Contra Estacionalidad", "Competiciones" y "Espectáculos deportivos y de atractivo turístico" de los ÁMBITOS ECONOMICO Y PRODUCTIVO y DEPORTES Y EVENTOS.

### 3.5 Línea de Acción: Capacitación

3.5.1	Responsable/s	Plazo
Programa de Incentivo a la Formación Turística	Municipalidad de Pucón FAG "Destino Pucón"	Mediano
<p align="center"><b>Objetivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con profesionales idóneos en todas las áreas del turismo en el destino de Pucón.</li> <li>• Fortalecer la utilización de recursos humanos provenientes del destino gracias a una formación turística constante y transversal, que se inicie en la etapa escolar y que se profundice en establecimientos de educación superior.</li> <li>• Otorgar herramientas de trabajo a quienes están en la ejecución de la actividad turística incorporando las nuevas tendencias del mercado.</li> </ul>	<p align="center"><b>Publico objetivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresarios de la industria turística o proveedores de servicios.</li> <li>• Empleados de empresas proveedoras de servicios turísticos.</li> <li>• Funcionarios de servicios públicos que posean relación con la actividad turística.</li> <li>• Docentes.</li> <li>• Representantes organizaciones locales.</li> </ul>	
<p align="center"><b>Descripción</b></p> <p>Desarrollar un programa de capacitación continua, principalmente dirigido a actores del sector turístico que busque entregar herramientas prácticas respecto de la industria. Será compuesto por talleres que convocarán representantes públicos y privados y donde se expondrán temas como calidad de servicio, comercialización, gastronomía, liderazgo, sustentabilidad, entre otros.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Levantamiento de necesidades (demanda) de conocimiento por parte de los empresarios turísticos y personas que trabajan en la actividad.</li> <li>• Definición de los temas y contenidos de los talleres = Programa de Educación Turística de la Comuna Pucón.</li> <li>• Coordinar la participación de las instituciones educacionales de la zona.</li> <li>• Charlas, cursos y/o diplomados serán debidamente certificados por las instituciones que prestarán los servicios de educación y/o por la Municipalidad de Pucón.</li> <li>• Becas de intercambio para estudiantes de turismo para conocer el sistema de otros países.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar herramientas audiovisuales de buena calidad para facilitar presentaciones y charlas sobre todas las áreas relevantes del turismo, incluida la gestión ambiental, calidad del servicio e infraestructura, etc.</li> <li>• Sitio Web.</li> <li>• Certificados de Participación.</li> </ul>		
<p align="center"><b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b></p>		
Número de manuales elaborados y distribuidos vs. Presupuestados. Número de asistentes a las charlas y talleres vs. Número de invitados.	Número de cursos efectivamente realizados. Número de personas certificadas.	
<p align="center"><b>Propuesta Organizacional</b></p>	<p align="center"><b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b></p>	
Organizar charlas, cursos y/o diplomados según el Programa de Educación Turística y según las oportunidades (de financiamiento, de informarse y aprovechar cursos a nivel regional etc.) presentadas por las autoridades regionales y nacionales. Coordinar el Programa con las instituciones de educación superior que se encuentran en la zona - UFRO, ITUR, PUC.	Presupuesto: según los resultados del levantamiento de necesidades. 50% público - 50% privado	

3.5.2	Responsable/s	Plazo
Formación de Brigadas Educativas	Municipalidad de Pucón	Corto – mediano
<b>Objetivo</b>	<b>Público objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilizar a la población de la ciudad como destino turístico.</li> <li>Hacer tangible en la comunidad los beneficios indirectos que genera el turismo (empleo, impacto en el comercio, etc.).</li> <li>Promover el cuidado y conservación de lugares públicos.</li> <li>Crear una valorización, posicionamiento e imagen positiva de Pucón en la mente de sus diversos públicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colegios.</li> <li>Comunidad de Pucón.</li> <li>Habitantes que residen fuera del radio urbano de Pucón.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p>Realizar una campaña para que la población comprenda el concepto de "Conciencia Turística" como una actitud individual y colectiva frente al turista, al turismo y a las actividades que influyen directa o indirectamente sobre él. Esta campaña se canalizará a través de la formación de "brigadas educativas" que transmitan estándares y normas de calidad, comunicación y capacitación y que proporcionen monitoreo y evaluación permanente.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación de grupos de escolares a cargo de un monitor, denominados brigadas educativas.</li> <li>Desarrollo de cursos básicos de turismo para brigadas educativas.</li> <li>Certificación de integrantes de brigadas educativas.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informativos sobre la formación de brigadas educativas.</li> <li>Comunicados de prensa, para acciones de relaciones públicas.</li> <li>Distintivo especial para integrantes de brigadas educativas una vez finalizados los cursos.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
<p>Diagnóstico de la conciencia turística de los jóvenes y niños en Pucón.</p> <p>Número de Informativos, afiches y manuales de calidad impresos y distribuidos.</p>	<p>Realización de encuestas a los habitantes sobre la efectividad de la campaña y mejoramiento en la conciencia turística de los residentes.</p>	
<b>Propuesta Organizacional</b>		<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>
<p>Coordinar con ITUR y UFRÓ la creación e implementación del programa de actividades "Formación de Brigadas Educativas".</p>		<p>Presupuesto: según los resultados del levantamiento de necesidades.</p> <p>50% público – 50% privado</p>



### 3.6 Línea de Acción: Inteligencia de Mercado

3.6.1	Responsable/s	Plazo
Estudios de Mercado	Municipalidad de Pucón Cámara de Turismo Pucón FAG Destino Pucón	Corto – mediano
<b>Objetivo</b>	<b>Público objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Profundizar el conocimiento de los consumidores finales tanto actuales como potenciales.</li> <li>Contar con cifras turísticas para medir el flujo de visitante y el impacto del turismo en el destino.</li> <li>Conocer las características demográficas, socioeconómicas y psicográficas del mercado.</li> <li>Profundizar el conocimiento respecto de las motivaciones de compra del turista que visita Pucón.</li> <li>Identificar productos turísticos con potencial futuro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales y extranjeros actuales y potenciales.</li> <li>Proveedores de servicios turísticos.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p>El estudio del comportamiento del consumidor adquiere una importancia fundamental si se considera a este último como el actor que, de acuerdo a sus necesidades guiará la actividad turística del destino. Por ende se contempla la realización de estudios de mercado, dirigidos a consumidores actuales y potenciales del destino. Estas mediciones se realizarán en forma anual estableciendo de esta forma, un parámetro comparativo.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Registrar número de personas que consultan las oficinas de información turística.</li> <li>Realizar un cuestionario cualitativo y cuantitativo que sea completado por los visitantes que consultan las oficinas de información turística.</li> <li>Efectuar un cuestionario para entregar a los huéspedes de hoteles y servicios de alojamiento.</li> <li>Una vez al año hacer una rueda de entrevistas personales en cuanto a la calidad de los servicios y que al mismo tiempo sirva para generar estadísticas del sector.</li> <li>Cuestionario de alojamiento para medir actividad post temporada alta.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de un registro que mida los visitantes que consultan la oficina de información turística.</li> <li>Elaboración de tres tipos de cuestionarios cualitativos y cuantitativos destinados a: turistas que consultan la oficina de información turística, huéspedes en servicios de alojamiento y público que visita el destino en general.</li> <li>Desarrollar sección de <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a> que refleje la información y estadísticas turísticas.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de cuestionarios entregados w/s cuestionarios respondidos. Funcionamiento de la plataforma de la entrega, procesamiento y extracción de los.	Número de personas contactadas en entrevistas anuales.	
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
Según PLADECO 2010-2014 la Municipalidad de Pucón sería responsable por los gastos de las acciones en el rubro "Estudios de Mercado". Éstos deben efectuarse a través de las acciones planificadas para alcanzar el siguiente objetivo específico del PLADECO en el ÁMBITO ECONOMICO Y PRODUCTIVO: "Marketing" -> "Suscribir convenios para medición de satisfacción y estudios de mercado de servicios turísticos".	Diseño y producción de encuestas 200.000 Realización de encuestas turistas 1.000.000 Tabulación de la información e Informes 300.000 Participación en encuestas en mercado nacional 1.500.000 Total: 3.000.000 75% público – 25% privado.	

3.6.2	Responsable/s	Plazo
Observatorio Turístico	La Municipalidad de Pucón Cámara de Turismo Pucón FAG Destino Pucón	Anual
<b>Objetivo</b>		<b>Publico objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a los actores del turismo de Pucón respecto de las tendencias del mercado nacional e Internacional.</li> <li>• Contribuir al conocimiento continuo de los profesionales participantes de la actividad turística.</li> <li>• Identificar oportunidades en cuanto a mercados potenciales e ideas innovadoras respecto al desarrollo de productos turísticos.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitantes.</li> <li>• Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• Empresarios turísticos.</li> <li>• Autoridades municipales.</li> <li>• Autoridades de turismo regional.</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p>Como complemento a la realización de Estudios de Mercado, se desarrollará un Observatorio Turístico que tendrá como función principal el mantener informado a los actores de las actividades turísticas de Pucón respecto a las tendencias nacionales e internacionales del turismo. Se concentrará en temas como marketing, desarrollo de productos, benchmark de productos y destinos similares, comportamiento del consumidor según mercado y estadísticas.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar temas considerados prioritarios a partir de consultas a empresarios, representantes de organismos públicos, etc.</li> <li>• Identificar fuentes de información y establecer convenios con organizaciones nacionales e internacionales, especialmente para aquellos en que exista un costo asociado.</li> <li>• Seleccionar la información relevante y diseñar un soporte que sea de fácil impresión y en formato digital – plataforma de entrega, procesamiento y generación de resumen (mensual y anual) de los datos.</li> <li>• Convertir el Observatorio Turístico en un elemento de información digital que a su vez este disponible en una dirección específica, vinculada al sitio web del destino de Pucón.</li> <li>• Invitar a los receptores a proponer temas sobre los cuales se requiera profundizar la información.</li> <li>• Implementar la plataforma (hosting de bajo de en <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a>) de entrega obligatorio para todos aquellos negocios con patentes), procesamiento y generación de resumen (mensual y anual) de los datos (estadísticas sobre de las actividades realizadas y huéspedes/clientes) de las empresas del sector turístico. Asegurar procesamiento automático, anónimo y seguro (con los certificados de seguridad TI adecuados) de los datos levantados. No perjudicar libre competencia. Usar los datos para planificación, evaluación y otras necesidades del desarrollo turístico de Pucón.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Material elaborado y distribuido vs. Planificado. Número de estudios turísticos incorporados al Observatorio. Cantidad de estadísticas turísticas recopiladas.	<p>Número de personas, de empresas proveedoras de servicios turísticos y afines, que solicitan y reciben el Observatorio Turístico.</p> <p>Número de visitas en la dirección específica del Observatorio Turístico, donde se encuentre alojado en el sitio Web del destino Pucón.</p>	
<b>Propuesta Organizacional</b>		<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>
Según PLADECO 2010-2014 la Municipalidad de Pucón sería responsable por los gastos de las acciones en el rubro "Estudios de Mercado". Éstos deben efectuarse a través de las acciones planificadas para alcanzar el siguiente objetivo específico del PLADECO en el ÁMBITO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO: "Marketing" -> "Suscribir convenios para medición de satisfacción y estudios de mercado de servicios turísticos".		<p>Diseño del Observatorio Turístico 200.000</p> <p>Honorarios periodista y planificador turístico 3.600.000</p> <p>Adquisición de informes de mercado seleccionados 1.200.000</p> <p>Diseño, elaboración e implementación de la plataforma 1.200.000</p> <p>Total: 6.200.000</p> <p>75% público – 25% privado.</p>

### 3.7 Línea de Acción: Interrelación y Representación

3.7.1	Responsable/s	Plazo
Destinos Unidos	FAG Destino Pucón Empresarios turísticos de Pucón	Mediano – largo
<b>Objetivo</b>	<b>Público objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar el sur de Chile como destino conjunto y complementario.</li> <li>• Crear una valorización, posicionamiento e imagen positiva de los tres destinos en la mente de sus diversos públicos.</li> <li>• Promover Pucón como destino a la cadena de comercialización turística, incluyendo operadores nacionales y receptivos.</li> <li>• Obtener sinergias de costos, producto de negociaciones conjuntas que beneficien a la industria turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado Nacional.</li> <li>• Mercados internacionales.</li> <li>• Empresarios turísticos nacionales.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p>Tomar parte activa en esta iniciativa dirigida a gremios y asociaciones privadas de turismo o relacionadas de manera directa con esta actividad de toda la Macrozona Lagos, Ríos y Volcanes (Pucón, Valdivia y Puerto Varas) y/o Isla de Pascua, Torres del Paine y San Pedro de Atacama. No tiene costo monetario alguno, sin embargo, considera la participación activa en este grupo y sus instancias específicas de coordinación. La participación en Destinos Unidos, permitirá la participación de Pucón como destino en sus acciones de promoción conjunta, como la edición de guías turísticas, asistencia a workshops, entre otros.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en las herramientas de marketing que ejecuta Destinos Unidos tales como la edición anual de la Guía Destinos Unidos (120.000 ejemplares) y la participación en el Workshop Lagos Ríos y Volcanes, y "Todo Chile". Esta última es una rueda de negocios, realizada anualmente desde el año 2004 y ha contado como sedes las ciudades de Puerto Varas, Valdivia y Pucón. En promedio ha congregado a 240 expositores y los 65 operadores más importantes del país.</li> <li>• Participar a través de una representación única por ejemplo la Corporación de Desarrollo Turístico de Pucón, en las reuniones periódicas que realice Destinos Unidos.</li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía Destinos Unidos.</li> <li>• Material editado para workshop.</li> <li>• Base de Datos – utilizada en las acciones de marketing directo.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de reuniones efectuadas versus plan. Número de representantes en acciones de promoción (workshop).	Impacto de la campaña medida por aumento en número de visitantes, número de visitas al sitio web, número de solicitudes de Información. Número de acciones conjuntas efectuadas.	
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
La reactivación de la iniciativa "Destinos Unidos" tendría que efectuarse después del análisis de la "memoria histórica" de las personas quienes participaron en el primer esfuerzo en 2004-2006, y después de fortalecer Pucón como Destino Turístico.	Participación Workshop Destinos Unidos \$800.000 Co financiamiento Guía Destinos Unidos \$800.000 Costos de Viajes participación reuniones de coordinación \$400.000 Total 2.000.000 25% público – 75% privado	

3.7.2	Responsable/s	Plazo
Presencia y participación en los organismos públicos y privados del sector de turismo	FAG Destino Pucón Municipalidad de Pucón	Corto – mediano
<b>Objetivo</b>		<b>Público objetivo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover membresía de los empresarios, agrupaciones relevantes, gremios etc. de Pucón en ACHET, FEDETUR etc.</li> <li>• Participar en los comités consultativos a nivel regional, CONSETUR, en la Asociación de Municipios turísticos lacustres AMTL etc.</li> <li>• Fomentar el desarrollo de esta industria y actividad económica con calidad, innovación y profesionalismo.</li> <li>• Comunicar los atributos de Pucón como destino turístico.</li> <li>• Promover Pucón en los mercados internacionales con conjunto con la totalidad de la oferta turística chilena.</li> <li>• Enfrentar con mejores expectativas y de manera más asociativa el desarrollo turístico de Pucón y La Araucanía para que éste sea el principal eje de desarrollo estratégico de la región.</li> <li>• Participar en la toma de decisiones y definiciones del sector turismo.</li> <li>• Crear una valorización, posicionamiento e imagen positiva de Pucón en la mente de sus diversos públicos (gremios del turismo, etc.).</li> <li>• Lograr una sinergia de recursos al participar de un esfuerzo conjunto con empresarios y representantes del sector público de distintos destinos de Chile.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado Nacional.</li> <li>• Mercados internacionales.</li> <li>• Empresarios y autoridades turísticas nacionales.</li> <li>• Empresarios turísticos nacionales.</li> <li>• Empresas presentes en la región.</li> <li>• Empresas proveedoras de servicios.</li> <li>• Organizaciones públicas que participan en turismo.</li> <li>• Gobierno Regional de La Araucanía.</li> <li>• <i>Empresarios turísticos representados por sus gremios</i> (Cámara Nacional de Comercio, Asociación Chilena de Agencias de Viajes, Asociación Chilena de Empresas Mayoristas de Turismo, Confederación de Hotelería y Gastronomía, Asociación Chilena de Gastronomía, Asociación de Hoteleros de Chile, Cámara de Turismo de Aventura y Asociación Chilena de Líneas Aéreas).</li> </ul>
<b>Descripción</b>		
<p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar Base de Datos de las instituciones pertinentes y relevantes para la membresía del Destino Pucón y asignar representantes del Destino Pucón a cada una de las instituciones.</li> <li>• Desarrollar una Agenda participación en los organismos públicos y privados del sector de turismo, y luego implementarla.</li> <li>• Participar en la construcción e implementación de una Agenda del Turismo Regional.</li> <li>• Desarrollar los mensajes sobre los atributos del destino turístico para comunicar a los integrantes de la cadena de comercialización turística.</li> <li>• Mantener vigente la membresía, a través de la cancelación anual de la cuota social correspondiente o alternativamente como corresponde.</li> <li>• Solicitar información actualizada de inteligencia de mercados, bases de datos de intermediarios, etc.</li> <li>• Asistir a reuniones de coordinación y acciones de marketing internacional.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
<p>Número de reuniones efectuadas versus plan. Número de representantes en acciones de promoción (workshop). Impacto de la campaña medida por aumento en número de visitantes, número de visitas al sitio web, número de solicitudes de información.</p>	<p>Impacto de la campaña medida por aumento en número de visitantes, número de visitas al sitio web, número de solicitudes de información. Número de acciones conjuntas efectuadas. Aumento en el número y proveniencia de visitantes internacionales. Porcentaje de mercado objetivo que recordó haber visto la campaña.</p>	
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
Evaluar los logros al cabo de un año. Coordinar la participación del destino a través de sus gremios turísticos.	25% público – 75% privado	

### 3.8 Línea de Acción: Comunicación

3.8.1	Responsable/s	Plazo
Infraestructura de Marketing	FAG Destino Pucón	Corto
<b>Objetivo</b>	<b>Público objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a Pucón como destino turístico con información unificada que destaque sus atributos.</li> <li>• Crear una serie de elementos de comunicación que le den continuidad a los mensajes de marketing del destino.</li> <li>• Posicionar aquellos circuitos turísticos que hayan sido previamente definidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodistas y medios de comunicación</li> <li>• Proveedores de servicios</li> <li>• Grupos representativos de la comunidad local</li> <li>• Autoridades locales y regionales</li> <li>• Otros actores externos relevantes</li> <li>• Organizadores de congresos</li> <li>• Asociaciones profesionales, nacionales e internacionales - Tour operadores chilenos y extranjeros.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p>Este proyecto es fundamental en la línea de acción de Comunicación contenida dentro de la estrategia de Promoción del Plan. Contempla la creación de un conjunto de soportes que respaldaran la acción promocional y que serán diseñados como fruto del proyecto de definición de Identidad del destino. En el primer año se producirá una guía del viajero, folleto en idioma español e inglés, además de una selección de imágenes contenidas en formato digital. A partir del segundo año se producirá un catálogo que muestre los circuitos identificados en el plan (Proyecto Desarrollo de Circuitos) además de los ya existentes. En el tercer año se desarrollará un catálogo que promueva la realización de reuniones e incentivos y en los años sucesivos se contempla la actualización de información y reimpresión de material.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A partir del Manual de Normas Gráficas desarrollado a través de la definición de la nueva Identidad, desarrollar la pauta gráfica de los elementos que deberán contener los diferentes soportes.</li> <li>• Desarrollo de Banco de Imágenes (adquisición).</li> <li>• Desarrollar el contenido para la Guía del Viajero.</li> <li>• Desarrollar la pauta de trabajo con el fin de obtener cotizaciones de diseñadores e imprenta.</li> <li>• Diseño y Producción del material.</li> <li>• Distribución a través de correo directo, entrega personalizada y en acciones promocionales.</li> <li>• Desarrollo de pauta, diseño y producción de Guía de Circuitos Prioritarios.</li> <li>• Desarrollo de un sistema de reimpresión permanente.</li> <li>• Desarrollo de los contenidos y actualizaciones para el portal de información del Destino – <a href="http://www.visitpucon.com">www.visitpucon.com</a></li> </ul> <p><b>Herramientas de Marketing/Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banco de Imágenes</li> <li>• Guía del Viajero</li> <li>• Guías de Circuitos Prioritarios.</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de elementos impresos versus planificado.	Distribución efectuada versus lo planificado.	
<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>		
	Banco de Imágenes 1.500.000 Guías 4.000.000 Total 5.500.000	

3.8.2	Responsable/s	Plazo
Acciones Promocionales	FAG Destino Pucón Municipalidad de Pucón	Corto-mediano
<b>Objetivo</b>	<b>Público objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a Pucón como destino turístico con información unificada que destaque sus atributos.</li> <li>• Crear una serie de elementos de comunicación que le den continuidad a los mensajes de marketing del destino.</li> <li>• Posicionar aquellos circuitos turísticos que hayan sido previamente definidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodistas y medios de comunicación</li> <li>• Proveedores de servicios</li> <li>• Grupos representativos de la comunidad local</li> <li>• Autoridades locales y regionales</li> <li>• Otros actores externos relevantes</li> <li>• Organizadores de congresos</li> <li>• Asociaciones profesionales, nacionales e internacionales - Tour operadores chilenos y extranjeros.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<p>Para cumplir los objetivos establecidos y llevar a cabo la implementación de las estrategias planteadas, se requiere la realización de una serie de actividades promocionales entre ferias de turismo, realización de road shows, ruedas de negocios y presentaciones a público final. El proyecto contempla la coordinación de un calendario de acciones que comience con la participación en ferias de turismo en el mercado nacional y progresivamente vaya incorporando acciones adicionales al calendario.</p> <p><b>Acciones de Puesta en Marcha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir los objetivos, resultados esperados y audiencia de las acciones promocionales de acuerdo a la estructura presentada a continuación.</li> <li>• Desarrollar un calendario de acciones promocionales y determinar presupuesto disponible.</li> <li>• Coordinación de participantes y material promocional a utilizar.</li> <li>• Ejecución de la acción y medición de resultados.</li> </ul> <p><b>Acciones promocionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias de Turismo: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ FITUR España</li> <li>○ ABAV Brasil</li> <li>○ FIT Argentina</li> <li>○ VYVA Santiago de Chile</li> </ul> </li> <li>• Road Shows</li> <li>• FamTours</li> <li>• Presentaciones al Público Final</li> <li>• Workshops</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
Número de participantes / expositores.	Número y tipo de consultas a partir de los contactos realizados.	
Número de contactos realizados versus planificados.		
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
La contribución pública a estas acciones sería importante los primeros dos años de implementación y tendría que disminuir anualmente traspasando la responsabilidad al sector privado.	<p>Año 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación Ferias Nacionales \$7.000.000</li> <li>Acciones Mercado Internacional \$15.000.000</li> <li>Presentación Público Final \$12.000.000</li> <li>Workshop Rueda de Negocios \$12.000.000</li> <li>Total \$46.000.000</li> <li>25% público – 75% privado</li> </ul>	

### 3.9 Línea de Acción: Infraestructura Turística

3.9.1	Responsable/s	Plazo
Infraestructura acorde al destino	Municipalidad de Pucón FAG Destino Pucón	Mediano
Objetivo	Publico objetivo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtener infraestructura adecuada para el Destino Pucón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes.</li> <li>Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>Empresarios turísticos.</li> <li>Autoridades municipales.</li> </ul>	
Descripción		
<b>Acciones de Puesta en Marcha</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar gestión de los procesos dirigidos a tener todo el camino volcán con pavimento; asegurar coordinación de las acciones y proyectos de varios actores públicos y privados</li> <li>Aeropuerto con salas de espera, banios y servicio taxi</li> <li>Limpieza e infraestructura mejorada (verederos y vías con pavimento y reparadas etc.) alrededor de los Terminales de buses</li> <li>Aumentar kilometraje de las Ciclovías y mejorar las existentes. Desarrollar un Mapa de las Ciclovías, publicarla y distribuir</li> <li>Gestionar mejoramiento del trabajo de los pasos fronterizos (Mamuil Malal con 2 turnos) y presentar información actualizada a los turistas.</li> <li>Mejorar la señalización en la vías públicas (Pucón xy km; Pucón a la derecha etc.)</li> </ul>		
Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)		
Tiempo para llevar a cabo las acciones de puesta en marcha. Aumento en actividad turística en el circuito bi-nacional.	Calidad de las vías, caminos, Ciclovías. Facilidad en cruzar la frontera	
Propuesta Organizacional	Presupuesto / Herramientas de Financiamiento	
Basar la implementación de las acciones en el rubro "Infraestructura acorde al destino" en la coordinación con los Proyectos de Infraestructura Municipal Asegurar que los diferentes Organismos Públicos especialmente Ministerio de Obras Públicas, de Vivienda, de Bienes Nacionales, comprometen y tomen conciencia del Potencial Turístico y lo incorporen a los proyectos o quehacer cotidiano de la institución, asumiendo el rol y responsabilidad que le corresponde en su ámbito. Esto también es válido en su medida para el sector Privado involucrado.		

3.9.2	Responsable/s	Plazo
Entrega de la información al turista	Municipalidad de Pucón FAG Destino Pucón	Corto
<b>Objetivo</b>	<b>Publico objetivo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a Pucón como destino turístico con información unificada que destaque sus atributos.</li> <li>• Entregar información actualizada e interesante a los turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• Promover la nueva imagen turística del Destino Pucón.</li> <li>• Canalizar las inversiones privadas hacia promoción unificada del Destino Pucón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• Empresarios turísticos.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>		
<b>Acciones de Puesta en Marcha</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijar ubicaciones y mantener la Red de los Centros de información turística (2 o 3 centros grandes y multitud de centros pequeños tales como agencias de turismo, las recepciones de los establecimientos de alojamiento etc.). obligar los Centros no solo entregar información a los turistas si no también levantar información estadística relevante al desempeño al Destino Pucón y el sector de turismo (encuestas, entrega de los datos al portal etc.).</li> <li>• Mejorar la entrega de información para el turista a través de la señalética (mapas, fotos, textos informativos y explicativos, gráficos etc.) en los lugares estratégicos:</li> <li>• Preparar el catastro de los atractivos turísticos (paisaje, recurso natural) y determinar (i) la información para entregar sobre este atractivo y (ii) forma de entregarla (placa, lienzo de PVC, stand etc.).</li> <li>• Producir y mantener la Señalética del Destino Pucón y los atractivos turísticos de la zona a través del financiamiento privado, por ejemplo organizar un concurso para el Desarrollo de la Señalética del Destino Pucón y los atractivos turísticos de la zona.</li> <li>• Coordinar con todas las personas e instituciones pertinentes aspectos relevantes del dicho concurso (posicionamiento de las placas en las ASP, terrenos privados, etc.)</li> </ul>		
<b>Indicadores de Evaluación y Medición de Resultados (comparación anual)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero de los pendones, placas etc. producidas versus planificadas.</li> <li>• Calidad y durabilidad de la señalización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reacción positiva de los turistas en encontrar información en más de dos idiomas.</li> <li>• Mejor distribución de las actividades turísticas en la zona.</li> </ul>	
<b>Propuesta Organizacional</b>	<b>Presupuesto / Herramientas de Financiamiento</b>	
Asegurar el intercambio de información dentro de la Red de los Centros de información turística. Asegurar el acceso a la información sobre el concurso para todos los empresarios de la zona.	Catastro de los atractivos turísticos PLADECO 2010-2014	