

RESUMEN EJECUTIVO



PLADETUR
de Viña del Mar

2025 - 2033

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE
VIÑA DEL MAR 2025 - 2033**

Desarrollado por:

Dirección de Desarrollo Turístico y Económico - Municipalidad de Viña del Mar
Departamento de Participación Ciudadana - Municipalidad de Viña del Mar
DTS Consultores Ltda.

Edición general:

Bárbara Vallejos Peralta

Revisión:

Sandrino Llano Ramos
María Paz Gómez Dauros
Katherine Núñez Garcés

Fotografías:

Dirección de Comunicaciones Municipalidad de Viña del Mar
Dirección de Desarrollo Turístico y Económico Municipalidad de Viña del Mar
DTS Consultores Ltda.

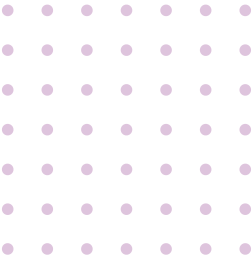
Diseño y diagramación:

RF Marketing



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	05
1. PLADETUR SUSTENTABLE DE VIÑA DEL MAR	09
2. GOBERNANZA PLADETUR SUSTENTABLE	10
3. MARCO CONCEPTUAL PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	14
4. ANTECEDENTES DEL SISTEMA TURÍSTICO	16
5. ANÁLISIS ESTRATÉGICOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE VIÑA DEL MAR	32
6. PARTICIPACIÓN CIUDADANA PLADETUR DE VIÑA DEL MAR	34
7. ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE	39
8. EPÍLOGO	72
9. EQUIPO DE TRABAJO	73





PRESENTACIÓN



Macarena Ripamonti Serrano

Alcaldesa

Desde el Municipio de Cuidados comprendemos que el turismo no es sólo una industria económica, sino un verdadero pilar del desarrollo integral de la ciudad: motor de oportunidades sociales, dinamizador cultural, guardián de nuestro patrimonio e identidad, y fuente de cohesión comunitaria.

Desde esta convicción, la elaboración del Primer Plan de Desarrollo Turístico de Viña del Mar, PLADETUR, no sólo salda una deuda con nuestra ciudad y su desarrollo, sino que se configura como una oportunidad histórica para sistematizar nuestra visión y contar con un instrumento moderno de planificación que oriente nuestro accionar en el corto, mediano y largo plazo de manera coherente, inclusiva y sostenible.

Con gran satisfacción destaco que este proceso ha sido profundamente participativo. Las voces de vecinas y vecinos, junto con la mirada de actores del ecosistema turístico, marcaron este enriquecedor ejercicio de construcción colectiva que refleja la diversidad de Viña del Mar. Esa participación es, en sí misma, un valor que da legitimidad al plan y garantiza que sus lineamientos respondan a las aspiraciones de nuestras comunidades.

Así, el Primer PLADETUR de Viña del Mar no es sólo un documento de planificación, es una herramienta transformadora que encarna la voluntad de situar a Viña del Mar como líder del turismo chileno y latinoamericano, con valores que responden a los tiempos que vivimos. La sustentabilidad, el equilibrio territorial, el resguardo de nuestra identidad y patrimonio, la inclusión social y la justicia ambiental, ya no son meros principios accesorios, son el eje esencial desde el cual buscamos proyectar y consolidar nuestra condición de capital del turismo urbano de Chile.

Hoy tenemos en nuestras manos una hoja de ruta clara y una visión sentida y compartida que nos permite comenzar el desafío colectivo de implementar este plan con decisión y creatividad para que el turismo siga siendo fuente de orgullo, calidad de vida y desarrollo sostenible. Un hito histórico que celebramos, también, agradeciendo a todas las personas que hicieron posible este proceso.

El futuro de Viña del Mar se construye con la fuerza de nuestra gente, y el Primer PLADETUR es muestra de este atributo que nos enorgullece, siendo la guía para avanzar hacia una ciudad que cuida su identidad, protege su entorno y pone a las personas en el centro de su destino.

PARTICIPARON EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLADETUR

- AGRUPACIÓN EL OLIVAR DE VIÑA ORIENTE
- AGRUPACIÓN ENTRE CERROS DE VIÑA ORIENTE
- AGRUPACIÓN JUNTA DE VECINOS RECREO
- AGRUPACIÓN UN PARQUE PARA LAS SALINAS DE SANTA INÉS
- AGRUPACIÓN UNIÓN Y AMISTAD DE GÓMEZ CARREÑO
- ASOCIACIÓN BARRIO REÑACA
- ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE VIÑA DEL MAR -BARRIO POPULAR-
- ASOCIACIÓN DE HOTELEROS DE VIÑA DEL MAR -HOVI-
- ASOCIACIÓN DE EMPRESAS REGIÓN DE VALPARAÍSO -ASIVA-
- ASOCIACIÓN GREMIAL DE ARTESANOS Y ARTISTAS
- ASOCIACIÓN VIÑAMARINA DE EMPRESAS TURÍSTICAS -AVET-
- BOULEVARD SAN MARTÍN VIÑA DEL MAR
- CÁMARA DE COMERCIO Y SERVICIOS DE VIÑA DEL MAR
- CÁMARA REGIONAL DEL COMERCIO DE VALPARAÍSO
- CENTRO CULTURAL REÑACA ALTO
- CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES VALPOCONVOCA
- CENTRO DE FORMACIÓN TÉCNICA PUCV
- CLUB DEL ADULTO MAYOR LAS MARAVILLAS DEL OLIVAR
- CLUB DEL ADULTO MAYOR RENACER DEL OCASO DE RECREO
- CLUB DEL ADULTO MAYOR VIÑA DEL MAR DE FORESTAL
- CLUB DEL ADULTO MAYOR AMISTAD Y ALEGRÍA
- CLUB DEL ADULTO MAYOR SIEMPRE AMIGAS RECREO
- COMITÉ AMISTAD Y ALEGRÍA DE SANTA INÉS
- COMITÉ DE ADMINISTRACIÓN PALTO 3 MIRAFLORES ALTO
- CONJUNTO FOLCLÓRICO UNIÓN Y AMISTAD
- CONSEJO COMUNAL AMBIENTAL DE VIÑA DEL MAR
- CORFO VALPARAÍSO
- CORPORACIÓN PULMÓN VERDE DE REÑACA ALTO
- CORPORACIÓN REGIONAL DE TURISMO REGIÓN DE VALPARAÍSO
- CUERPO DE SOCORRISTAS SIN FRONTERA DE GÓMEZ CARREÑO
- DISTRITO V21 VIÑA DEL MAR
- ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y GASTRONÓMICA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
- ESCUELA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
- ESCUELA DE TURISMO DUOC VALPARAÍSO
- ESCUELA ECOTURISMO UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO
- ESCUELA HOTUGA DE INACAP VALPARAÍSO

- FOSIS VALPARAÍSO
- GRUPO RENACER
- JUNTA DE VECINOS 101 DE REÑACA ALTO
- JUNTA DE VECINOS 102 DE REÑACA ALTO
- JUNTA DE VECINOS 65 GRUPO RENACER DE FORESTAL
- JUNTA DE VECINOS 7 HERMANAS DE FORESTAL
- JUNTA DE VECINOS CANTABRICO
- JUNTA DE VECINOS CINCO SUR
- JUNTA DE VECINOS COMANDANTE ALEJANDRO NAVARRETE C.
- JUNTA DE VECINOS DEPORTES RECREO
- JUNTA DE VECINOS EL OLIVAR II ETAPA EL OLIVAR DE VIÑA ORIENTE
- JUNTA DE VECINOS LOS CUATRO VIENTOS DE MIRAFLORES
- JUNTA DE VECINOS LOS SARGAZOS
- JUNTA DE VECINOS QUINTA RIOJA DE MIRAFLORES
- JUNTA DE VECINOS ROCÍO DE LA ESPERANZA
- JUNTA DE VECINOS UNIDAD VECINAL 74 VILLA DULCE NORTE
- JUNTA DE VECINOS VILLA DEL MAR
- JUNTA DE VECINOS VILLA EL OLIVAR NORTE DE VIÑA ORIENTE
- JUNTAS DE VECINOS FORESTAL BAJO
- LICEO BENJAMÍN VICUÑA MACKENA
- LICEO GASTRONOMÍA Y TÉCNICO QUILPUÉ
- OBSERVATORIO DEL MALTRATO A PERSONAS MAYORES DE VIÑA DEL MAR
- PARQUE NATURAL GÓMEZ CARREÑO
- PASTORAL SOCIAL MIGRANTE
- PROCHILE VALPARAÍSO
- SERCOTEC VALPARAÍSO
- SEREMI ECONOMÍA VALPARAÍSO
- SERNATUR VALPARAÍSO
- SOCIETUR VALPARAÍSO
- UNIÓN COMUNAL (UNCO) DE REÑACA ALTO Y GLORIAS NAVALES
- UNION COMUNAL DE JUNTAS DE VECINOS DE FORESTAL
- UNION COMUNAL DE JUNTAS DE VECINOS DE REÑACA ALTO
- UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA



1. PLADETUR SUSTENTABLE DE VIÑA DEL MAR

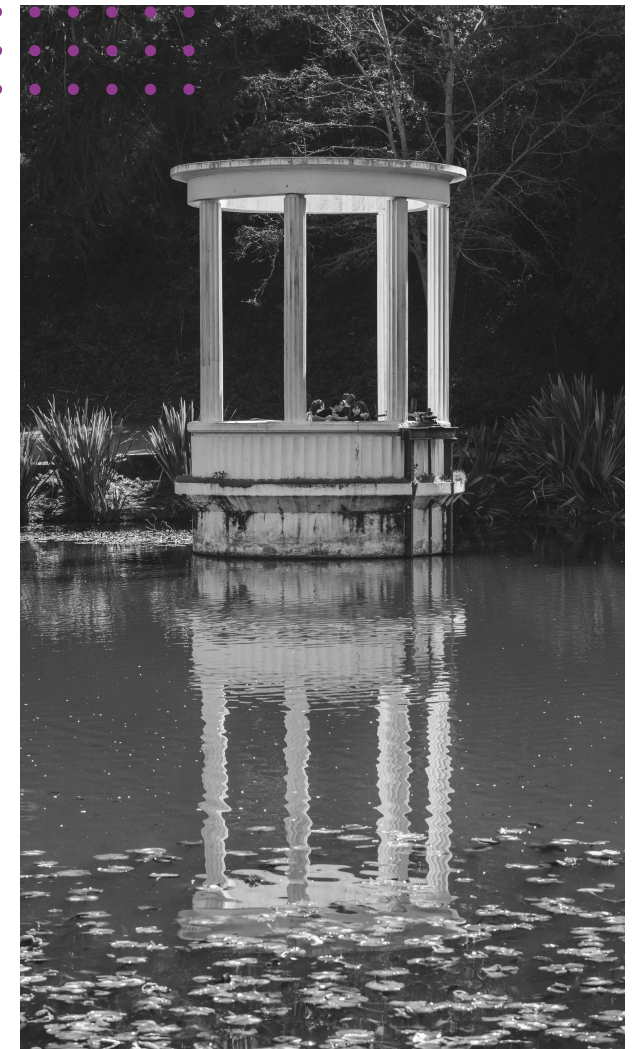
Viña del Mar es una ciudad definida por su costa, sus características de Ciudad Jardín y un Festival Internacional de la Canción que trasciende sus fronteras.

Estas características han hecho que la comuna haya tenido durante décadas un alto posicionamiento a nivel nacional y también internacional, principalmente, en Argentina. Sin embargo, esta evolución de Viña del Mar se ha realizado sin una planificación, ha ido creciendo de acuerdo a las necesidades del momento y sin una visión de desarrollo sostenible.

La comuna tiene una superficie de 121,6 km² y está organizada en seis macrozonas y doce sectores. La actividad turística se encuentra focalizada en los sectores Plan y Reñaca, con la mayoría de los atractivos turísticos y servicios asociados, lo que implica que durante décadas estos sectores han sido sobre explotados y en época estival alcanzan altos niveles de saturación y colapso. Por otro lado, la distribución de los beneficios de la actividad turística no es homogénea, ya que se concentra en estos dos sectores y el resto de la comuna no absorbe esta dinámica.

Por esto y otros antecedentes la municipalidad de Viña del Mar define la realización de un PLADETUR cuyo objetivo es “dotar a la municipalidad de un instrumento de orientación y planificación turística proponiendo mediante la participación ciudadana acciones y estrategias para el desarrollo sustentable de la actividad turística que permita aumentar la competitividad y la sustentabilidad del destino turístico Viña del Mar”.

En las próximas páginas se expondrá el proceso de elaboración de este PLADETUR, incluyendo: participación ciudadana, análisis exhaustivo del sistema turístico, identificación de problemas y brechas, definición de una visión futura consensuada y la formulación de estrategias y proyectos concretos para abordar el riesgo de estancamiento y declive de Viña del Mar y generar recomendaciones orientadas a aumentar la competitividad, calidad y la sustentabilidad del destino.



2.GOVERNANZA PLADETUR SUSTENTABLE

El principal desafío del Plan de Desarrollo Turístico de Viña del Mar es consolidar un modelo de gobernanza colaborativa, basado en una estrategia asociativa efectiva que fomente un crecimiento sostenible, innovador y competitivo del destino, para gusto y satisfacción de su comunidad (actual y futura), autoridades y visitantes. Para ello, es fundamental fortalecer la participación vinculante y multisectorial, integrando actores municipales y entidades público-privadas externas, mediante mecanismos de coordinación, comunicación, articulación estratégica y toma de decisiones conjuntas que garanticen una gestión turística eficiente y alineada con los desafíos del territorio.

La implementación del PLADETUR requiere contar con un sistema de gestión robusto que pueda ejecutar, orientar, monitorear, controlar y ajustar las acciones definidas en el plan de acción. Este sistema de gestión se constituye a partir de tres componentes: gobernanza intermunicipal, Mesa Técnica de Turismo y sistema de seguimiento y evaluación.

El seguimiento y evaluación se encuentra relacionado con un proceso que sea capaz de monitorear y controlar cada una de las iniciativas y sus acciones, atendiendo a cumplir con indicadores y metas propuestas, lo que se presentará en el capítulo: Estrategia de Desarrollo Turístico.

SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

GABINETE TURÍSTICO AMPLIADO

- Dirección de Desarrollo Turístico y Económico, y sus departamentos de turismo y Desarrollo Económico
- Cultura
- PRBIPE
- DIDECO
- Patentes y publicidad
- Medio Ambiente
- Deportes y recreación
- Gestión de riesgo de desastres
- Concesiones
- Seguridad pública
- Participación ciudadana
- SECPLA
- Corporación Innovación y Desarrollo Sostenible



MESA TÉCNICA DE TURISMO

- Gremio Barrio Poniente
- HOVI
- AVET
- Boulevard San Martín
- Cámara Comercio y Turismo Viña del Mar
- CRCP
- Corporación Regional Turismo
- Universidad de Valparaíso
- Universidad Andrés Bello
- INACAP
- DUOC
- Sernatur Valparaíso

La gobernanza denominada “intermunicipal” corresponde a la creación de un Gabinete Turístico Ampliado, que permite fortalecer la articulación interna, optimizar la toma de decisiones y garantizar una ejecución efectiva del PLADETUR. En este contexto se han definido dos elementos fundamentales que debiesen interaccionar entre sí permanentemente, con objetivos específicos y cooperaciones estratégicas: unidades municipales de distinta índole y acción, la Dirección de Desarrollo Turístico y Económico y sus departamentos de Turismo y Desarrollo Económico y al menos un representante de la Mesa Técnica de Turismo, que pueda aportar desde lo técnico y desde su rol clave en el fortalecimiento de una planificación turística más participativa, informada y sostenible.

Este formato de apoyo a la implementación efectiva del PLADETUR dispone una estructura organizativa clara y flexible, con mecanismos de coordinación eficientes y una estrategia de validación que asegure una gestión articulada de la labor municipal, garantizando su alineación con las directrices del Municipio de Viña del Mar, siendo un espacio estratégico de articulación vinculante entre estamentos del municipio, orientado a fortalecer la planificación y gestión del turismo de manera transversal, con un enfoque de largo plazo basado en el seguimiento del PLADETUR.

Su rol es clave para coordinar esfuerzos entre las distintas direcciones municipales, permitiendo una asignación eficiente de recursos y una mejor articulación de políticas públicas orientadas a potenciar la oferta turística local, el bienestar de la comunidad local y por supuesto la experiencia del visitante.

El Gabinete Turístico de Viña del Mar será presidido por la alcaldesa o alcalde en ejercicio (o su representante) y contará con representantes de las unidades municipales que serán parte de la gobernanza interna, lo que se irá revisando a medida que el PLADETUR avance. Estas unidades estarán a cargo de garantizar y aportar en la implementación de las iniciativas del plan de acción.

La Mesa Técnica de Turismo es una instancia generada vía decreto en el año 2018, con carácter consultivo, su propósito es articular esfuerzos entre distintos actores clave, ya sean públicos o privados, bajo la coordinación y convocatoria del departamento de desarrollo turístico y económico de la municipalidad, asegurando una orientación alineada con las políticas municipales y regionales.

Esta mesa, en la actualidad se encuentra integrada por los siguientes entes: Servicio Nacional de Turismo de Valparaíso, Asociación gastronómica y Cultura Barrio Poniente, Asociación de Hoteleros de Viña del Mar -HOVI-, Asociación Viñamarina de Empresarios Turísticos -AVET-, Asociación Gremial Barrio Reñaca, Comité de Adelanto y Seguridad Ciudadana de Boulevard San Martín, Cámara de Comercio y Turismo de Viña del Mar, Cámara Regional Comercio y Producción -CRCP-, Corporación Regional de Turismo de la Región de Valparaíso, Universidad de Valparaíso con las carreras de Gestión en Turismo y Cultura, Administración Hotelera y Gastronómica, Universidad Andrés Bello con la carrera de Administración en Ecoturismo, Turismo y Hotelería, Inacap con su Escuela de Hotelería, Gastronomía y Turismo y la Escuela de Turismo de DUOC. El plan de acción del PLADETUR incorpora ámbitos de trabajo con esta Mesa Técnica asociada a las principales materias de interés del sector turístico comunal.





3. MARCO CONCEPTUAL PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

La posición y liderazgo de la comuna de Viña del Mar como destino turístico a nivel nacional e internacional, requiere contar con un conocimiento profundo de su sistema turístico, impulsando la investigación, desarrollo de técnicas y metodologías que permitan una planificación adecuada del sector, con el fin de alcanzar un nivel que incremente la calidad, competitividad y sostenibilidad de la actividad turística.

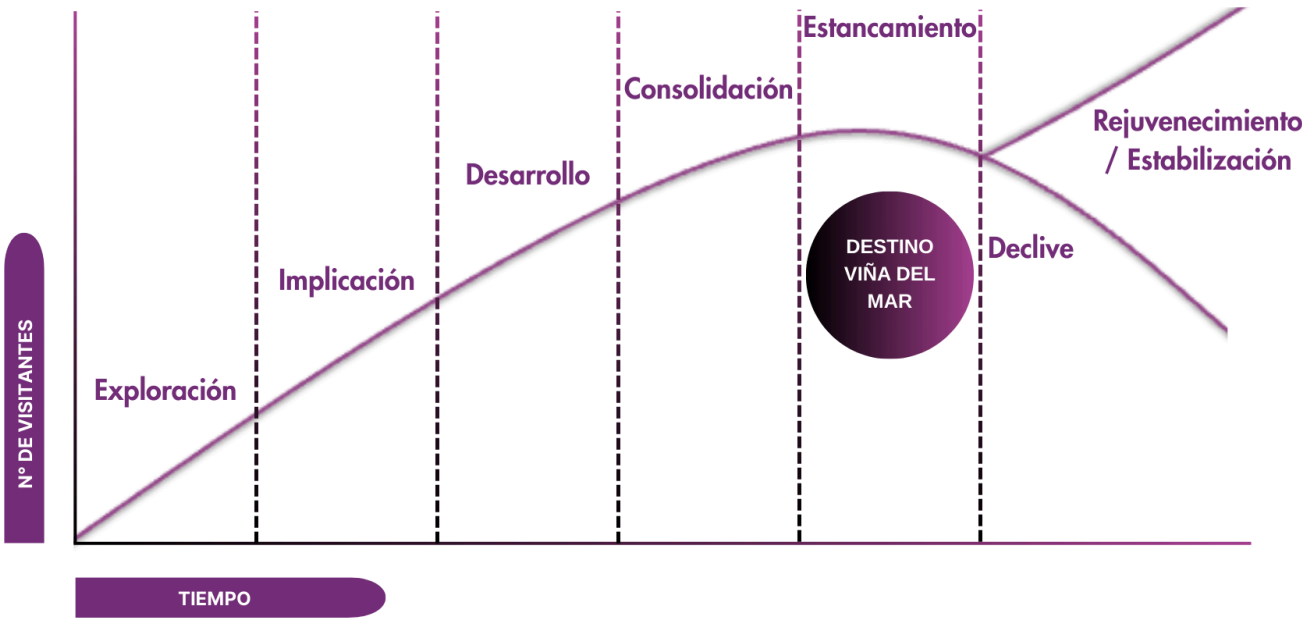


Las definiciones primarias sostienen que la planificación turística actúa, de manera general, como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico (García, 2006). Este proceso ha ido incorporando elementos nacidos, principalmente, desde la práctica, ya que tal como señala Boullon, el turismo no nace de una teoría, si no que se tuvo que ir construyendo sobre la base de una necesidad particular, como la realización de viajes y excursiones espontáneas en búsqueda de salud, el progreso de la negación o el invento del ferrocarril y el automóvil (adaptado de (Boullón, 1985)).

En el modelo de planificación propuesto por la Organización Mundial del Turismo (1999a, 34) (ahora ONU Turismo) queda recuperado el modelo sistémico de Gunn (Gunn, 2002) que consiste en concebir al sistema turístico integrado por dos grandes componentes: la oferta y la demanda (García, 2006).

En este marco integrado de oferta y demanda, los destinos turísticos avanzan de acuerdo a su realidad y nivel de intervención, lo que para Viña del Mar ha resultado en que su actual posición en el ciclo de vida turístico (Butler, 1980) se encuentre en un momento de estancamiento (graficado en el esquema), debido principalmente a la no existencia de una planificación estratégica que lleve a un desarrollo turístico bajo parámetros de sostenibilidad, calidad, integración y equilibrio territorial.

Ciclo de Vida Turística del Destino Viña del Mar



Encontrarse en esta fase de estancamiento consiste en que el número de turistas no crece, debido a que el destino ha perdido su atractivo para segmentos del mercado, mayormente aquellos de mayor poder adquisitivo y la demanda que aún continua llegando corresponde a visitas de repetición. En este punto el destino se comienza a ver sobrepasado y puede tener problemas medioambientales, económicos y sociales.

Esta fase de estancamiento lleva a dos posibles caminos: declive o rejuvenecimiento. El declive implica que no ha existido un reconocimiento del problema por parte de las autoridades, lo contrario pasa con el rejuvenecimiento, donde no solo se “reconoce” si no que se emprenden medidas para revitalizar el destino. En este punto si las autoridades toman la decisión de generar un rejuvenecimiento del destino, se hace necesario el desarrollo de un Plan que dé cuenta de una planificación y ejecución de acciones para seguir siendo competitivos y estabilidad e incluso incrementar el número de visitantes, accediendo a nuevos mercados meta. Este decisión debe contar con el compromiso y colaboración estrecha entre el sector privado y el público y, en este caso, el municipio de Viña del Mar determina que este PLADETUR se debe construir con la comunidad como base del trabajo para el equilibrio y la integración territorial que cumpliera con los objetivos y la visión de gobierno local ciudadano.

Todo lo anterior se estructura en el marco de un modelo de destino que represente fielmente las visiones, valores y filosofía de todos los actores involucrados en la actividad turística y que se enmarque en el resultado de un trabajo de planificación y gestión que debiese dar cuenta de cada uno de los eslabones de la cadena de valor y representar a la mayoría de las actorías involucradas en los procesos. Por esto, la intervención realizada a partir de este PLADETUR aspira a la implementación de acciones que propendan a la gestión eficiente y sostenible del destino turístico Viña del Mar.

4. ANTECEDENTES DEL SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico corresponde a **la representación primaria del funcionamiento del sector, que se encuentra conformado por: oferta, demanda y superestructura** y donde cada uno de ellos, a su vez, se subdividen en otros componentes como se visualiza en el siguiente esquema.



El componente "territorios" se ha ido incorporando al sistema turístico en la literatura como un hito fundamental en los análisis y en este PLADETUR en particular ha sido especialmente trabajado desde las bases: barrios, comunidades, patrimonio y tradiciones y relato local.

4.1 DESTINOS TURÍSTICOS

Este sistema turístico puede y debe, ir incorporando más elementos al análisis, que aborden conceptos que lleven a nuevas definiciones dentro del espacio turístico, entendiendo que esta es una actividad flexible, ágil y en permanente cambio. La oferta y la demanda se mueven dentro de un territorio que en la medida que posea un valor agregado, puede ser definido como destino turístico, el que se refiere principalmente a la integración de los distintos elementos de la oferta con una propuesta de valor, generando productos y servicios que tiendan a enriquecer la experiencia y memorabilidad entre la demanda.

En Chile, el Servicio Nacional de Turismo a través de una metodología (actualizada el año 2024) establece si un territorio es un destino turístico, un territorio con potencial turístico o no alcanza un índice suficiente para ser denominado con ninguna de las dos definiciones. A nivel nacional existen 92 territorios bajo estas nomenclaturas, de las cuales 14 corresponden a territorios con potencial turístico y 78 destinos turísticos.

El nombre del destino al cual se encuentra asociada Viña del Mar y que comparte con la comuna de Concón es **"Litoral Viña del Mar – Concón"** lo que implica que en conjunto son capaces de atraer demanda y poseen una oferta consolidada, lo que, además, en este caso hace referencia a un corredor turístico utilizado por viajeros tanto nacionales como internacionales. La tipología del destino Litoral Viña del Mar – Concón corresponde a **"borde costero marino"** y se le asocian las **experiencias: aventura y deportivo, gastronómico, sol y playa y MICE**. Asimismo, este destino es considerado dentro de los programas de turismo social Vacaciones Tercera Edad (VTE) y Gira de Estudios.

De las 38 comunas de la Región de Valparaíso, 26 logran situarse en la posición de "destino turístico" lo que implica la **posibilidad de crear oferta conjunta, potenciando los atractivos y recursos más valorados de cada uno y fomentando estadias más largas y desestacionalización de la demanda**.



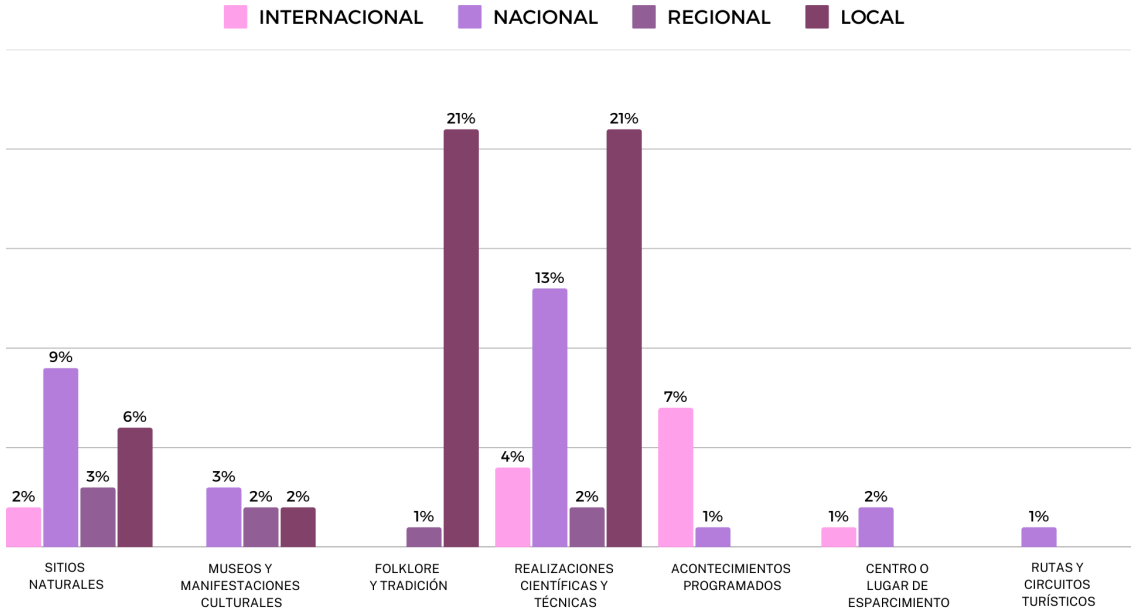
4.2 OFERTA TURÍSTICA VIÑA DEL MAR

4.2.1 Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos corresponden a un catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada, estos pueden ser naturales o culturales. Su confección implica un registro de la información ordenada según un sistema de clasificación, que divide a los recursos turísticos en categorías, tipos y subtipos. A su vez, los atractivos turísticos se dividen en jerarquías, lo que implica la capacidad de cada para atraer demanda.

 **140**
Atractivos turísticos

De los 140 atractivos turísticos de la comuna de Viña del Mar, 108 corresponden a recursos derivados de catastros de Sernatur y la OIT municipal, mientras que los 32 restantes fueron definidos en el marco de las actividades de participación ciudadana del PLADETUR, donde la comunidad identificó elementos patrimoniales e identitarios que son parte de sus tradiciones y relato local y que es factible ponerlos en valor para que puedan aportar en la generación de experiencias integradoras de los barrios y personas que habitan el territorio.



La mayor cantidad de atractivos se encuentran en la categoría de “realizaciones técnicas y científicas” que corresponden a obras de arte y técnica en asentamientos urbanos. En tanto, la jerarquía preponderante es “local” con 81 recursos asociados y que muestra la necesidad de poner en valor elementos culturales que pueden aportar en la visita turística, como miradores, barrios y edificios tradicionales. Dentro de la jerarquía “internacional” prevalecen los “acontecimientos programados” donde el Festival Internacional de la Canción es el máximo exponente.

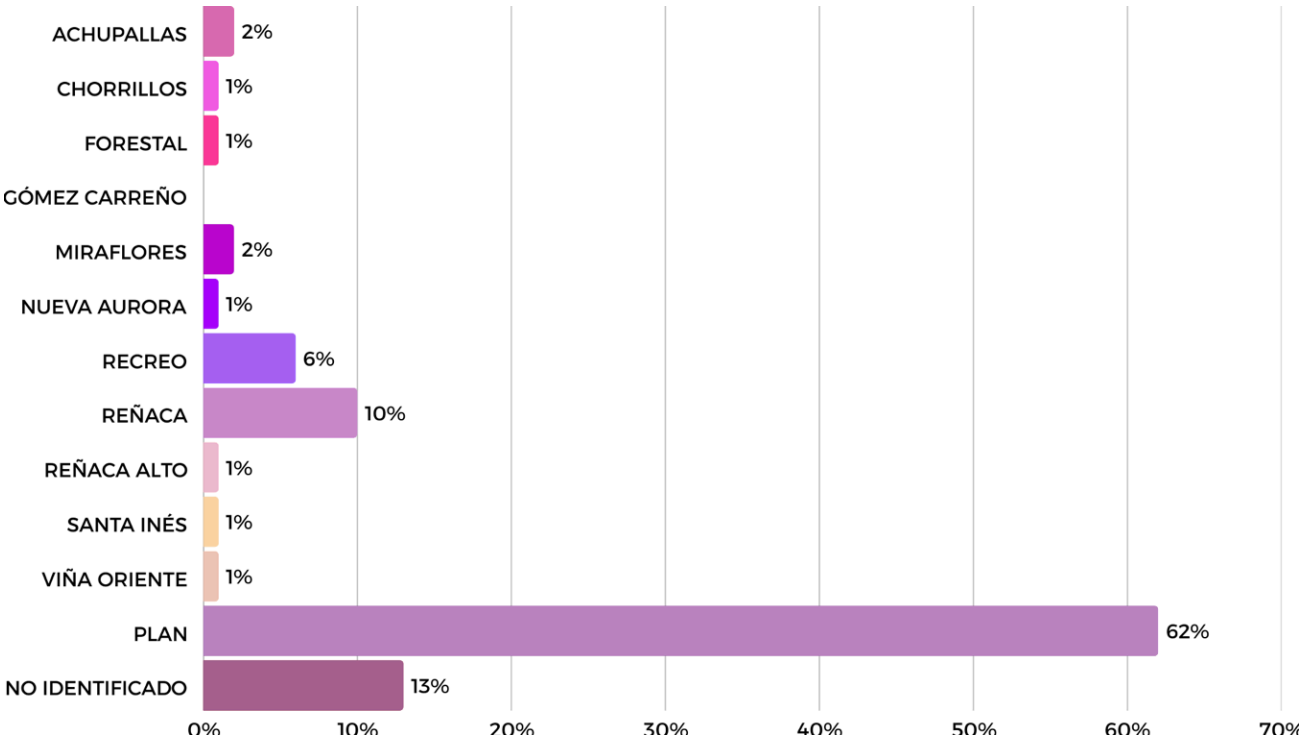
4.2.2 Planta turística

La planta turística se encuentra constituida por varios elementos que la literatura asocia a conceptos como equipamiento o servicios turísticos. A nivel nacional existe el registro de Prestadores de Servicios Turísticos -PST- de Sernatur que incorpora a aquellos servicios que se inscriben en el catastro y que cumplen las normas asociadas. Asimismo, las estadísticas de registros de empresas según rubro y actividad económica del Servicio de Impuestos Internos, entrega datos de las Actividades Características del Turismo -ACT- durante rangos de tiempo, lo que permite visualizar el crecimiento y evolución de estas en la comuna.

El catastro de empresas asociadas a Actividades Características del Turismo -ACT- de la comuna en la actualidad se desarrolla en base al registro de PST de Sernatur, la base de datos de la Oficina de Información Turística -OIT- de la Municipalidad de Viña del Mar y el registro de patentes municipales del Departamento de Rentas municipal. Los datos asociados a estas bases de dato se muestran a continuación.

 **1.622**
Empresas y Prestadores de Servicios Turísticos
Registrados en bases de dato de Sernatur y Municipalidad de Viña del Mar

Las empresas definidas como “actividades características del turismo” de la comuna de Viña del Mar, se encuentran distribuidas de acuerdo con el siguiente gráfico.

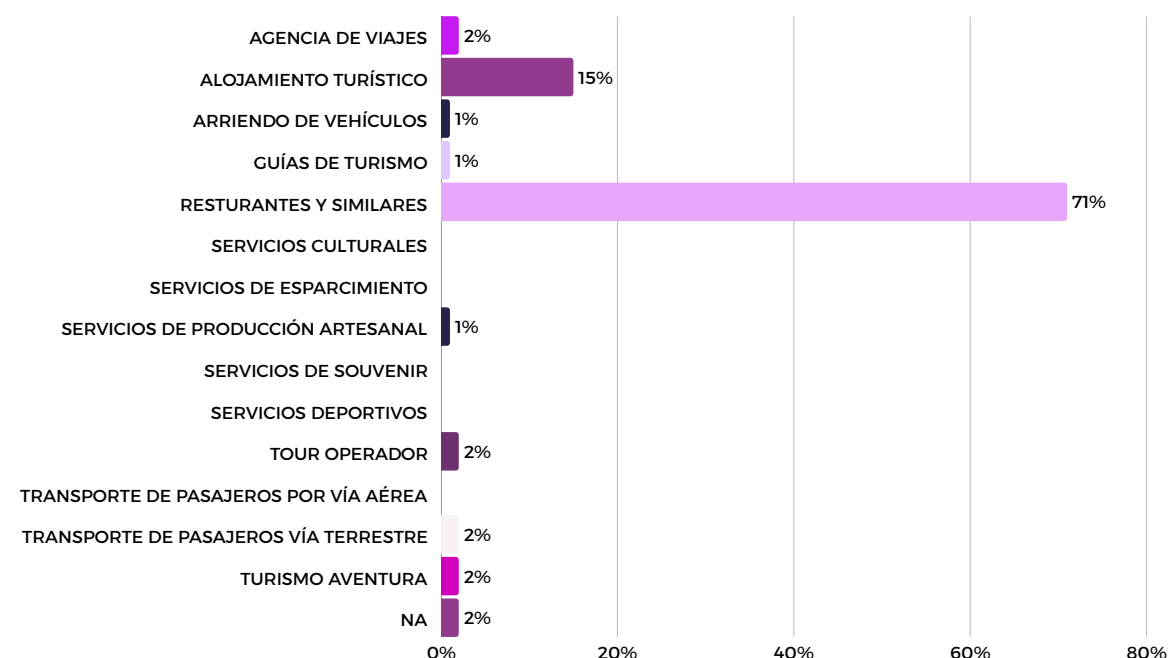




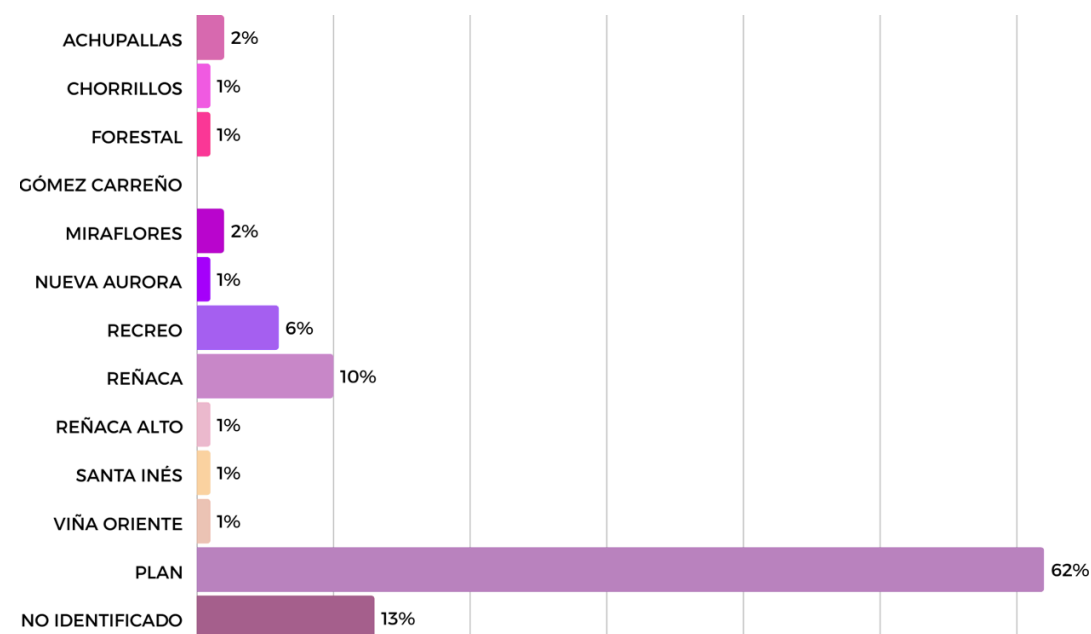
3.121

Empresas en las Actividades
Características del Turismo del SII

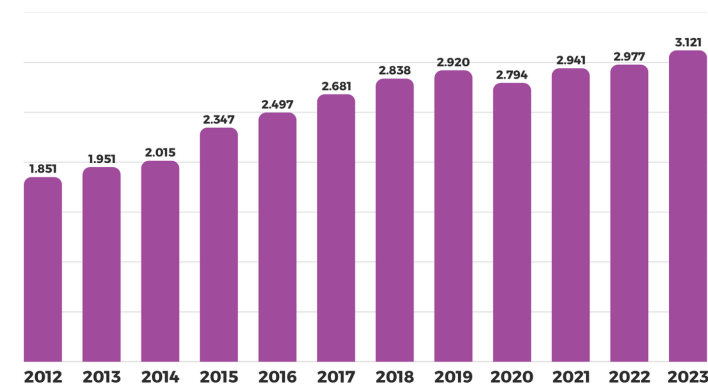
Los tipos de servicio mayormente ofrecidos por las empresas corresponden en mayor magnitud a “restaurantes y similares” seguidos por “alojamiento turístico”.



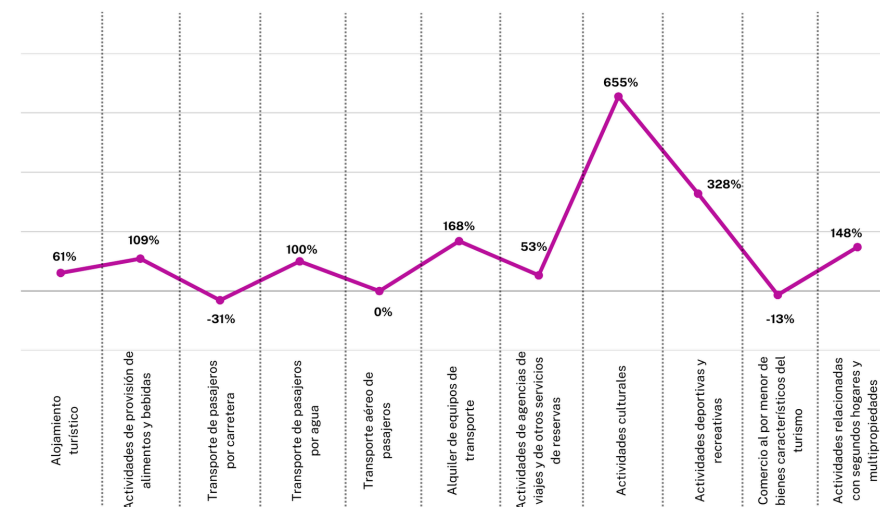
La distribución, según sectores de la comuna, muestra que la gran mayoría de estas se encuentra establecida en el Plan de la ciudad seguido por Reñaca y Recreo.



El número de empresas pertenecientes a ACT entre los años 2012 y 2023 evidencia un aumento de 1.270 (69%) empresas en dicho período.



Entre los años 2012 y 2023 el mayor crecimiento de tipos de empresa en la comuna ha estado asociado a las “actividades culturales” y “actividades deportivas y recreativas” lo que indica el carácter identitario y la vocación deportiva de la comuna, por lo que son variables que serán foco en la generación de acciones de diversificación de experiencias en Viña del Mar.



El cuadro a continuación presenta la cantidad total de empresas según ACT de Viña del Mar, para el período 2012 – 2023. La mayor cantidad de empresas pertenecen a la ACT “Actividades de provisión de alimentos y bebidas” con un total de 1.196 el año 2023, le sigue “Actividades relacionadas con segundos hogares y multipropiedades” con 587, que es un 38% más que la ACT “Alojamiento turístico” lo que confirma la lata tasa de alojamientos no asociados a la hotelería tradicional. y “Transporte de pasajeros por carretera” con 476 empresas. Las empresas de transporte de pasajeros por tierra son 357, siendo el tercer registro más alto. La ACT “Actividades deportivas y recreativas” con 201 empresas ocupa el cuarto lugar.

Número de empresas según ACT
comuna de Viña del Mar, período 2012 – 2023

ACT	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Alojamiento turístico	137	147	146	150	147	161	189	205	191	200	219	221
Actividades de provisión de alimentos y bebidas	573	631	686	788	855	949	1.055	1.106	1.090	1.149	1.167	1.196
Transporte de pasajeros por ferrocarril	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte de pasajeros por carretera	518	528	523	535	538	533	482	465	442	414	396	357
Transporte de pasajeros por agua	4	5	4	5	5	6	5	6	4	5	5	8
Transporte aéreo de pasajeros	2	1	1	-	-	-	-	-	1	2	3	2
Alquiler de equipos de transporte	50	57	63	130	155	179	141	121	129	147	119	134
Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas	55	52	54	50	57	56	64	85	72	72	70	84
Actividades culturales	20	22	22	42	48	49	64	85	69	89	118	151
Alojamiento turístico	137	147	148	150	147	161	189	205	191	200	219	221
Actividades culturales	20	22	22	42	48	49	64	85	69	89	118	151
Actividades deportivas y recreativas	47	51	62	134	162	200	201	187	153	165	159	201
Comercio al por menor de bienes característicos del turismo	207	196	189	190	198	189	222	214	188	175	167	180
Actividades relacionadas con segundos hogares y multipropiedades	237	260	265	323	332	359	415	446	455	523	554	587
TOTALES	1.851	1.951	2.015	2.347	2.497	2.520	2.838	2.920	2.794	2.941	2.977	3.121

El siguiente cuadro muestra que el mayor aumento de ventas netas de las empresas de la comuna se dio entre los años 2020 y 2021, con un 36,7%, lo que se entiende como “normal” post pandemia. El año siguiente, 2022, se creció un 12,4% comparado con el 2021 y un 32,8% con respecto al año 2019.

El número de trabajadores dependientes ha tenido un aumento constante, salvo por el año 2020 en que estos disminuyeron en un 39,6%. El mayor aumento se da entre los años 2021 y 2022 con un 32,8%, mientras que el 2023 hubo un 15,9% más de trabajadores dependientes. La renta neta de los trabajadores dependientes también tuvo un comportamiento similar al número aumentando en un 17,2% el año 2023 con respecto al anterior.

Los trabajadores a honorarios disminuyeron en un 41,6% el año 2020 y aún cuando han ido subiendo los años siguientes aún no se alcanza el número del año 2019. Los honorarios pagados tuvieron un aumento del 30% el año 2022, sin embargo, el 2023 disminuyeron en un 10,5%.

Datos empresas según ACT comuna Viña del Mar, período 2012 - 2023

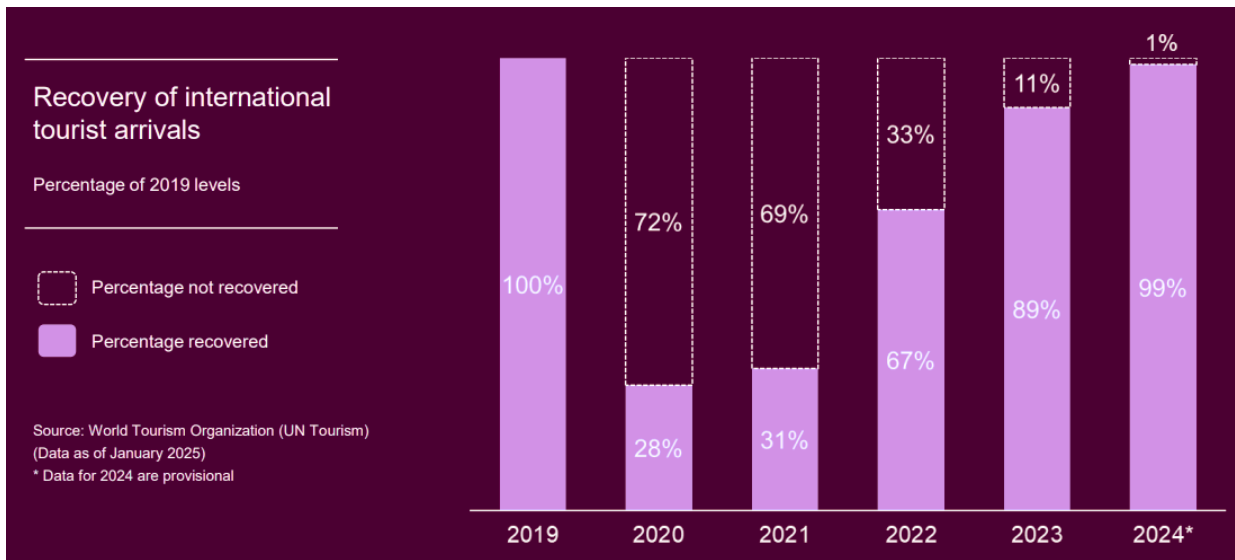
AÑO	Ventas netas (UF)	N° trabajadores dependientes	Renta neta trabajadores dependientes (UF)	N° trabajadores a honorarios	Honorarios pagados (UF)
2012	6.646.442	4.889	733.417	1.325	153.751
2013	6.856.026	5.163	822.425	1.141	136.769
2014	6.699.172	5.707	995.969	1.340	180.318
2015	7.419.438	6.982	981.630	1.348	139.617
2016	9.652.799	8.414	1.369.615	1.613	172.106
2017	11.092.867	8.715	1.431.832	1.654	191.126
2018	12.830.700	9.738	1.517.566	2.159	208.331
2019	14.596.883	9.787	1.589.388	2.307	227.248
2020	12.616.122	5.913	1.004.940	1.348	126.837
2021	17.247.937	7.033	1.271.753	1.640	193.892
2022	19.385.467	9.340	1.634.861	2.064	253.693
2023	17.647.887	10.824	1.916.585	2.253	226.934

4.3 DEMANDA TURÍSTICA VIÑA DEL MAR

4.3.1 Contexto mundial: demanda turística internacional

De acuerdo con la ONU Turismo, “Con 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales registradas en el mundo, 2024 supuso la recuperación del turismo internacional de la peor crisis de la historia del sector. La mayoría de los destinos acogieron en 2024 a más turistas internacionales que antes de la pandemia, mientras que el gasto de las visitas siguió experimentando también un fuerte crecimiento.” (ONU Turismo, 2024). De esta manera, preliminarmente el año 2024 registró un total de 1.400 millones de turistas internacionales, lo cual representa el 99% del nivel alcanzado prepandemia (año 2019).

Llegada de turistas internacionales Año 2024, comparación con año 2019



4.3.2 Turismo interno en Chile: análisis de la demanda nacional

De acuerdo con los datos entregados por Data Turismo, (Subsecretaría de Turismo, 2024), a nivel nacional, durante los primeros 11 meses del año 2024 (enero a noviembre), se registraron 36.001.349 viajes turísticos internos ocasionales con pernoctación, lo cual es un +12,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

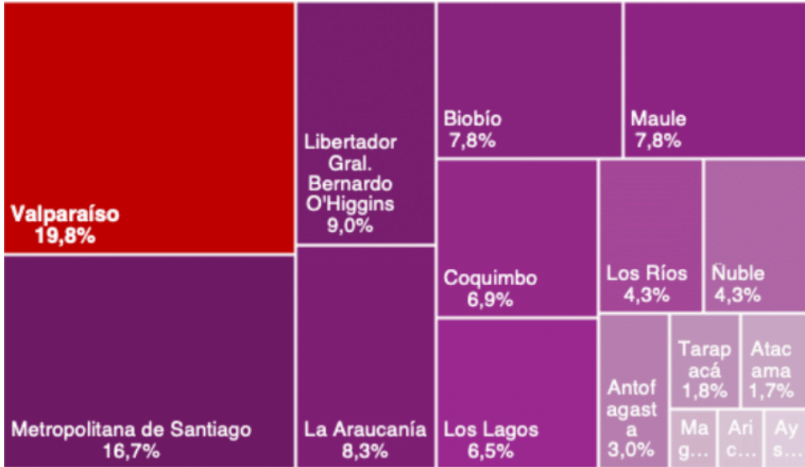
Viajes turísticos internos ocasionales a nivel nacional. Periodo enero a noviembre, años 2019 al 2024

		
2024	36.001.349	+12,1%
2023	35.004.196	+1,4
2022	34.534.122	+26,9
2021	27.213.302	20,4%
2020	22.600.570	-26,8
2019	30.854.117	-

4.3.3 Demanda turística interna Región de Valparaíso

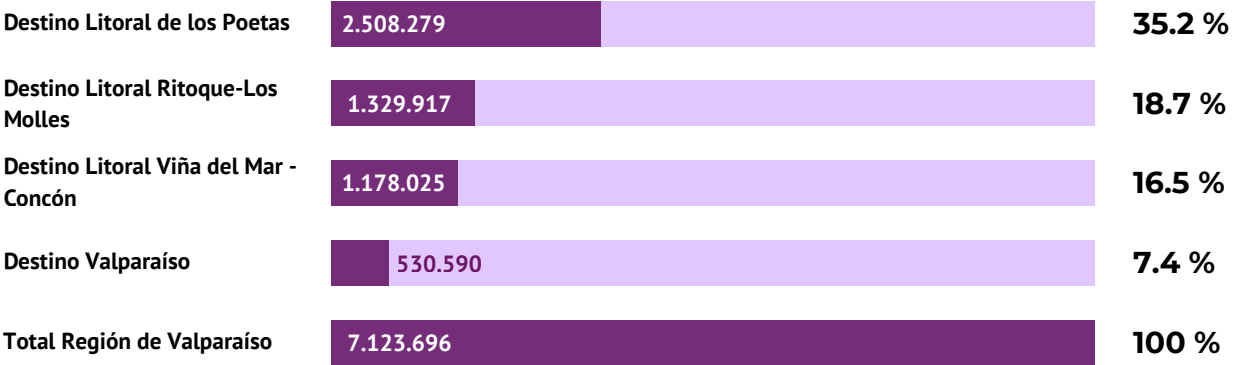
Durante el periodo enero a noviembre del año 2024, la región de Valparaíso concentró el 19,8% del total de viajes de turismo interno “ocasionales” con pernoctación a nivel nacional, es decir, aquella tipología de viaje que se relaciona de manera más cercana con la actividad turística (ONU Turismo). De esta forma, la región de Valparaíso se posiciona como la región receptora número uno (1) a nivel nacional, superando a regiones como la Metropolitana (16,7%) y de O’Higgins (9,0%), de acuerdo con lo descrito con mayor detalle en el siguiente gráfico.

Viajes ocasionales con pernoctación de Turismo Interno según región receptora. Periodo enero a noviembre año 2024



Según cifras de Data Turismo el período enero – noviembre (datos publicados al momento del cierre de este documento) la región de Valparaíso registró un total de 7.123.696 viajes ocasionales de turismo interno con pernoctación, lo cual es un +10,0% respecto al mismo periodo del año 2023.

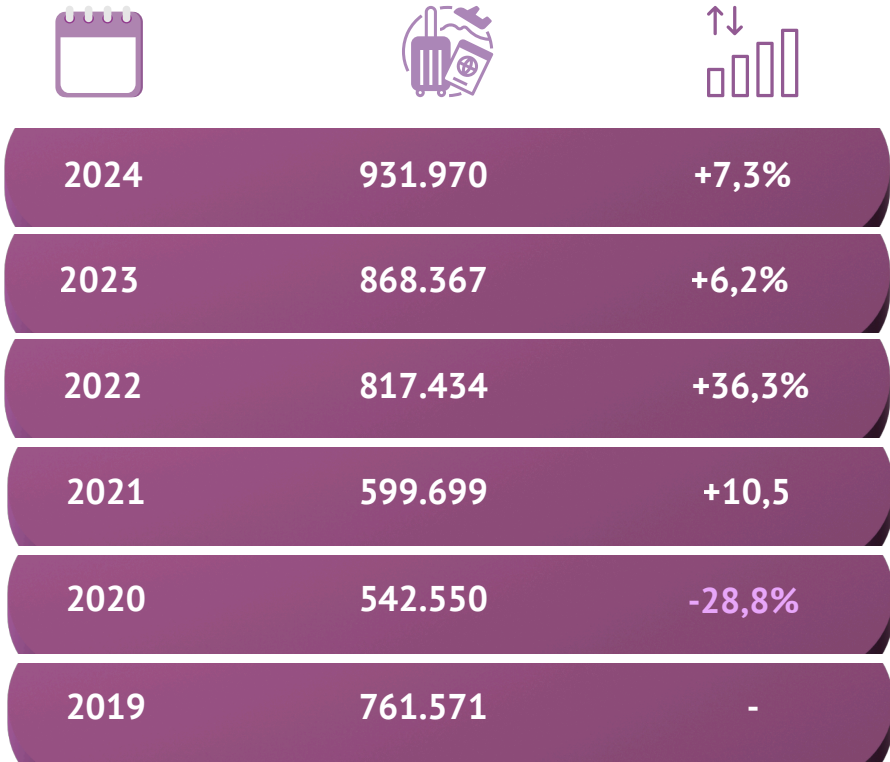
A nivel de Destinos Turísticos, el denominado “Litoral Viña de Mar – Concón” recibe un 16,6% del total de turistas que llegan hasta la región, lo que implica que es el tercer destino más visitado. En tanto, la comuna de Viña del Mar es la que más turistas recibe a nivel regional con un 13,1% del total.



4.3.4 Demanda turística interna: comuna de Viña del Mar

Durante el periodo enero a noviembre del año 2024 hubo 931.970 viajes ocasionales internos, lo que es un +7,3% respecto al mismo periodo del año anterior.

Viajes ocasionales internos con pernoctación comuna de Viña del Mar



Viña del Mar concentra el 2,7% del total de viajes ocasionales internos con pernoctación, posicionándose como la comuna receptora N°1 del país, situándose por encima de comunas tales como Santiago (1,9%); Coquimbo (1,8%); La Serena (1,8%) y El Tabo - El Quisco - Algarrobo (1,7% cada una).

En cuanto al origen de los viajes internos a la comuna de Viña del Mar, se registra que las principales regiones emisoras corresponden a Metropolitana de Santiago, con el 67,3% del total de viajes, seguido más de lejos por viajes desde la misma región de Valparaíso (intrarregionales) con el 9,1%. Luego se posicionan las regiones de O’Higgins, Coquimbo y del Maule, con el 5,7%; 3,3% y 3,3% respectivamente. Mayor detalle en gráfico siguiente.

Proporción de viajes internos a la comuna de Viña del Mar según región emisora. Período enero a noviembre 2024.



4.3.5 Contexto comunal: perfil del turista que llega a Viña del Mar

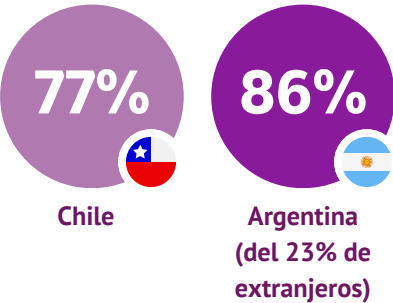
Durante la temporada alta del año 2025 se llevó a cabo un sondeo del perfil del turista que llega hasta la comuna, a objeto de contar con información que nutra al observatorio turístico comunal y pueda convertirse en un proceso permanente de recopilación de información.

El estudio realizado tuvo un enfoque cuantitativo a partir de una investigación empírica y exploratoria, que tuvo una muestra efectiva de 1.112 casos a partir de una aplicación presencial mediante el uso de dispositivos móviles en distintos puntos estratégicos del territorio. Los principales resultados se exponen a continuación.

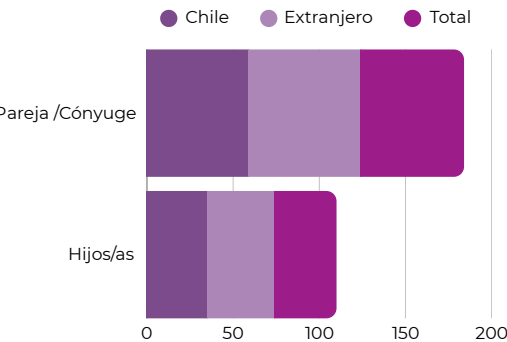
4.3.5.1 Caracterización del grupo de viaje

Los entrevistados provienen en un 77% de Chile, el 23% que reside en el extranjero corresponde en su mayoría de Argentina. La composición del grupo de viaje se encuentra asociado a parejas y de dos personas.

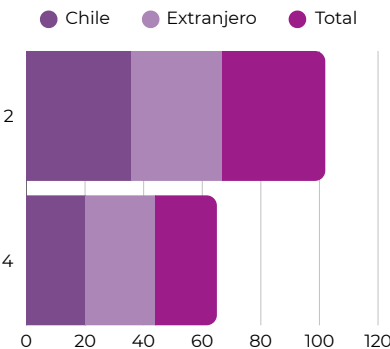
País de Residencia



Composición del grupo de viaje



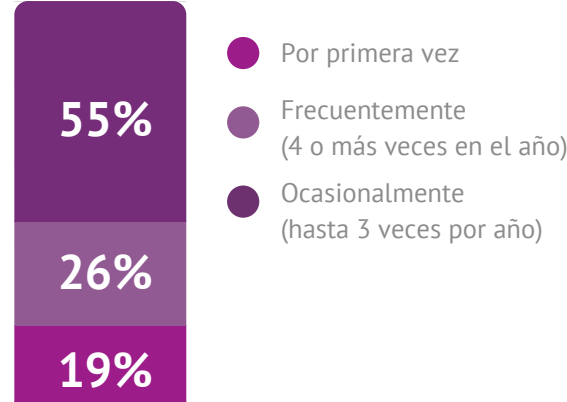
Cantidad de personas



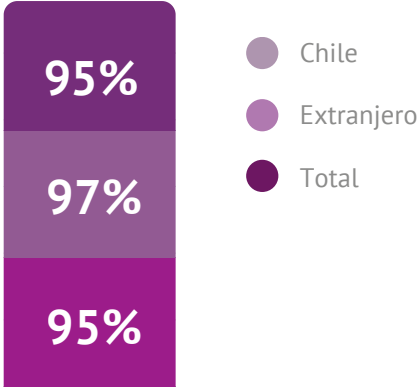
4.3.5.2 Planificación y motivación del viaje

La gran mayoría de las personas que llegan hasta Viña del Mar lo hacen de manera ocasional hasta tres veces en el año, en verano y motivados, principalmente, por el sol y playa, aunque la gastronomía es una segunda preferencia. Además, la fuente de información para llegar hasta la ciudad es el conocimiento previo, lo que indica que Viña de Mar es un destino que posee poco recambio de visitantes. El medio de transporte más utilizado para llegar al destino, tanto por chilenos como extranjeros es el vehículo propio, con un 63% en promedio.

Frecuencia del viaje



Ocasión de viaje



4.3.5.3 Pernoctación en el destino

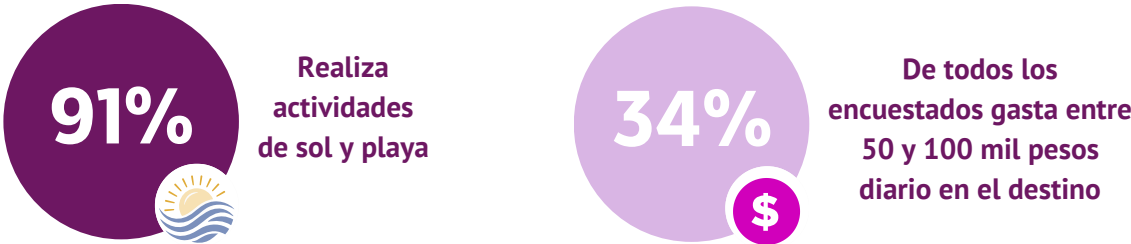
El 55% de los turistas encuestados pernoctan en el destino, mientras que el 45% solo realiza una visita por el día. La diferencia es notoria entre turistas nacionales y extranjeros: el 48% de chilenos opta por alojarse y lo hace por 3 noches o menos, mientras que el 77% de los extranjeros se aloja, en su mayoría, entre 6 y 7 noches. El tipo de alojamiento preferido es la casa o departamento arrendado, tanto entre chilenos como extranjeros. Un dato importante es que la mayoría de los chilenos encuestados no hizo reserva previa y buscó alojamiento al momento de llegar, mientras que entre los extranjeros el 46% realizó una reserva antes de llegar.



4.3.5.4 Comportamiento en el destino

La principal actividad realizada (o por realizar) en Viña del Mar, tanto por chilenos como por extranjeros, es el “Sol y playa” a lo que se suman los resultados de los lugares más visitados y que son las “playas”. La gastronomía también es una actividad realizada en alto número y los Restaurantes son el principal sistema de alimentación utilizado.

En cuanto al gasto total del grupo de viaje, los chilenos gastan en mayor cantidad entre los \$50.001 y \$100.000, mientras que los extranjeros concentran su gasto en el rango de los \$50.001 y \$150.001.



4.3.5.5 Percepción del destino

Viña del Mar tiene un alto nivel de satisfacción general, con una mejor evaluación entre los turistas extranjeros, quienes en su mayoría consideran que la ciudad superó sus expectativas, mientras que los visitantes nacionales son más críticos y tienen un nivel de satisfacción levemente inferior.

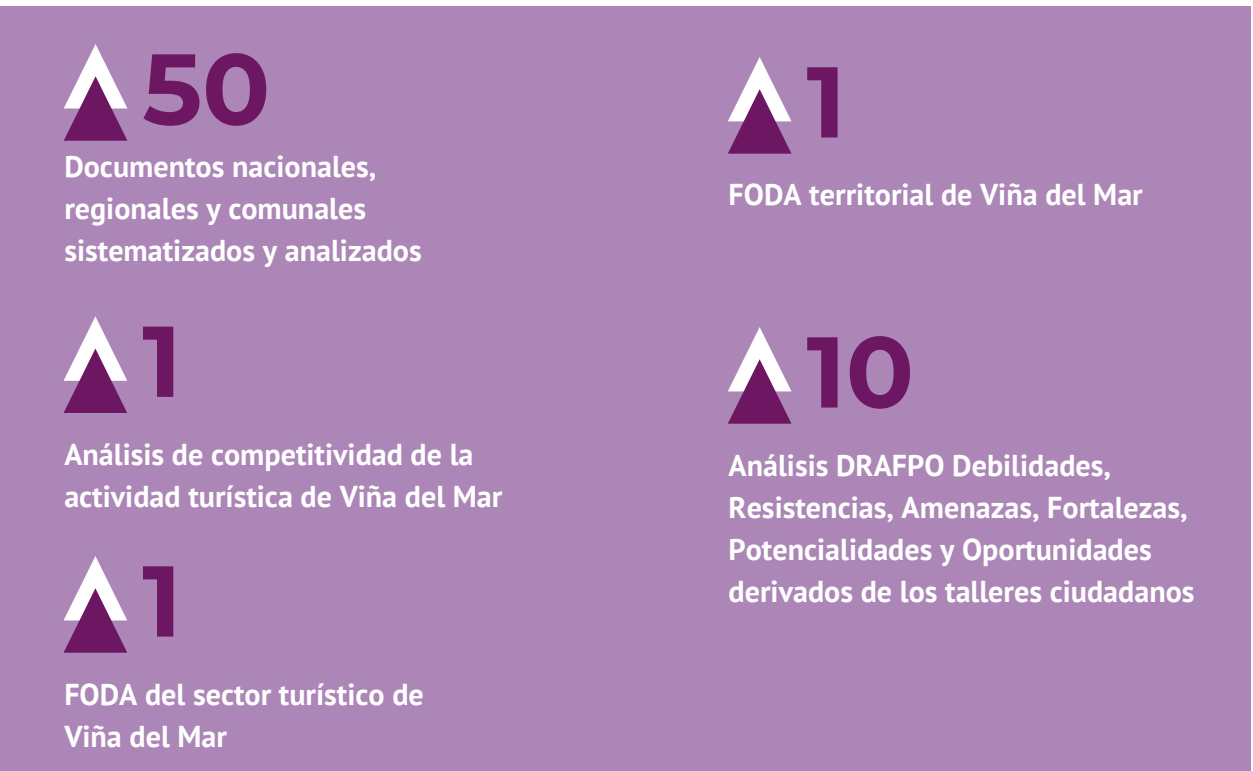
Finalmente, el análisis del Net Promoter Score (NPS) en Viña del Mar muestra una alta satisfacción general (+78 NPS en el cumplimiento de expectativas), destacando la experiencia gastronómica (+73 NPS) y los servicios turísticos de alojamiento y alimentación (+67 NPS) como sus principales fortalezas. Sin embargo, existen áreas críticas con NPS negativo, como servicios básicos (-10 NPS), señalética turística (+12 NPS) y cantidad de información turística (22 NPS), lo que refleja deficiencias en infraestructura y orientación, afectando la experiencia del visitante. La seguridad (+27 NPS), la accesibilidad universal (+22 NPS) y el aseo y ornato (+31 NPS) tienen una evaluación intermedia, lo que sugiere oportunidades de mejora.





5. ANÁLISIS ESTRATÉGICOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE VIÑA DEL MAR

Los resultados del diagnóstico de la actividad turística, territorial y de competitividad de la comuna de Viña del Mar, realizados en el marco de la elaboración del PLADETUR, permitieron la realización de análisis estratégicos que dieron cuenta de la organización de los diversos elementos, de sus ventajas comparativas y competitivas, de las visiones de desarrollo de los agentes que integran la cadena de valor cuyo propósito es enfrentar los grandes desafíos actuales y construir una comuna turística con mirada a futuro.



El análisis de competitividad se desprende a partir de entrevistas a actorías clave nacionales y regionales y se refuerza con literatura específica que potencia y robustece las opiniones del ecosistema. Los principales resultados estuvieron asociados a temáticas como: profesionalización del sector turístico; desarrollo de experiencias turísticas innovadoras; hospitalidad, articulación con la Academia; transformación digital e inteligencia artificial.

El análisis DRAFPO, cuyos insumos correspondieron a los talleres ciudadanos realizados en el marco del plan de participación ciudadana, refleja el empoderamiento y vínculo de los habitantes de la comuna con cada uno de sus territorios y barrios y como esto se transforma en un anhelo de contribuir al desarrollo turístico sostenible de la comuna. Las fortalezas se asocian al entorno natural y su conservación, además del patrimonio histórico y cultural que, si bien muchos elementos pertenecen al pasado, se encuentran aferrados a la memoria de las personas que aún habitan los espacios.

Desde la mirada de los desafíos, los ciudadanos señalan la seguridad, limpieza, regulación de la informalidad, la conexión entre los distintos sectores y la desconcentración del borde costero como elementos clave para un desarrollo turístico más equitativo e inclusivo.

Por su parte, el análisis FODA se realiza en base a la sistematización de documentos asociados, por una parte, a las herramientas de planificación turísticas y por otro, a aquellos instrumentos que establecen la mirada desde el territorio: atmósfera, geografía, demografía.

Esta sistematización y análisis define que la comuna de Viña del Mar posee una base sólida para consolidarse como un destino competitivo debido a fortalezas asociadas a sus características intrínsecas de geomorfología, clima, precipitaciones e influencia marina, su posición geográfica al estar cercano a la Región Metropolitana y al aeropuerto internacional y la infraestructura que permite acceder a la comuna. Además, sostienen que tanto la comunidad como los y las empresarios se encuentra ávidos por aportar para el desarrollo de una actividad turística de calidad y sostenible. También se expone la importancia de la existencia de una oferta educativa variada y disponibilidad de programas de fomento estatales que deben ser aprovechados y utilizados en función de la competitividad del sector.

Desde la mirada de las debilidades y amenazas, el FODA muestra la necesidad de contar con una planificación que equipare el desarrollo territorial en torno a la actividad turística, que se sostenga en sistemas de control y buenas prácticas para mitigar los problemas ambientales y territoriales y los estándares de calidad de los negocios turísticos. Se da cuenta de la necesidad de profesionalizar el sector, desde la digitalización hasta la hospitalidad, asumiendo la incorporación de certificaciones que den cuenta del compromiso con la sostenibilidad y calidad.

Una de las mayores menciones se da en términos de la no existencia de una gobernanza que incorpore al municipio, la comunidad, el sector público y el sector privado en post de un trabajo integral y colaborativo, que lleve a la obtención de una propuesta de valor a nivel de empresas y como destino, fomentando la mitigación de aspectos como el comercio informal, las incivildades, el fomento a la inversión, la descongestión: vial y de zonas saturadas y que permitan generar una estrategia de promoción y difusión conjunta para el reposicionamiento y la llegada a nuevos mercados.



6. PARTICIPACIÓN CIUDADANA PLADETUR VIÑA DEL MAR

El proceso de elaboración del Primer Plan de Desarrollo Turístico Comunal (PLADETUR) de Viña del Mar consideró una participación ciudadana **amplia, diversa y representativa**. Se incorporaron las visiones y expectativas del ecosistema turístico y económico, y también se recogió de forma significativa la mirada de la ciudadanía, asegurando que sus propuestas y prioridades estuvieran presentes en el desarrollo del plan.

6.1 PROCESO REALIZADO

Se desarrollaron múltiples instancias participativas en distintos sectores de la ciudad, incluyendo las siguientes.

- Talleres ciudadanos. Se realizaron ocho talleres territoriales en distintos sectores de la comuna (Recreo, Santa Inés, Reñaca Alto, Gómez Carreño, Forestal, Miraflores, Viña Oriente, Plan de Viña), convocando a miembros de organizaciones sociales, vecinales y comunitarias. Estos talleres se organizaron en torno a tres ejes temporales (pasado, presente y futuro) para recoger tradiciones, sentimientos de arraigo e intereses colectivos en torno al desarrollo turístico.
- Talleres con actores económicos. Se llevaron a cabo dos talleres participativos con empresarios del sector turístico, especialmente hoteleros, gastronómicos y concesionarios de playas, en Reñaca Bajo y el Plan de Viña. El objetivo fue identificar fortalezas, oportunidades y proponer acciones frente a problemáticas clave del turismo en la comuna.
- Consulta ciudadana. Mediante la plataforma digital Viña Decide, se habilitó una encuesta abierta entre noviembre y diciembre de 2024. Participaron 2.493 personas, permitiendo conocer percepciones, prioridades, propuestas de desarrollo y modelos de gestión preferidos para los espacios turísticos de la ciudad.
- Entrevistas con actores clave. Se realizaron 17 entrevistas en profundidad a representantes de instituciones públicas, organizaciones civiles, concesionarios, expertos académicos y del sector turístico, recogiendo visiones expertas y propuestas para la formulación del plan.
- Grupos focales. Durante marzo de 2025 se organizaron cuatro grupos focales con representantes del sector público, academia, gremios empresariales y unidades municipales. En estas sesiones se validó la Imagen Objetivo del destino y se definieron acciones estratégicas para cerrar brechas en el desarrollo turístico local.

6.2 PARTICIPACIÓN DIVERSA Y REPRESENTATIVA

El proceso logró convocar a más de 2.700 personas en total, entre instancias presenciales y digitales. Se registró la participación de:

- Representantes de organizaciones comunitarias: juntas de vecinos, centros culturales, organizaciones medioambientales, etc.
- Vecinos y vecinas de la ciudad de Viña del Mar.
- Gremios del sector turístico y económico, tales como asociaciones hoteleras, gastronómicas, etc.
- Representantes de la academia.
- Funcionarios públicos.

La consulta ciudadana realizada a través de Viña Decide complementó estas visiones, sumando una participación significativa y confirmando que el turismo es considerado un motor económico clave por gran parte de la ciudadanía. Asimismo, permitió identificar espacios considerados prioritarios por los vecinos y vecinas, así como recoger sus expectativas respecto al futuro turístico de la ciudad. Este proceso reafirma que la construcción del PLADETUR fue **diversa, masiva y representativa, integrando una amplia variedad de voces y territorios**.

6.3 RESULTADOS DE LA PARTICIPACIÓN

6.3.1 Temas de interés ciudadano en torno al turismo

La ciudadanía manifiesta un alto interés por un turismo con sentido territorial, identidad local y beneficios concretos para las comunidades. Los temas que generan mayor adhesión y consenso son:

- Patrimonio natural y cultural: Existe una valoración generalizada por preservar y poner en valor los espacios patrimoniales, como miradores, humedales, barrios históricos, parques y cementerios emblemáticos. La Quinta Vergara, el borde costero, el Parque Sausalito y sectores como Recreo o Santa Inés son mencionados como espacios de alto valor turístico y simbólico.
- Sostenibilidad y medio ambiente: La protección de los humedales urbanos, la restauración ecológica del borde costero y el ordenamiento del territorio surgen como cuestiones clave para el desarrollo turístico futuro.
- Diversificación de la oferta: Se propone avanzar hacia nuevas modalidades de turismo, como el deportivo, de naturaleza, de reuniones, patrimonial, cultural y comunitario, que trasciendan el modelo tradicional de “sol y playa” y festival de Viña.



6.3.2 Principales preocupaciones

A lo largo de todas las instancias participativas, se reiteran preocupaciones que dan cuenta de déficits estructurales y demandas urgentes:

- **Falta de planificación y gobernanza.** Se percibe una débil coordinación entre actores públicos, privados y comunitarios, con vacíos en la gestión del borde costero, desconexión entre municipios y vecinos, y ausencia de una institucionalidad robusta que impulse el desarrollo turístico.
- **Seguridad y deterioro urbano.** La delincuencia, el comercio ambulante, las incivildades, la suciedad de las calles y el deterioro del espacio público afectan directamente la percepción de Viña del Mar como destino turístico. Esta preocupación es transversal entre vecinos, gremios y concesionarios de playa.
- **Infraestructura deficiente y falta de servicios básicos.** Se identifican carencias importantes en accesibilidad, señalética, baños públicos, transporte público y conectividad hacia sectores fuera de plan (cerros) con potencial turístico.
- **Falta de profesionalización y calidad en los servicios turísticos.** Se evidencia la necesidad de formar/capacitar a trabajadores, emprendedores y funcionarios públicos en hospitalidad, idiomas, sustentabilidad y atención turística.



6.3.3 Acciones propuestas con mayor respaldo

Desde las distintas instancias de participación surgieron más de 350 propuestas e ideas sobre el desarrollo turístico de la ciudad en los siguientes ámbitos:

- Recuperación y puesta en valor de espacios turísticos. Restauración de parques, miradores, borde costero, rutas patrimoniales, humedales, ferias y plazas.
- Creación de circuitos turísticos integrados. Diseño de rutas que conecten barrios, hitos naturales y patrimoniales, incluyendo sectores históricamente excluidos como Reñaca Alto o Gómez Carreño.
- Fortalecimiento de la gobernanza. Implementación de un Gabinete Turístico Ampliado (municipal), creación de una mesa público-privada-académica-comunitaria y ordenanzas municipales específicas en temas de turismo, residuos y comercio ambulante.
- Inversión en infraestructura y servicios. Construcción de baños, casilleros, duchas, señalética, ciclovías, senderos, espacios deportivos y puntos de información turística.
- Promoción y marketing territorial. Desarrollar campañas de difusión del destino Viña del Mar más allá del Festival, priorizando contenidos identitarios, experiencias auténticas y nuevos segmentos de visitantes.

6.3.4 Aspectos emergentes relevantes

Además de los hallazgos mencionados, el proceso participativo permitió visibilizar dimensiones claves para el diseño de una estrategia turística sustentable:

- Turismo como motor de cohesión social y orgullo local: Los participantes asocian el turismo con una oportunidad para recuperar espacios, fortalecer el sentido de pertenencia y mejorar la calidad de vida.
- Equidad territorial y descentralización: Se exige distribuir equitativamente los beneficios del turismo entre el centro y los barrios, integrando zonas altas, sectores residenciales y comunidades tradicionalmente excluidas.
- Turismo educativo, accesible y regenerativo: Se plantean nuevas visiones del turismo centradas en el aprendizaje, la inclusión y la recuperación ecológica, en línea con las tendencias internacionales.
- Cambio climático y desastres naturales: Se evidencia la vulnerabilidad del borde costero de la comuna ante los efectos del cambio climático, en este sentido se plantea la necesidad de una gestión adaptativa que apunte a modificar esta condición y aumentar la resiliencia del sistema frente a los eventos climáticos extremos.

6.4 CONCLUSIONES DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El proceso de participación ciudadana desarrollado en el marco del PLADETUR de Viña del Mar constituyó una instancia fundamental para relevar la visión de la comunidad y los actores clave en la definición del desarrollo turístico comunal. Las diversas actividades realizadas permitieron construir un diagnóstico robusto y representativo de los intereses, preocupaciones y aspiraciones locales.

Los hallazgos dan cuenta de una ciudadanía que demanda una planificación turística con enfoque territorial, inclusivo y sostenible, que reconozca y valore el patrimonio natural y cultural de la comuna. Las propuestas recogidas plantean una hoja de ruta clara para diversificar la oferta turística, mejorar la infraestructura y fortalecer la gobernanza sectorial, destacando el rol articulador del municipio y la necesidad de corresponsabilidad entre los distintos actores.

Así, el proceso PAC permitió no solo legitimar socialmente el PLADETUR, sino que también aportar insumos concretos y estratégicos que permitirán proyectar a Viña del Mar como un destino turístico más integrado, resiliente y conectado con su identidad local.



7. ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN VIÑA DEL MAR

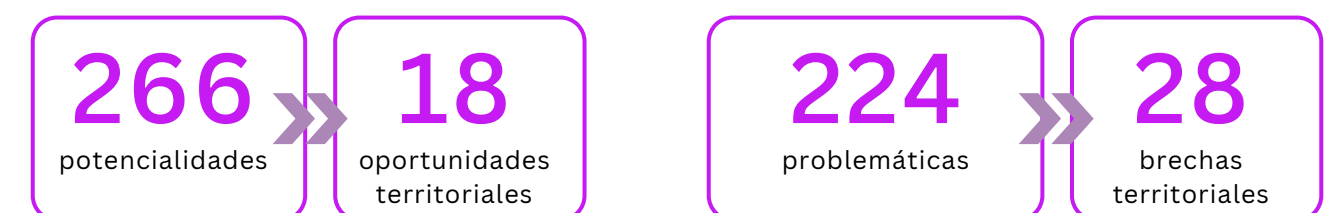
7.1 BRECHAS Y OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS PRIORIZADAS

Cada uno de los elementos, negativos y positivos, derivados de estos análisis estratégicos de la actividad turística en Viña del Mar, fueron dispuestos para ser utilizados en las siguientes etapas de diseño del PLADETUR. Es así como los elementos positivos: fortalezas y oportunidades, fueron agrupados para la obtención de una base de directrices en la etapa de redacción de la estrategia de desarrollo. En tanto, los elementos negativos o problemáticas: debilidades y amenazas, se sintetizan para obtener las brechas que es necesario abordar en la creación del marco estratégico del PLADETUR.

Bajo este contexto, la metodología utilizada para la definición de brechas y oportunidades territoriales consistió en enumerar cada uno de los problemas (debilidades y amenazas) y potencialidades (fortalezas y oportunidades) establecidos en el diagnóstico y que provienen de las siguientes fuentes de información:

- FODA Sector turismo;
- FODA territorial;
- Análisis de competitividad turística;
- Talleres sectoriales Reñaca y Plan de Viña del Mar;
- Talleres ciudadanos: Recreo, Santa Inés, Reñaca Alto, Gómez Carreño, Forestal, Miraflores, Viña Oriente, Plan Viña 2 y Reñaca bajo.
- Encuestas demanda turística realizadas entre enero y febrero de 2025.

El resultado determinó la existencia de 266 potencialidades y 224 problemáticas que fueron trabajadas para definir el origen de estos componentes, transformándose en 18 oportunidades y 28 brechas como base para la formulación de la estrategia de turismo de la comuna de Viña del Mar.





7.2 IMAGEN OBJETIVO PLADETUR VIÑA DEL MAR

Se entiende como **imagen objetivo, escenario deseado o visión** a la “imagen conceptual” de la comuna de Viña del Mar como destino capaz de ofrecer un turismo sostenible en base a una planificación y gestión consciente y responsable. Esta imagen se alcanza mediante la interpretación de los distintos resultados obtenidos en el diagnóstico y análisis estratégicos, que se corresponde con un análisis eminentemente turístico con componentes de otras disciplinas, que permiten rescatar la esencia pasada y actual en post de un aprovechamiento emocional y técnico de los recursos existentes.

Se ha dispuesto la redacción de una **imagen objetivo** que es capaz de plasmar en pocas líneas el futuro turístico de la comuna. También se ha elaborado un escenario deseado que permite incorporar todos los elementos asociados a las brechas estratégicas y las posibilidades para su mitigación y cierre en base a las oportunidades existentes.

Tanto la imagen objetivo como el escenario deseado fueron trabajadas en conjunto con el ecosistema, algunas instancias participativas como los talleres o la consulta ciudadana transmitieron elementos clave para su formulación, mientras que los procesos asociados al trabajo con gremios, sector público y academia permitieron robustecer, mejorar y validar su redacción.

7.2.1 Imagen objetivo - turística PLADETUR Viña del Mar

Al año 2033 Viña del Mar se fortalece como un destino turístico nacional e internacional, que prioriza la integración territorial y la participación de la comunidad al armonizar el desarrollo económico, la preservación ambiental y el enriquecimiento cultural. Con un ecosistema que trabaja de manera colaborativa y eficiente donde confluye el municipio, la comunidad, el sector empresarial, el sector público y la academia para salir al mundo con una oferta diversificada durante todo el año, que releva la identidad, costumbres y tradiciones de cada uno de sus barrios, protegiendo y poniendo en valor el patrimonio cultural, las actividades de naturaleza, los deportes, la gastronomía y sus ventajas competitivas en torno a las reuniones y eventos, demostrando y siendo percibida como un destino de calidad, seguro, limpio, conectado, inclusivo y sostenible.

7.2.2 Escenario deseado Pladetur Viña del Mar

Al año 2033 Viña del Mar se fortalece como un destino turístico nacional e internacional que prioriza la integración territorial y la participación de la comunidad, armonizando el desarrollo económico, la preservación ambiental y el enriquecimiento cultural, para salir al mundo con una oferta diversificada que releva la identidad, costumbres y tradiciones de cada uno de sus barrios, protegiendo y poniendo en valor la cultura y la naturaleza para mostrarse y percibirse como un destino de calidad, seguro, limpio, conectado, inclusivo y sostenible.

Gracias a la colaboración eficiente y el trabajo conjunto entre el ecosistema turístico: municipio, comunidad, el sector privado, el sector público y la academia se ha logrado implementar el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de Viña del Mar, equilibrando el desarrollo territorial y resultados exitosos en torno a la regulación y seguridad del destino. Todo lo anterior impulsado por prácticas sostenibles y un monitoreo constante del impacto turístico, ayudando a mantener una comuna limpia, minimizando la sobre explotación de zonas saturadas y garantías para la mitigación de la crisis climática.

La seguridad turística y convivencia urbana ha sido priorizada y trabajada entre el ecosistema comunal. A través de una visión conjunta, colaborativa y de compromiso permanente han implementado y ejecutado un plan de prevención, respuesta y comunicación que ha logrado disminuir incivildades e ilícitos, recuperado el espacio urbano, y aumentar la sensación de seguridad entre visitantes y residentes, posicionando a Viña del Mar como un destino turístico seguro y limpio.

Existe una valoración del patrimonio natural y cultural y acciones para su protección y puesta en valor, lo que ayuda a diversificar y vivir todo el año experiencias turísticas que aprovechan las ventajas en torno al turismo de naturaleza, cultural, deportivo, gastronómico, de acontecimientos programados y Mice, con tour operadores locales que ofrecen productos innovadores que se integran a la cadena de comercialización nacional e internacional. Las empresas turísticas de la comuna, en conjunto con el municipio, han realizado un trabajo constante para minimizar la informalidad, generar empleos dignos y elevar los estándares de calidad de sus servicios, a través de la incorporación de tecnologías, prácticas sostenibles y certificaciones. La asociatividad entre el ecosistema ha logrado una propuesta concreta para la transformación de la comuna en un destino de accesibilidad universal, de turismo de intereses especiales y posicionarse en nuevos mercados objetivos.

La comuna cuenta con un modelo de fomento a la inversión turística que identifica las oportunidades y genera las condiciones para la implementación de proyectos que aporten a la calidad y sostenibilidad del destino. La infraestructura municipal y pública se ha dispuesto de manera que evite la saturación de las zonas más congestionadas y aporte al equilibrio territorial, protegiendo la calidad de vida de las personas y promoviendo la visita a los barrios tradicionales con un sistema de comunicación inteligente que muestra la conurbación turística Viña del Mar en toda su extensión a través de señalética vial, orientativa, informativa e interpretativa que releva la identidad patrimonial de la ciudad.

Se ha logrado un trabajo conjunto entre municipio, comunidad, privados y academia para detectar las necesidades de talento humano en el ecosistema y entregar herramientas para que los trabajadores del sector puedan mejorar su calidad, incorporando en su formación y capacitación elementos de hospitalidad, digitalización, idiomas y diversificación de productos. Además, se ha generado un involucramiento de la población local a través de la implementación de programas de conciencia turística a sectores clave de la comuna.

El trabajo colaborativo del ecosistema turístico da cuenta de la existencia de un sistema de inteligencia de mercado que arroja datos e información táctica y relevante para la toma de decisiones. Existe una estrategia de marketing basada en la difusión y promoción de Viña del Mar como un destino que ofrece actividades turísticas durante todo el año, con una oferta diversa y diferenciada que se posiciona en nuevos mercados objetivo.

Finalmente, el visitante logra conocer la oferta de la comuna en origen a través de una plataforma que pone a disposición toda la oferta de experiencias turísticas y eventos programados durante todo el año y una vez en destino es factible encontrar puntos de información turística con herramientas tecnológicas que facilitan experiencias inmersivas y acceder a la oferta de los tour operadores locales para la realización de actividades en toda la ciudad.

7.3 EJES ESTRATÉGICOS PLADETUR VIÑA DEL MAR

La planificación estratégica requiere trabajar con insumos que puedan ser una base para escenarios futuros, por esto, la acción de ordenar y agrupar los elementos definidos en los análisis estratégicos resultantes de la línea base, atestiguan cada paso derivado de la investigación realizada, contando con una visualización de la ruta seguida, a la que puedan acudir futuros analistas.

Una de las guías para este trabajo fue el agrupamiento de las categorías de problemas en ejes de intervención, esto es, reunir aquellos elementos cuya raíz es similar y se encuentran asociadas a temáticas específicas. En este sentido, los ejes de estratégicos se forman a partir de la necesidad de establecer grupos de trabajos para la generación de la cartera de iniciativas específica que aborde temáticas similares y posean una línea de intervención atendiendo al área de impacto y la secuencialidad del proceso.

Los ejes estratégicos del PLADETUR de Viña del Mar corresponden a un subproducto asociado directamente a la cartera de iniciativas. De esta manera, el trabajo unificación y asociación de elementos determinó los ejes que se presentan a continuación con su descripción.

1. MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE

Este eje estratégico se encuentra vinculado a tres pilares fundamentales: fortalecimiento de una gobernanza colaborativa y visión compartida; monitoreo y potenciación del bienestar social derivado del turismo y; el fomento a una cultura de sostenibilidad y resiliencia a través de la educación y la implementación de acciones que demuestren el compromiso con el medio ambiente que tiene la comuna.

Este se presenta como el componente macro y maestro del PLADETUR, ya que contiene las acciones relacionadas con la gobernanza y la gestión armónica e integral del turismo en la comuna, permitiendo fortalecer la articulación municipal, comunitaria, privada, pública y académica y dotando de herramientas de planificación para impulsar iniciativas de desarrollo orientadas hacia la acción.

2. SEGURIDAD TURÍSTICA Y CONVIVENCIA URBANA

Este es un eje estratégico prioritario en este PLADETUR. Es indispensable construir y mantener un entorno seguro, ordenado y respetuoso no solo para atraer y retener visitantes, sino también para que los residentes disfruten plenamente de su ciudad.

Es necesario abordar proactivamente los desafíos de seguridad y convivencia, lo que permitirá consolidar la reputación de Viña del Mar como un destino confiable y de alta calidad, donde turistas y residentes pueden interactuar y prosperar sin fricciones, dignificando así el espacio público y la experiencia de todos.

3. OFERTA TURÍSTICA DE CALIDAD, IDENTITARIA Y SOSTENIBLE

Un sistema turístico eficiente se construye sobre una oferta bien definida, compuesta por diversos elementos interrelacionados y puestos en valor: recursos y atractivos naturales y culturales, servicios y equipamiento turístico: alojamiento, alimentación, tour operadores, guías especializados, transporte, entre otros. Este eje se debe ocupar de dar una base de calidad, responsabilidad y sostenibilidad al ecosistema empresarial, a partir de elementos que propendan a un sistema más justo para quienes poseen estándares y cumplen las leyes y entregando las condiciones para que todos puedan ser parte de la oferta formal y generar un mayor valor agregado a los servicios y productos.

4. INVERSIÓN PRIVADA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA PÚBLICA

Este eje estratégico está enfocado en dos aspectos fundamentales. Por un lado, un mapa de oportunidades de inversión privada que permita el desarrollo de negocios turísticos en ligados a la sostenibilidad, asegurando la viabilidad económica a largo plazo, la protección de los recursos naturales y culturales, y el beneficio de la comunidad local. Así también, se debe contar con infraestructura turística habilitante que integre el territorio y potencie la experiencia turística, tanto a nivel del borde costero como en los espacios asociados al patrimonio natural y cultural de todos los sectores de la comuna.

5. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

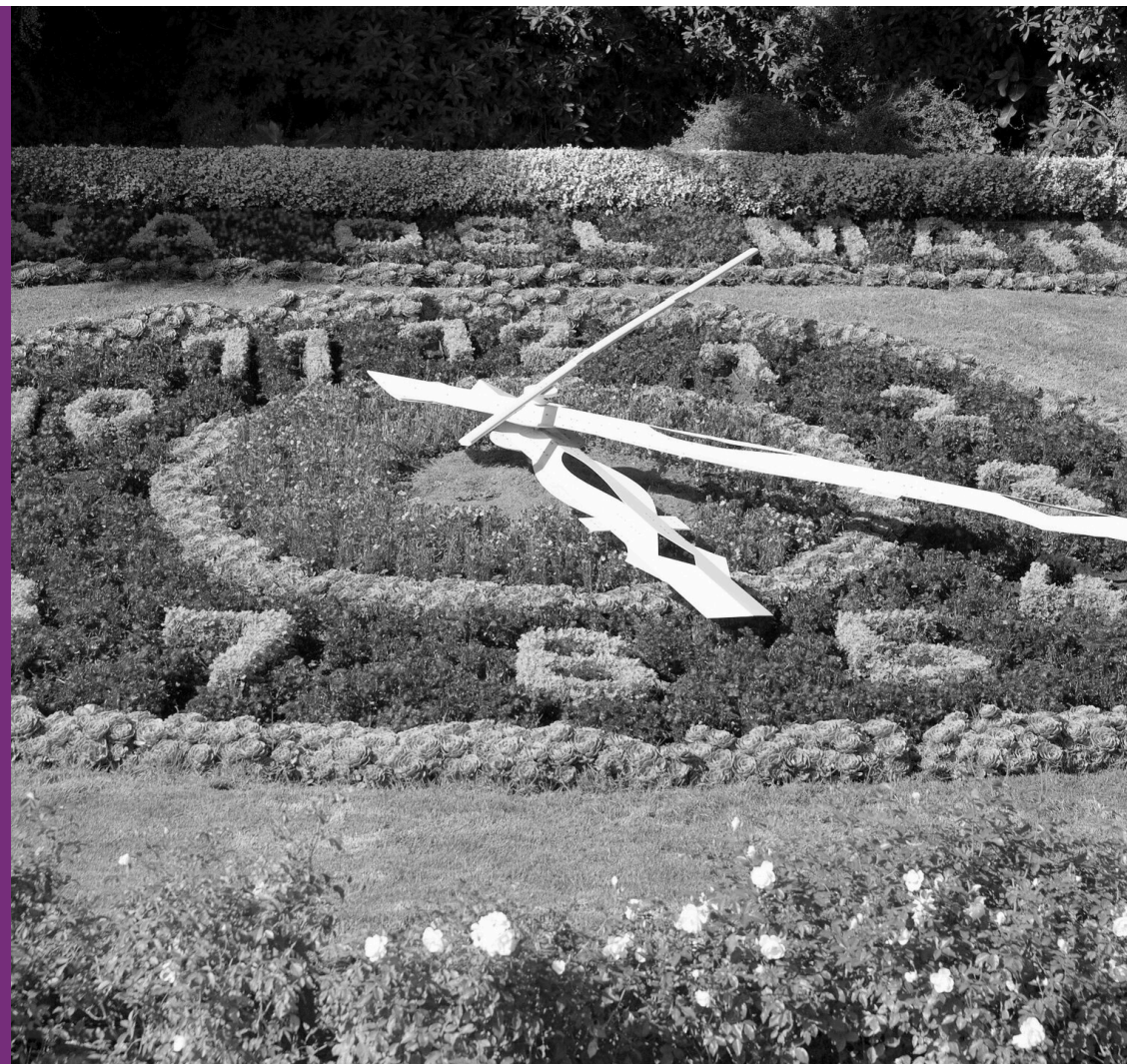
La formación, capacitación y finalmente, profesionalización de la actividad turística es crucial para un desarrollo turístico de calidad y sostenible. En ese sentido, es muy necesario proponer una ruta hacia esta profesionalización de trabajadores y trabajadoras y que estos sean parte de un ecosistema que genera trabajo digno y empleos decentes.

Este eje estratégico debe dar cuenta de lo anterior, a partir de una estrategia que sienta bases de instalación de una cultura turística a nivel comunal y junte las necesidades del sector privado con la oferta académica para atender a la profesionalización y la generación de un círculo virtuoso entre el ecosistema, que incluya al habitante local como foco para mejorar su calidad de vida.

6. DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

La difusión y promoción se enfoca en consolidar y fortalecer la identidad turística de la comuna, proyectando su imagen a nivel nacional e internacional. Este eje implementa una serie de acciones coordinadas que incluyen la creación y difusión de campañas de marketing, la potenciación de los grandes eventos, la consolidación de la ciudad como oferta de turismo MICE y elevar la calidad de la experiencia tanto en origen como destino.

Estos ejes estratégicos del PLADETUR se conforman como temáticas centrales en la elaboración de la cartera de iniciativas que contendrá las acciones a ejecutar para cumplir la imagen objetivo de Viña del Mar.



7.4 CARTERA DE INICIATIVAS PLADETUR VIÑA DEL MAR

La cartera de iniciativas del PLADETUR de Viña del Mar se sustenta en una amplia base documental, metodológica, de análisis y de participación ciudadana a lo largo de todo el transcurso de intervención comunal. Por esto, uno de los principales insumos para generar las iniciativas correspondió a los resultados de los procesos metodológicos que abordaron las distintas aristas y visiones del ecosistema, pudiendo contar con las opiniones, ideas, sueños y acciones concretas expresadas por todos quienes participaron, desde el habitante local hasta autoridades, pasando por empresarios, empresarias, academia, agrupaciones, gremios y servicios públicos, a nivel comunal, regional y nacional.

El resultado concreto de esta consulta a los actores clave del ecosistema turístico dio como resultado 351 propuestas para mitigar brechas y aprovechar oportunidades, las que fueron procesadas y transformadas en iniciativas del PLADETUR.

351
PROPUESTAS
PARA MITIGAR
BRECHAS Y
APROVECHAR
OPORTUNIDADES



El proceso metodológico para la construcción de las iniciativas y acciones del PLADETUR se estructuraron a partir del siguiente esquema.

7.4.1 Iniciativas y acciones Pladetur Viña del Mar



EJE 1. MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE



Objetivo
CONSOLIDAR EL TRABAJO COLABORATIVO DEL ECOSISTEMA TURÍSTICO AUNANDO CRITERIOS EN TORNO A LA PROYECCIÓN DE LA COMUNA COMO UN DESTINO SEGURO, INCLUSIVO Y SOSTENIBLE.

INICIATIVA N°1. ECOSISTEMA VINCULADO PARA LA GESTIÓN SOSTENIBLE.

Mesa técnica de turismo de la comuna de Viña del Mar en torno a la implementación de un modelo de desarrollo turístico sostenible, con base en la integración territorial, la participación ciudadana amplia, el fomento a la identidad cultural y a la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, como base de un turismo de intereses especiales responsable y que perdure en el tiempo.

Objetivo estratégico
Involucrar de manera activa a la comunidad, sector privado y la academia de acuerdo con el rol de cada uno en la cadena de valor del turismo asegurando la implementación eficiente del PLADETUR.

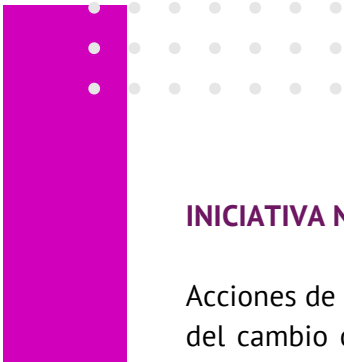
ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Continuidad de la Mesa Técnica de Turismo donde incorpore todo el ecosistema asociado a la actividad turística comunal.								

INICIATIVA N°2. TURISMO Y BIENESTAR LOCAL.

Índice de bienestar social de la comuna de Viña del Mar orientado a analizar el nivel de evolución de la población residente con respecto a los beneficios que genera la actividad turística en el destino y en cada uno de los sectores.

Objetivo estratégico
Diseñar e implementar un índice de bienestar social en base a la actividad turística de la comuna de Viña del Mar.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Diseño e implementación de un índice de bienestar social -IBS-para medir los beneficios de la actividad turística en la comuna de Viña del Mar.								



INICIATIVA Nº3. DESTINO TURÍSTICO EN ARMONÍA CON LA NATURALEZA

Acciones de educación ambiental, prevención y respuesta ante desastres, adaptación y mitigación del cambio climático dirigido a la comunidad, empresas y emprendimientos que propenda a la zonificación, conservación, gestión, puesta en valor y uso responsable de los espacios naturales de la comuna y las buenas prácticas de sostenibilidad.

Objetivo estratégico

Formular e implementar acciones de educación ambiental, prevención y respuesta ante desastres, adaptación y mitigación del cambio climático.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Observatorio climático del turismo								
Campañas de consumo responsable de agua								
Descarbonización de la actividad turística								
Quebradas turísticas seguras								
Guías y Apps. de turismo regenerativo								
Turismo seguro: capacitación para emergencias climáticas								
Maual turístico de autoprotección en caso de emergencia								

INICIATIVA Nº4. LEGISLACIÓN Y NORMATIVA TURÍSTICA

Ordenamiento territorial de la comuna de Viña del Mar que contribuya al desarrollo turístico integral, mejore la imagen y competitividad y ponga en valor el patrimonio natural y cultural, optimizando las condiciones económicas, sociales y ambiental de la ciudad.

Objetivo estratégico

Impulsar la creación de ordenanzas generales que permitan la implementación del PLADETUR.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Ordenanzas generales para la implementación eficiente y eficaz del Pladetur								

EJE 2. SEGURIDAD TURÍSTICA Y CONVENIENCIA URBANA



Objetivo
DESARROLLAR Y EJECUTAR UNA ESTRATEGIA QUE APORTE EN LA MITIGACIÓN DE LOS PROBLEMAS DE SEGURIDAD QUE AFECTAN A LA COMUNA.

INICIATIVA Nº5. DESTINO TURÍSTICO SEGURO

Estrategia conjunta entre el ecosistema comunal y regional para abordar las problemáticas de seguridad que afectan la actividad turística: comercio ambulante, incivildades e ilícitos y que provocan una merma en la calidad y competitividad del destino.

Objetivo estratégico
Diseñar e implementar una estrategia que aborde las problemáticas de seguridad que afectan a la actividad turística.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Conformación de la mesa de seguridad turística Destino Viña del Mar								
Plan de seguridad turística para la comuna Viña del Mar								

INICIATIVA Nº6. RED DE SEGURIDAD PARA LA CIUDAD Y EL TURISMO

Acciones para una gestión proactiva, convivencia armónica e información transparente como pilar fundamental en la conformación de un destino turístico seguro, accesible, de calidad y reconocido por sus mecanismos de prevención eficaces.

Objetivo estratégico
Implementar acciones que permitan la obtención de resultados concretos y a corto plazo en torno a la protección de la actividad turística.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Observatorio de seguridad turística								
Protección y defensa del turista								
Convivencia vial y gestión de velocidad en entornos urbanos								

EJE 3. OFERTA TURÍSTICA DE CALIDAD, IDENTITARIA Y SOSTENIBLE



Objetivo

IMPULSAR LA GENERACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS INNOVADORAS Y DIVERSAS QUE SE INTEGREN A LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN NACIONAL, CONFORMADA POR SERVICIOS DE CALIDAD Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS VALORIZADOS.

INICIATIVA N°7. VALORIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN E INTEGRACIÓN TERRITORIAL

Puesta en valor de los espacios turísticos emblemáticos y comunitarios de la comuna de Viña del Mar para la generación de una priorización de su incorporación a experiencias turísticas diversas.

Objetivo estratégico

Desarrollar estudios de puesta en valor de recursos naturales y culturales para su transformación en productos turísticos de calidad.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Digitalización de los atractivos turísticos de la comuna								
Factibilidad de la puesta en valor de espacios turísticos naturales emblemáticos y reconocidos de la comuna								
Factibilidad de la puesta en valor de espacios turísticos inmuebles emblemáticos y reconocidos de la comuna.								

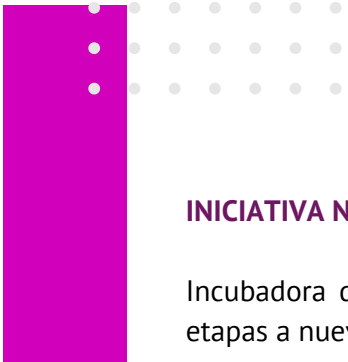
INICIATIVA N°8. BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES

Incentivos a la implementación de distinciones en trabajo decente, calidad y sostenibilidad de las empresas de la comuna de viña del mar que asegure la adopción de buenas prácticas y aumente los niveles de competitividad del destino.

Objetivo estratégico

Desarrollar acciones de fomento a la formalización y competitividad de las empresas de la comuna de Viña del Mar en base a sistemas reconocidos de distinción en torno al empleo decente, calidad y sostenibilidad.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Jornadas de implementación de normativas de trabajo decente, enfoque de género y estándares de calidad en los prestadores de servicio turístico de la comuna								
Apoyo a la certificación ensostenibilidadturística								
Incentivo a la incorporación deempresas turísticas en registro dePST de Sernatur.								
Levantamiento, catastro y caracterización de servicios turísticos informales en plataformas digitales.								



INICIATIVA Nº9. LABORATORIO DE INNOVACIÓN TERRITORIAL EN TURISMO

Incubadora de negocios para la formación, acompañamiento y orientación en cada una de las etapas a nuevos emprendimientos y empresas existentes en todos los sectores de la comuna.

Objetivo estratégico

Desarrollar una incubadora de negocios turísticos para mejorar y potenciar la innovación y competitividad del sector y el destino.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Incubadora de negocios para la dinamización y competitividad del sector turístico comunal.								
Capacitación en buenas prácticas en torno a trabajo decente, estándares de calidad y sostenibilidad para emprendimientos y empresas.								
Gestación de guías de turismo y operadores locales que permitan la creación, coordinación y comercialización de experiencias turísticas de base comunitaria								
Formación y acompañamiento en herramientas tecnológicas para potenciar y escalar la presencia y alcance de la comercialización de las empresas de la comuna.								
Fondo económico municipal para proyectos de turismo								

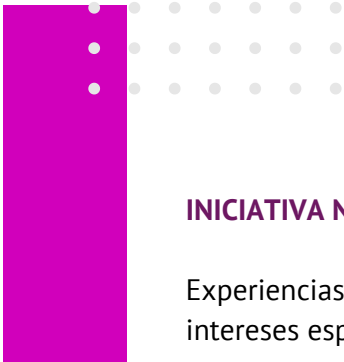
INICIATIVA Nº10. VIÑA DEL MAR ACCESIBLE

Hoja de ruta de turismo accesible en Chile en la comuna de Viña del Mar, atendiendo a la materialización eficiente de las acciones asociadas a los cinco ejes estratégicos: capital humano, entornos habilitantes, asociatividad, tecnología e innovación y temas emergentes.

Objetivo estratégico

Elevar la cantidad de servicios turísticos que implementan acciones de la hoja de ruta de turismo accesible.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Aplicación de la guía metodológica para el levantamiento de información en torno a la cadena de accesibilidad de la comuna								
Programa de formación para el capital humano en turismo accesible.								



INICIATIVA N°11. EXPERIENCIAS TURÍSTICAS DIFERENCIADORAS EN VIÑA DEL MAR

Experiencias turísticas diversas, innovadoras, identitarias y sostenibles como oferta de turismo de intereses especiales de la comuna que se encuentren posicionadas en el mercado nacional.

Objetivo estratégico

Aumentar la cantidad de experiencias turísticas del destino Viña del Mar reconocidas a nivel nacional.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Desestacionalización del destino Viña del Mar								
Club de producto de turismocultural en Viña del Mar.								
Club de producto de experiencias gastronómicas en turismo en Viña del Mar								
Club de producto de ecoturismo en la ciudad de Viña del Mar.								
Producto turístico integrado con otras comunas y destinos regionales								
Eco eventos turísticos sostenibles								

INICIATIVA N°12. RED DE COLABORACIÓN TERRITORIAL

Red de colaboración en turismo integrada por organizaciones comunitarias, funcionales y territoriales de la comuna que propenda a la creación de programas/circuitos/tours comunitarios que permitan la puesta en valor del patrimonio y la identidad de los barrios.

Objetivo estratégico

Formar una red de colaboración turística integrada por organizaciones territoriales de todos los sectores de la comuna de Viña del Mar.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Generación de una red entre organizaciones comunitarias, funcionales y territoriales								
Desarrollo de experiencias turísticas de base comunitaria: auténticas, identitarias y participativas en los sectores y barrios de la comuna.								
Habilitación de un bus turístico que realice el recorrido completo por la comuna, visitando cada sector y supatrimonio								

EJE 4. INVERSIÓN PRIVADA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA PÚBLICA



Objetivo
GENERAR E IMPLEMENTAR UN MODELO DE FOMENTO A LA INVERSIÓN TURÍSTICA PRIVADA Y A LA INCORPORACIÓN DE LA MIRADA TURÍSTICA A LA INFRAESTRUCTURA DE APOYO.

INICIATIVA Nº13. MAPA DE OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE

Mapa de oportunidades de inversión turística sostenible en la comuna de Viña del Mar, que involucre una ruta lógica y eficiente del proceso para la obtención de permisos a nuevos negocios y el incentivo y fomento a la mejora y modernización de los servicios actuales.

Objetivo estratégico
Generar un mapa de oportunidades de inversión privada turística sostenible que facilite los procesos para nuevos y actuales negocios.

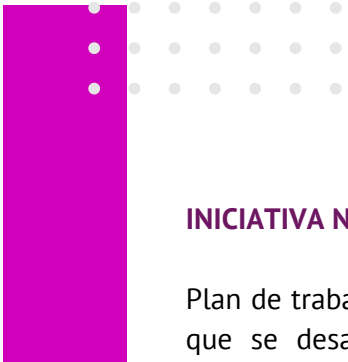
ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Documento guía de las necesidades de inversión turística sostenible y la ruta para el funcionamiento y puesta en marcha del negocio								

INICIATIVA Nº14. HABILITACIÓN E INTEGRACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

Cartera de proyectos de infraestructura turística habilitante que integre el territorio y potencie la experiencia turística con criterios de calidad, seguridad y sostenibilidad tanto a nivel del borde costero como en los espacios turísticos asociados al patrimonio natural y cultural de todos los sectores de la comuna de Viña del Mar.

Objetivo estratégico
Elaborar una cartera de proyectos de infraestructura habilitante que integre el territorio y permita la práctica de actividades turísticas de calidad, seguras y sostenibles.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Factibilidad para el diseño e implementación de equipamiento y servicios, con acceso universal, en el sector costero de la comuna								
Factibilidad de una red de ciclo vías turísticas de Viña del Mar.								
Factibilidad y gestión de financiamiento para el proyecto de teleférico en Forestal como conexión turística.								
Factibilidad de la puesta en valor de miradores de la comuna.								
Definición zonas específicas para deportes náuticos y actividades recreativas, reguladas y seguras								
Aumento de espacios de estacionamiento de bicicleta								
Infraestructura turística resiliente								



INICIATIVA Nº15. INFRAESTRUCTURA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA

Plan de trabajo que apoye la intervención pública en torno a la infraestructura urbana y habitante que se desarrolla en la comuna y que sea vinculante con la actividad turística, definiendo requerimientos, a partir de otros instrumentos como el PLADECO y el Plan Regulador, que deben ser considerados y a los cuales se les debe hacer un seguimiento ex ante, durante y ex post.

Objetivo estratégico

Elaborar un plan de trabajo de apoyo a la intervención pública en la comuna, vinculante con la actividad turística para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Seguimiento de la intervención pública de infraestructura urbana y habitante para vincularla con la actividad turística.								

INICIATIVA Nº16. SISTEMA DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE

Sistema de comunicación turística inteligente para la habilitación de infraestructura, equipamiento y señalética que permita la visita, orientación e interpretación del territorio para turistas y residentes.

Objetivo estratégico

Diseñar e implementar un sistema de comunicación turística habilitante para mejorar la experiencia turística en la comuna.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Diseño e implementación de un sistema comunicacional inteligente del destino Viña del Mar								

EJE 5: FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y CONCIENCIA TURÍSTICA



Objetivo

FOMENTAR LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS QUE PROPENDAN A ESTANDARIZAR Y FORTALECER EL CONOCIMIENTO Y TÉCNICAS DE LOS TRABAJADORES DEL TURISMO EN LA COMUNA Y LA CREACIÓN DE CÍRCULOS VIRTUOSOS PARA LA PROSPERIDAD DEL DESTINO.

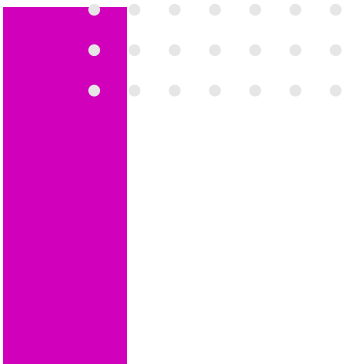
INICIATIVA Nº17. FORMACIÓN DUAL EN TURISMO: EL CÍRCULO VIRTUOSO

Hoja de ruta entre el municipio, la academia, el sector privado y la comunidad que implique la formulación de oferta académica dual de acuerdo con las necesidades de cada uno de los involucrados, atendiendo a la incorporación de habitantes de la comuna, espacialmente jóvenes y mujeres en los negocios turísticos.

Objetivo estratégico

Elaborar una hoja de ruta para la formación dual de trabajadores en turismo que atienda a mejorar la calidad del personal y a la incorporación de la población local en la economía local.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Propuesta de Hotel/Restaurante-Escuela en Viña del Mar con foco en la empleabilidad de los habitantes de la comuna.								



INICIATIVA Nº18. PROFESIONALIZACIÓN DEL TURISMO EN VIÑA DEL MAR

Oferta de formación y capacitación de recursos humanos que den respuesta a las brechas específicas de las personas que son parte de la cadena de valor de la actividad turística, espacialmente en los ámbitos de idiomas, hospitalidad, tecnologías, inclusión y sostenibilidad.

Objetivo estratégico

Generar una mesa de trabajo entre la academia y el sector privado para la profesionalización del sector turístico.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Mesa de trabajo entre el municipio, la academia y el sector privado para generar un plan de formación y capacitación para trabajadores en turismo.	●	●	●					
Formación para trabajadores del turismo en idiomas, hospitalidad, tecnologías, inclusión y sostenibilidad			●	●	●			
Capacitación en turismo climáticamente inteligente.					●	●	●	

INICIATIVA Nº19. INFRAESTRUCTURA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA

Cultura turística para habitantes y residentes de la comuna de Viña del Mar enfocada en conciencia turística, conocimiento y protección del patrimonio, medio ambiente e identidad, en escuelas, colegios, organizaciones territoriales y todos aquellos grupos que están en permanente contacto con turistas, como taxistas, comercio, carabineros, entre otros.

Objetivo estratégico

Desarrollar un programa e incentivos de cultura turística para habitantes y residentes de la comuna de Viña del Mar.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Programa de conciencia turística que aborde los diversos tipos de actorías asociadas a la comunidad y el sector turismo.			●	●	●			
Concurso de innovación turística sostenible.						●	●	●

EJE 6: DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN



Objetivo

Crear una estrategia de marketing que integre las necesidades de difusión, posicionamiento y comunicación al corto, mediano y largo plazo del destino Viña del Mar.

INICIATIVA Nº20. MARKETING TURÍSTICO CON CONTENIDO E IDENTIDAD

Estrategia de marketing turístico para la comuna de viña del mar en base a un relato identitario que genere una planificación a corto, mediano y largo plazo en torno a la capacitación del personal en contacto en destino, la vinculación con otros destinos, posicionarse en mercados internacionales, atraer eventos de alto impacto y potenciarse como destino MICE.

Objetivo estratégico

Diseñar, implementar y ejecutar una estrategia de marketing turístico para la comuna de viña del mar.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Desarrollo de un plan de marketing turístico para el destino Viña de lMar								
Desarrollo de un guión turístico territorial identitario								
Implementación de campaña de marketing de corto plazo para el posicionamiento del destino.								
Implementación de campaña de comercialización en alianza con el sector privado								
Implementación de campaña comunicacional y canales para elcontinuo posicionamiento y difusión del turismo MICE								

INICIATIVA Nº21. INTELIGENCIA COMPETITIVA

Sistema de inteligencia de mercado con variables e indicadores medibles, relevantes y fiables para la toma de decisiones, donde participe todo el ecosistema turístico en la entrega de información de primera fuente.

Objetivo estratégico

Construir e implementar un sistema de inteligencia de mercado con variables e indicadores medibles, relevantes y fiables para la toma de decisiones.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Fortalecimiento del observatorio turístico de Viña del Mar								

INICIATIVA Nº22. PLATAFORMA TURÍSTICA VIÑA DEL MAR SALE AL MUNDO.

Plataforma web que centralice la información de las campañas de marketing digital y a la que los turistas puedan acceder en destino en puntos de información habilitados para la entrega de información y reserva de experiencias y servicios.

Objetivo estratégico

Diseñar e implementar una plataforma web que centralice y muestre las acciones definidas.

ACCIONES	CRONOGRAMA							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Diseño e implementación de plataforma web competitiva con últimos avances de usabilidad								
Puntos de información y reserva de experiencias y servicios								
Puntos de información climática para turistas.								



7.5 SISTEMA DE MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO PLADETUR VIÑA DEL MAR

El Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) de Viña del Mar no es un documento estático, sino una guía ágil y dinámica para la construcción de un turismo sostenible. Para asegurar su eficacia y relevancia a lo largo del tiempo, es indispensable contar con un robusto Sistema de Seguimiento y Evaluación que permita monitorear su implementación, medir su impacto y aprender de la experiencia.

7.5.1 Justificación del sistema de seguimiento y evaluación

El propósito de un sistema de medición de avances y resultados se asocia a elementos como el compromiso, la transparencia, la rendición de cuentas y la mejora continua. Los datos obtenidos a través del sistema de seguimiento y evaluación se convertirán en información estratégica que permitirá generar información permanente de la ejecución del PLADETUR.

PROPÓSITO

Verificación del progreso. Confirmar que las acciones planificadas se están ejecutando y que se está avanzando hacia los objetivos estratégicos y la imagen objetivo del PLADETUR.

Identificación de desviaciones. Detectar a tiempo si alguna iniciativa no está generando los resultados esperados o si existen obstáculos imprevistos en su implementación.

Justificación de la inversión. Demostrar que los recursos (humanos, financieros, técnicos) asignados al PLADETUR están generando valor y contribuyendo al desarrollo de la comuna.

Fomento de la responsabilidad. Impulsar la cultura de la medición y el logro entre todos los actores del ecosistema turístico involucrados en el PLADETUR.

INFORMACIÓN PERMANENTE

- Informes Periódicos.** Reportes trimestrales o semestrales sobre el avance de cada iniciativa, el cumplimiento de las metas y el estado de los indicadores de gestión, resultado e impacto. Estos informes serán la base para las reuniones de la Mesa Técnica de Turismo.
- Análisis de Desempeño.** Identificación de iniciativas que estén funcionando bien y cuáles requieren atención. Por ejemplo, si un "Club de Producto" no alcanza sus metas de miembros o experiencias, los datos indicarán dónde enfocar los esfuerzos de apoyo o reajuste.
- Rendición de Cuentas.** Presentación pública de los avances del PLADETUR a través de resúmenes ejecutivos, infografías o dashboards interactivos en el sitio web municipal, haciendo la información accesible para todos.
- Asignación de Recursos.** Es factible basar futuras decisiones de inversión y presupuesto en la evidencia de resultados, priorizando aquellas iniciativas que demuestran mayor impacto y eficiencia.
- Evaluación de Impacto.** A mediano y largo plazo, los indicadores de impacto permitirán comprender cómo el PLADETUR está transformando efectivamente a Viña del Mar en un destino más seguro, inclusivo, sostenible y competitivo, y cuáles son los beneficios tangibles para la comunidad y el sector.
- Planificación Estratégica.** Los resultados de la evaluación servirán como insumo fundamental para las revisiones periódicas del PLADETUR y para la elaboración de futuras estrategias de desarrollo turístico, asegurando que el plan se mantenga alineado con las realidades del destino y las mejores prácticas internacionales.

7.5.2 Estructura del seguimiento en función de indicadores

El sistema de seguimiento y evaluación operará sobre una jerarquía de indicadores y sus metas asociadas, que se encuentran definidas para eje estratégico, iniciativa y acciones del PLADETUR:

- Indicadores de gestión (o de proceso). Miden el avance de las actividades y recursos implementados (ej. número de capacitaciones realizadas, número de ordenanzas promulgadas, hectáreas reforestadas).
- Indicadores de resultado (o de producto). Miden los entregables directos de las iniciativas (ej. número de mesas técnicas, número de estrategias, porcentaje de recursos puestos en valor, número de prestadores formalizados).
- Indicadores de impacto (o de fin). Miden los cambios a largo plazo en el destino y la comunidad atribuidos al PLADETUR (ej. aumento de la ocupación hotelera en temporada baja, mejora en la percepción de seguridad de turistas, reducción de emisiones de carbono, integración de la comunidad local y el territorio en la actividad turística).

Cada uno de estos indicadores contará con metas específicas para cada año lo que permitirá comparar el progreso real con lo planificado y evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos del PLADETUR.



8. EPÍLOGO

Este documento, que constituye el Resumen Ejecutivo del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable (PLADETUR) de la Comuna de Viña del Mar, representa una herramienta estratégica fundamental orientada al desarrollo turístico integral de la ciudad. Surge de la necesidad de abordar el riesgo de estancamiento y declive del destino asociado a la falta de planificación y crecimiento desordenado de las últimas décadas.

El proceso de elaboración del PLADETUR, detallado a lo largo del documento, se basó en un análisis exhaustivo del sistema turístico comunal, que incluyó la caracterización e inventario actualizado de atractivos, recursos, actividades, planta e infraestructura, el análisis de la demanda turística y sus flujos y un diagnóstico estratégico profundo, incorporando análisis de competitividad, FODA, DRAFPO, entre otros. Un componente crucial fue la participación ciudadana y de los actores clave del ecosistema -públicos, privados, académicos y comunitarios-. Este proceso participativo fue fundamental para diagnosticar problemas, identificar brechas y validar los resultados.

El plan define una Imagen Objetivo para el destino Viña del Mar al año 2033, proyectándola como un destino turístico nacional e internacional fortalecido, que prioriza la integración territorial, la participación comunitaria, la armonización del desarrollo económico, la preservación ambiental y el enriquecimiento cultural. Esta visión se sustenta en un ecosistema colaborativo que trabaja para ofrecer una oferta diversificada durante todo el año, releva la identidad local y se posiciona como un destino de calidad, seguro, limpio, conectado, inclusivo y sostenible.

Para alcanzar esta visión y superar las brechas identificadas, el PLADETUR propone una Estrategia de Desarrollo Turístico estructurada en ejes estratégicos que agrupan iniciativas y acciones concretas son los siguientes: Modelo de Gestión Turística Sostenible (enfocado en gobernanza y resiliencia), Seguridad Turística y Convivencia Urbana (centrado en la seguridad del destino), Oferta Turística de Calidad, Identitaria y Sostenible (para diversificar y poner en valor atractivos), Formación y Capacitación (buscando profesionalización y empleo digno), Infraestructura Habilitante e Integración Territorial (aumentar el nivel de calidad y competitividad), y Difusión y Promoción (a través de marketing e inteligencia competitiva).

Para la implementación exitosa de este plan se propone un sistema de gobernanza robusto y colaborativo que articulará a múltiples actores, así como un mecanismo de seguimiento y evaluación con indicadores claros para monitorear avances, medir impactos y asegurar la mejora continua y la adaptabilidad del plan en el tiempo.

En conclusión, el PLADETUR de Viña del Mar, tal como se presenta, es un instrumento dinámico y participativo que, basado en un diagnóstico detallado y una visión compartida, proporciona una hoja de ruta clara para que la comuna aumente su competitividad y sostenibilidad y, de esta manera, afronte el riesgo de estancamiento, proyectándose hacia un futuro de desarrollo turístico más integrado, resiliente y conectado con su identidad local.



9. EQUIPO DE TRABAJO

Para la elaboración de este PLADETUR se contó con el trabajo y participación permanente de los equipos del municipio de Viña del Mar y de DTS Consultores.

Nombre	Cargo
Pablo Pizarro Morales	Director Departamento Turismo – Municipalidad Viña del Mar
Sandrino Llano Ramos	Jefe Sección de Proyectos Turísticos – Municipalidad Viña del Mar
María Paz Gómez Dauros	Gestora de Proyectos Turísticos – Municipalidad Viña del Mar
Kiara Labra Sánchez	Jefa Sección de Informaciones Turísticas – Municipalidad Viña del Mar
Juan Carlos Concha	Coordinador Departamento Participación Ciudadana – Municipalidad Viña del Mar
Katherine Núñez Garcés	Encargada de Participación Ciudadana en Desarrollo Turístico y Económico – Municipalidad Viña del Mar
Bárbara Vallejos Peralta	Directora de Proyecto – DTS Consultores
Juan Romero Mardones	Especialista en Sistemas de Información Geográfica SIG – DTS Consultores
Felipe Maturana Díaz	Especialista en Participación Ciudadana – DTS Consultores
Víctor Lobos González	Especialista en Participación Ciudadana – DTS Consultores
María Paz Bajas	Especialista en Participación Ciudadana – DTS Consultores
Yaser Soleman Cardemil	Especialista en Planificación Estratégica y Gestión Turística – DTS Consultores
Pamela Lathrop Varela	Especialista en Negocios y Economía – DTS Consultores
Pablo Rebolledo Dujisin	Especialista en Planificación Urbana y Ordenación del Territorio – DTS Consultores
María Fernanda Gil Torrejón	Especialista en Comunicación Social – DTS Consultores
Felipe Vallejos Peralta	Técnicos y Administrativos de Apoyo – DTS Consultores
Natalia Toledano Bezares	Gestión Turística – DTS Consultores
Rafael Basualto Alfaro	Especialista en Estadísticas – DTS Consultores



DTSCONSULTORES
INGENIERIA EN TURISMO SOSTENIBLE