



**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO**  
**ESCUELA DE POSTGRADO**  
**MAGÍSTER EN URBANISMO**

**BARRIOS RESIDENCIALES PATRIMONIALES, CAMBIO Y RESISTENCIA  
ANTE LA IRRUPCIÓN DEL TURISMO**

El caso de los cerros Alegre y Concepción del “Sitio Patrimonio Mundial Área  
Histórica de Ciudad Puerto de Valparaíso”

**ANEXO I**

**ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN VALPARAÍSO**

Santiago de Chile

Enero de 2015

## INDICE DE CONTENIDOS

|         |   |      |
|---------|---|------|
| 1       | Antecedentes de la actividad turística en Valparaíso.....   | A-4  |
| 1.1     | Los atractivos turísticos de la ciudad de Valparaíso.....   | A-4  |
| 1.2     | El valor del patrimonio urbano para el turismo.....   | A-16 |
| 1.3     | Principales instrumentos de planificación vinculados con el desarrollo turístico de la ciudad de Valparaíso.....      | A-19 |
| 1.3.1   | Plan Regulador Comunal de Valparaíso.....   | A-24 |
| 1.4     | Valparaíso y el turismo de intereses especiales (TIE) .....   | A-29 |
| 1.4.1   | Los servicios turísticos.....   | A-31 |
| 1.4.2   | Demanda de visitantes al destino Valparaíso .....   | A-34 |
| 1.4.3   | Llegadas y pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico.....   | A-40 |
| 1.4.4   | El turismo de cruceros en Valparaíso.....   | A-43 |
| 1.4.5   | Aspectos económicos del turismo en Valparaíso.....  | A-46 |
| 1.4.5.1 | Ventas de las principales actividades turísticas.....   | A-46 |
| 1.4.5.2 | Estimación del aporte económico de las unidades espaciales turísticas que conforman el Sistema Valparaíso urbano..... | A-50 |
| 1.4.6   | Concentración espacial de la oferta turística en Valparaíso Urbano.....   | A-53 |

## INDICE DE FIGURAS

|             |   |      |
|-------------|---|------|
| Figura A1:  | Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 1.....  | A-10 |
| Figura A2:  | Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 2.....  | A-11 |
| Figura A3:  | Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 3.....  | A-12 |
| Figura A4:  | Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 4.....  | A-13 |
| Figura A5:  | Concentración espacial de atractivos turísticos – Valparaíso.....   | A-15 |
| Figura A6:  | Áreas de Conservación Histórica, Ciudad de Valparaíso.....  | A-16 |
| Figura A7:  | Concentración de servicios de alojamiento y alimentación versus áreas de conservación patrimonial – cerros Alegre y Concepción..... | A-18 |
| Figura A8:  | Zonas de Conservación Histórica de Valparaíso Urbano – 2004.....  | A-25 |
| Figura A9:  | Monumentos e Inmuebles de Conservación Histórica de Valparaíso.....   | A-26 |
| Figura A10: | Plano Seccional Preservación Vistas Paseos y Miradores.....   | A-27 |
| Figura A11: | Conservación Histórica de Valparaíso Urbano Sector Almendral – Alturas.....   | A-28 |
| Figura A12: | Ventas Potenciales en Alojamiento por Unidades Espaciales Turísticas Sistema Valparaíso Urbano – 2014.....                          | A-52 |
| Figura A13: | Concentración Espacial Oferta Turística Valparaíso Urbano – 2014.....   | A-55 |

## INDICE DE CUADROS

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Cuadro A1: | Catastro de Atractivos Turísticos Ciudad de Valparaíso.....                             | A-5  |
| Cuadro A2: | Instrumentos de Planificación Vinculados con el desarrollo turístico de Valparaíso..... | A-20 |
| Cuadro A3: | Cruceros proyectos recalar en Valparaíso Periodo 2014 – 2015.....                       | A-46 |

## INDICE GRAFICOS

|              |   |      |
|--------------|---|------|
| Gráfico A1:  | Categoría de atractivos turísticos, Comuna de Valparaíso.....   | A-4  |
| Gráfico A2:  | Aspectos mejor valorados por los turistas en Valparaíso.....  | A-30 |
| Gráfico A3:  | Concentración de Servicios de Alojamiento Turístico por Unidad espacial de Valparaíso. Año 2014.....                            | A-32 |
| Gráfico A4:  | Patentes otorgadas en Valparaíso. Período 2003 – 2013.....  | A-33 |
| Gráfico A5:  | Evolución de trabajadores del servicio de alimentación. Comuna de Valparaíso Período 2006 – 2012.....                           | A-34 |
| Gráfico A6   | País de residencia de los visitantes extranjeros a la zona de Viña del Mar – Valparaíso .....                                   | A-35 |
| Gráfico A7:  | Origen de los turistas extranjeros que visitan Viña del Mar y Valparaíso. Año 2011....  | A-37 |
| Gráfico A8:  | Principales actividades realizadas por los turistas extranjeros que visitan la zona de Viña del Mar y Valparaíso. Año 2011..... | A-38 |
| Gráfico A9:  | Principales lugares visitados por los turistas que visitan la zona de Viña del Mar y Valparaíso. Año 2011.....                  | A-39 |
| Gráfico A10: | Evolución de las llegadas totales a establecimientos de alojamiento turístico, Comuna de Valparaíso.....                        | A-40 |
| Gráfico A11: | Evolución de las pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico. Comuna de Valparaíso. Año 2012.....               | A-41 |
| Gráfico A12: | Llegadas mensual de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Comuna de Valparaíso. Año 2012.....                   | A-42 |
| Gráfico A13: | Llegadas de pasajeros y recaladas de cruceros internacionales Puerto de Valparaíso 2004 - 2005 / 2013 – 2014.....               | A-45 |
| Gráfico A14: | Evolución de las Ventas (UF) del servicio de Alimentación Comuna de Valparaíso, Año 2006 – 2012.....                            | A-48 |
| Gráfico A15: | Evolución del N° de trabajadores de servicios de Alojamiento Comuna de Valparaíso, Año 2006 – 2012.....                         | A-49 |
| Gráfico A16: | Evolución de trabajadores del servicio de Alimentación, Comuna de Valparaíso, Año 2006 – 2012 .....                             | A-49 |

## INDICE DE TABLAS

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Tabla A1:  | Concentración espacial atractivos turísticos de Valparaíso.....   | A-14 |
| Tabla A2:  | Establecimientos de alojamiento turístico. Valparaíso 2013.....   | A-31 |
| Tabla A3:  | Patentes otorgadas en Valparaíso. Período 2003 – 2013.....  | A-33 |
| Tabla A4:  | Principales lugares visitados por los turistas extranjeros que llegan a Chile. Año 2011.....                    | A-36 |
| Tabla A5:  | Llegadas mensuales de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Comuna de Valparaíso. Año 2012..... | A-42 |
| Tabla A6:  | Llegadas de pasajeros de cruceros internacionales según puerto Temporada 2012 – 2013.....                       | A-44 |
| Tabla A7:  | N° empresas, N° trabajadores y ventas. Comuna Valparaíso.....   | A-47 |
| Tabla A8:  | Estimación ventas establecimientos de alimentación Unidades Espaciales Turísticas Valparaíso Urbano – 2012..... | A-50 |
| Tabla A9:  | Estimación Ventas Potenciales en Alojamiento por Unidades Espaciales Turísticas Valparaíso Urbano – 2014.....   | A-51 |
| Tabla A10: | Estimación Índice “Concentración Espacial Oferta Turística” Valparaíso Urbano – 2014.....                       | A-54 |

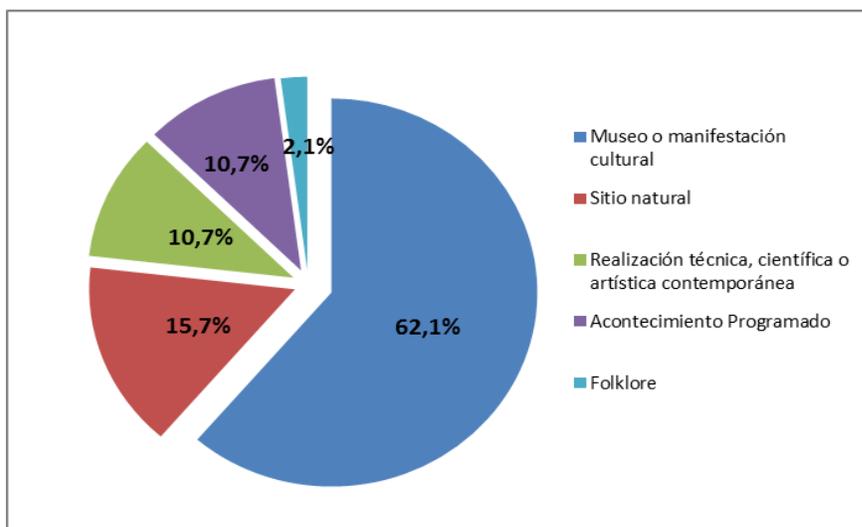
## 1 Antecedentes de la actividad turística en Valparaíso<sup>1</sup>

### 1.1 Los atractivos turísticos de la ciudad de Valparaíso

La ciudad de Valparaíso en conjunto con Viña del Mar conforma el principal núcleo turístico urbano costero de Chile, es destino para el 38% del flujo turístico que llegó por el aeropuerto internacional al país el año 2012 (INE - SERNATUR, 2013). Esto significa que al menos 520.000 turistas internacionales ingresaron a esta zona costera procedentes de Santiago, a los que se deben sumar los visitantes argentinos que llegaron a través del Paso Los Libertadores y el turismo interno.

Según el catastro de atractivos turísticos de SERNATUR, el área urbana de Valparaíso cuenta con un total de 132 atractivos turísticos clasificados en distintas categorías, especialmente en la denominada Museos y Manifestaciones Culturales, a los que deben agregarse otros no registrados por este Servicio e informados por la Municipalidad de Valparaíso, que suman 141 sitios o eventos de interés para el visitante, entre los que destacan numerosos Monumentos Nacionales (SERNATUR, 2013).

**Gráfico N° 1: Categoría de atractivos turísticos, Comuna de Valparaíso**



Fuente: Elaboración propia en base a información SERNATUR Región de Valparaíso, Consejo Monumentos Nacionales, Municipalidad de Valparaíso e información levantada en terreno, 2014.

<sup>1</sup> Esta sección se basa en un informe realizado por el autor de la tesis para la elaboración de la Línea Base de Turismo del Estudio de Impacto Ambiental del proyecto de ampliación del puerto de Valparaíso "Terminal Cerros de Valparaíso – TCVAl"; presentado al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) el 23 de septiembre de 2014.

La mayor concentración de atractivos (62,1%) corresponde a la categoría museo o manifestación cultural, donde se encuentran los ascensores de Valparaíso, palacios, iglesias y plazas, entre otros; seguidos por sitios naturales (15,7%) donde se encuentran principalmente los cerros y playas.

**Cuadro A1: Catastro de Atractivos Turísticos Ciudad de Valparaíso**

|    | NOMBRE DEL ATRACTIVO                   | CATEGORÍA                      | JERARQUÍA     |
|----|--|--------------------------------|---------------|
| 1  | ADUANA DE VALPARAÍSO (MH)              | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL      |
| 2  | ALMACENES FISCALES (MH)                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | LOCAL         |
| 3  | ANTIGUA INTENDENCIA DE VALPARAÍSO (MH) | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL      |
| 4  | AÑO NUEVO EN EL MAR                    | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO      | NACIONAL      |
| 5  | ARCO BRITÁNICO                         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | REGIONAL      |
| 6  | ÁREA HISTÓRICA DE VALPARAÍSO (ZT)      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 7  | ASCENSOR ARTILLERÍA (MH)               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 8  | ASCENSOR BARÓN (MH)                    | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 9  | ASCENSOR CONCEPCIÓN (MH)               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 10 | ASCENSOR CORDILLERA (MH)               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 11 | ASCENSOR EL PERAL (MH)                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 12 | ASCENSOR ESPÍRITU SANTO (MH)           | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 13 | ASCENSOR FLORIDA (MH)                  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 14 | ASCENSOR HOSPITAL VAN BUREN (MH)       | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 15 | ASCENSOR LARRAIN (MH)                  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 16 | ASCENSOR LECHEROS (MH)                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 17 | ASCENSOR MARIPOSAS (MH)                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 18 | ASCENSOR MONJAS (MH)                   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 19 | ASCENSOR POLANCO (MH)                  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 20 | ASCENSOR REINA VICTORIA (MH)           | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 21 | ASCENSOR SAN AGUSTÍN (MH)              | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 22 | ASCENSOR VILLASECA (MH)                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 23 | AVENIDA GRAN BRETAÑA                   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL      |
| 24 | BALNEARIO LAS TORPEDERAS               | SITIO NATURAL                  | NACIONAL      |
| 25 | BARRIO DEL PUERTO DE VALPARAÍSO        | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | INTERNACIONAL |
| 26 | BIBLIOTECA SEVERIN Y SU ENTORNO (MH)   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL      |
| 27 | CALETA PORTALES                        | SITIO NATURAL                  | REGIONAL      |
| 28 | CALETA EL MEMBRILLO                    | SITIO NATURAL                  | INTERNACIONAL |
| 29 | CAPILLA DE LA PROVIDENCIA (MH)         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | REGIONAL      |
| 30 | CAPILLA DEL CARMEN (MH)                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | REGIONAL      |
| 31 | QUEMA DE JUDAS EN VALPARAÍSO           | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO      | LOCAL         |

|    | <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>                             | <b>CATEGORÍA</b>  | <b>JERARQUÍA</b> |
|----|---|---|------------------|
| 32 | FESTIVAL TEATRO CONTAINER                               | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | NACIONAL         |
| 33 | VALPARATANGO  | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | REGIONAL         |
| 34 | FESTIVAL PUERTO IDEAS                                   | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | INTERNACIONAL    |
| 35 | CARNAVAL MIL TAMBORES                                   | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | REGIONAL         |
| 36 | FESTIVAL DE CINE RECOBRADO                              | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | INTERNACIONAL    |
| 37 | FESTIVAL DE LAS ARTES                                   | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | INTERNACIONAL    |
| 38 | FESTIVAL DE ROCK CARNAZA                                | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | NACIONAL         |
| 39 | FESTIVAL INTERNACIONAL DE DANZA AL BORDE                | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | INTERNACIONAL    |
| 40 | FESTIVAL NACIONAL DE CUECA Y TONADA                     | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | INTERNACIONAL    |
| 41 | FOGATA AL PESCADOR                                      | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | REGIONAL         |
| 42 | FERIA INTERNACIONAL DE ARTESANIAS                       | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | INTERNACIONAL    |
| 43 | CASA BALLIVIAN (MH)                                     | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 44 | CASA CENTRAL UCV (MH)                                   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 45 | CASA LA SEBASTIANA                                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | INTERNACIONAL    |
| 46 | CASA MIRADOR DE LUKAS                                   | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 47 | CASTILLO SAN JOSÉ (ACTUALMENTE MUSEO LORD COCHRANE) MH) | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 48 | CATEDRAL DE VALPARAÍSO (MH)                             | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 49 | CEMENTERIO DE DISIDENTES DE VALPARAÍSO (MH)             | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 50 | CERRO ARTILLERÍA  | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 51 | CERRO BARÓN   | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 52 | CERRO BELLAVISTA  | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 53 | CERRO CORDILLERA (ZT)                                   | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 54 | CERRO ALEGRE (ZT)                                       | SITIO NATURAL   | INTERNACIONAL    |
| 55 | CERRO FLORIDA   | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 56 | CERRO PLAYA ANCHA                                       | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 57 | CERRO SANTO DOMINGO                                     | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 58 | CONCEPCIÓN (ZT)   | SITIO NATURAL   | INTERNACIONAL    |
| 59 | CONGRESO NACIONAL                                       | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 60 | EDIFICIO EL MERCURIO DE VALPARAÍSO                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 61 | EDIFICIO LUIS COUSIÑO (MH)                              | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 62 | EDIFICIO ÓPTICA HAMMERSLEY (MH)                         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 63 | EDIFICIO RELOJ TURRI                                    | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 64 | ESCUELA RAMÓN BARROS LUCO (MH)                          | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 65 | ESTACIÓN PUERTO   | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 66 | FARO PUNTA ÁNGELES                                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | LOCAL            |
| 67 | FARO PUNTA DUPRAT                                       | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | LOCAL            |

|    | <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>                            | <b>CATEGORÍA</b>  | <b>JERARQUÍA</b> |
|----|--|---|------------------|
| 68 | FERIA DE ANTIGUEDADES Y LIBROS LA MERCED DE VALPARAÍSO | FOLKLORE  | NACIONAL         |
| 69 | FIESTA DE SAN PEDRO EN VALPARAÍSO                      | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | REGIONAL         |
| 70 | FUENTE DE NEPTUNO                                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 71 | FUERTE ESMERALDA (MH)                                  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | LOCAL            |
| 72 | GALERÍA MUNICIPAL DE ARTE VALPARAÍSO                   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 73 | IGLESIA ANGLICANA DE SAN PAUL (MH)                     | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 74 | IGLESIA ASILO DEL SALVADOR (MH)                        | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 75 | IGLESIA DE LA COMPAÑÍA DE JESÚS (MH)                   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 76 | IGLESIA DE LOS DOCE APÓSTOLES (MH)                     | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 77 | IGLESIA DE LOS SAGRADOS CORAZONES (MH)                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 78 | IGLESIA DEL CORAZÓN DE MARIA (MH)                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 79 | IGLESIA LA MATRIZ DEL SALVADOR (MH)                    | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 80 | IGLESIA SAN LUIS GONZAGA                               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 81 | IGLESIA Y CONVENTO DE SAN FRANCISCO DE BARÓN (MH)      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 82 | MERCADO CARDONAL                                       | FOLKLORE  | NACIONAL         |
| 83 | MERCADO PUERTO   | FOLKLORE  | NACIONAL         |
| 84 | MIRADOR MARINA MERCANTE                                | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | INTERNACIONAL    |
| 85 | MIRADOR O'HIGGINS                                      | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | INTERNACIONAL    |
| 86 | MONUMENTO A LOS HÉROES DE IQUIQUE                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 87 | MUELLE BARÓN   | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | INTERNACIONAL    |
| 88 | MUELLE PRAT  | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | INTERNACIONAL    |
| 89 | MUSEO A CIELO ABIERTO                                  | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 90 | MUSEO NAVAL Y MARÍTIMO                                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 91 | PALACIO BABURIZZA (MH)                                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 92 | PALACIO LYON-MUSEO HISTORIA NATURAL (MH)               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 93 | PALACIO POLANCO  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 94 | PALACIO ROSS (MH)                                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 95 | PALACIO TRIBUNALES DE JUSTICIA                         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 96 | PARQUE ITALIA  | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | REGIONAL         |
| 97 | PASAJE BAVESTRELLO                                     | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 98 | PASEO 21 DE MAYO                                       | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 99 | PASEO ALTAMIRANO                                       | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |

|     | <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>                   | <b>CATEGORÍA</b>  | <b>JERARQUÍA</b> |
|-----|---|---|------------------|
| 100 | PASEO ATKINSON                                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 101 | PASEO GERVASONI                               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 102 | PASEO LEOPOLDO CARVALLO                       | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 103 | PASEO LOS CATORCE ASIENTOS                    | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 104 | PASEO PARQUE COSTERO JUAN DE SAAVEDRA         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 105 | PASEO WHEELWRIGHT                             | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | REGIONAL         |
| 106 | PASEO YUGOSLAVO                               | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 107 | PLAYA PORTALES                                | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 108 | PLAYA SAN MATEO                               | SITIO NATURAL   | NACIONAL         |
| 109 | PLAZA ANÍBAL PINTO (ZT)                       | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | INTERNACIONAL    |
| 110 | PLAZA ECHAURREN Y CALLE SERRANO (ZT)          | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | INTERNACIONAL    |
| 111 | PLAZA O'HIGGINS                               | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 112 | PLAZA SOTOMAYOR (ZT)                          | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | INTERNACIONAL    |
| 113 | PLAZA VICTORIA                                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | INTERNACIONAL    |
| 114 | PUNTES ACUEDUCTO PEÑUELAS.                    | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 115 | PUERTO DE VALPARAÍSO                          | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | INTERNACIONAL    |
| 116 | PUNTO DE BUCEO ARAUCARIA                      | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 117 | PUNTO DE BUCEO LAS LOCITAS                    | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 118 | PUNTO DE BUCEO CAUPOLICÁN                     | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 119 | PUNTO DE BUCEO LAS TORPEDERAS                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 120 | QUEBRADA MÁRQUEZ (ZT)                         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | REGIONAL         |
| 121 | SALA EL FAROL                                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 122 | SCUOLA ITALIANA (MH)                          | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | LOCAL            |
| 123 | SECTOR BANCARIO DE CALLE PRAT (ZT)            | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | LOCAL            |
| 124 | TEATRO MAURI                                  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | LOCAL            |
| 125 | TEATRO MUNICIPAL DE VALPARAÍSO                | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 126 | TORRE RELOJ DE LA ESTACIÓN BARÓN (MH)         | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 127 | TROLEBUSES DE VALPARAÍSO (MH)                 | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 128 | UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA                    | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 129 | UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARIA      | REALIZACIÓN TÉCNICA, CIENTÍFICA O ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA | NACIONAL         |
| 130 | VÍA CRUCIS CERRO PLACERES                     | ACONTECIMIENTO PROGRAMADO                                 | REGIONAL         |
| 131 | EDIFICIO DE LA EX COMPAÑÍA CHILENA DE TABACOS | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 132 | EDIFICIO EX ESCUELA NAVAL                     | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 133 | IGLESIA UNION CHURCH                          | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |
| 134 | LICEO PEDRO MONTT                             | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL                            | NACIONAL         |

|     | <b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>  | <b>CATEGORÍA</b>               | <b>JERARQUÍA</b> |
|-----|--|--------------------------------|------------------|
| 135 | LOCOMOTORA ELÉCTRICA E-2803  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL         |
| 136 | VIEJOS GALPONES DE LA MAESTRANZA Y ANTIGUA TORNAMESA DE LA ESTACIÓN BARÓN DE FERROCARRILES | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL         |
| 137 | PUNTO DE BUCEO PLAYA TORPEDERAS  | SITIO NATURAL                  | NACIONAL         |
| 138 | PUNTO DE BUCEO NAUFRAGIO LAS LOCITAS   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL         |
| 139 | NAUFRAGIO ARAUCARIA  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL         |
| 140 | NAUFRAGIO CAUPOLICÁN   | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL         |
| 141 | PARQUE CULTURAL DE VALPARAÍSO - EX CÁRCEL  | MUSEO O MANIFESTACIÓN CULTURAL | NACIONAL         |

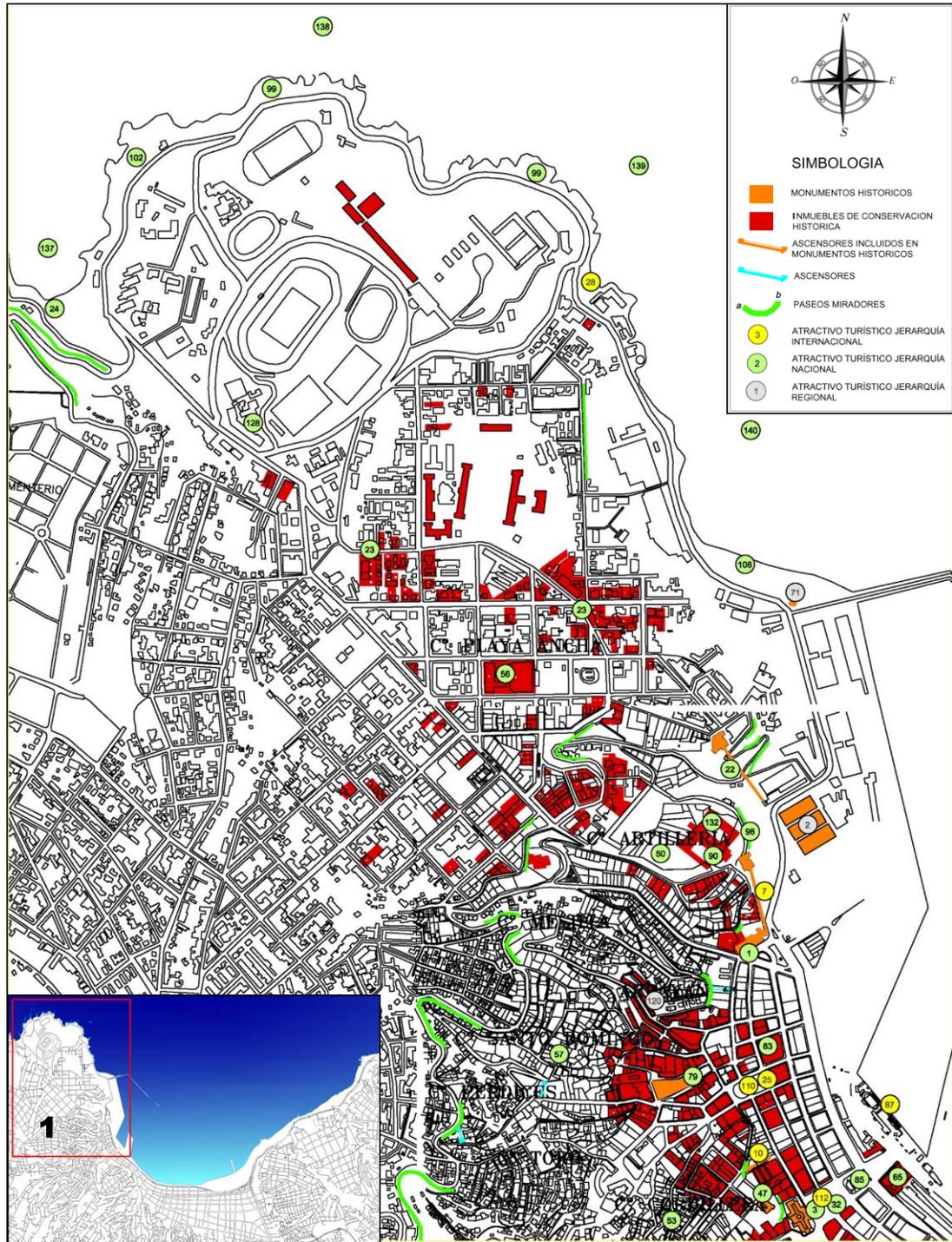
Fuente: Elaboración propia en base a información SERNATUR Región de Valparaíso, Consejo Monumentos Nacionales, Municipalidad de Valparaíso e información levantada en terreno, 2014.

Cuando vemos que el 90 % de los atractivos turísticos catastrados corresponden a manifestaciones urbanas materiales, la gran mayoría de ellas edificaciones de alto valor patrimonial; subyace en este hecho lo complejo de registrar y objetivar el valor del patrimonio inmaterial y con ello, la amenaza cierta de su pérdida.

En la línea del discurso de esta tesis, podemos citar a Vergara y Ferrara (2009), quienes señalan que “una de las principales riquezas de esta ciudad puerto la constituye su Patrimonio intangible, particular forma de vida de sus habitantes íntimamente ligada a las características de esta ciudad-puerto”, todo lo cual se ve reforzado en el hecho que “el Casco Histórico de Valparaíso, a diferencia de otros lugares con procesos de desarrollo similares, alberga una comunidad viva que sigue desarrollando las tradiciones propias de una ciudad-puerto, por lo que el significado de su expresión cultural está dado por servir de testimonio, escenario e inspiración para la construcción y desarrollo de un patrimonio cultural contemporáneo”.

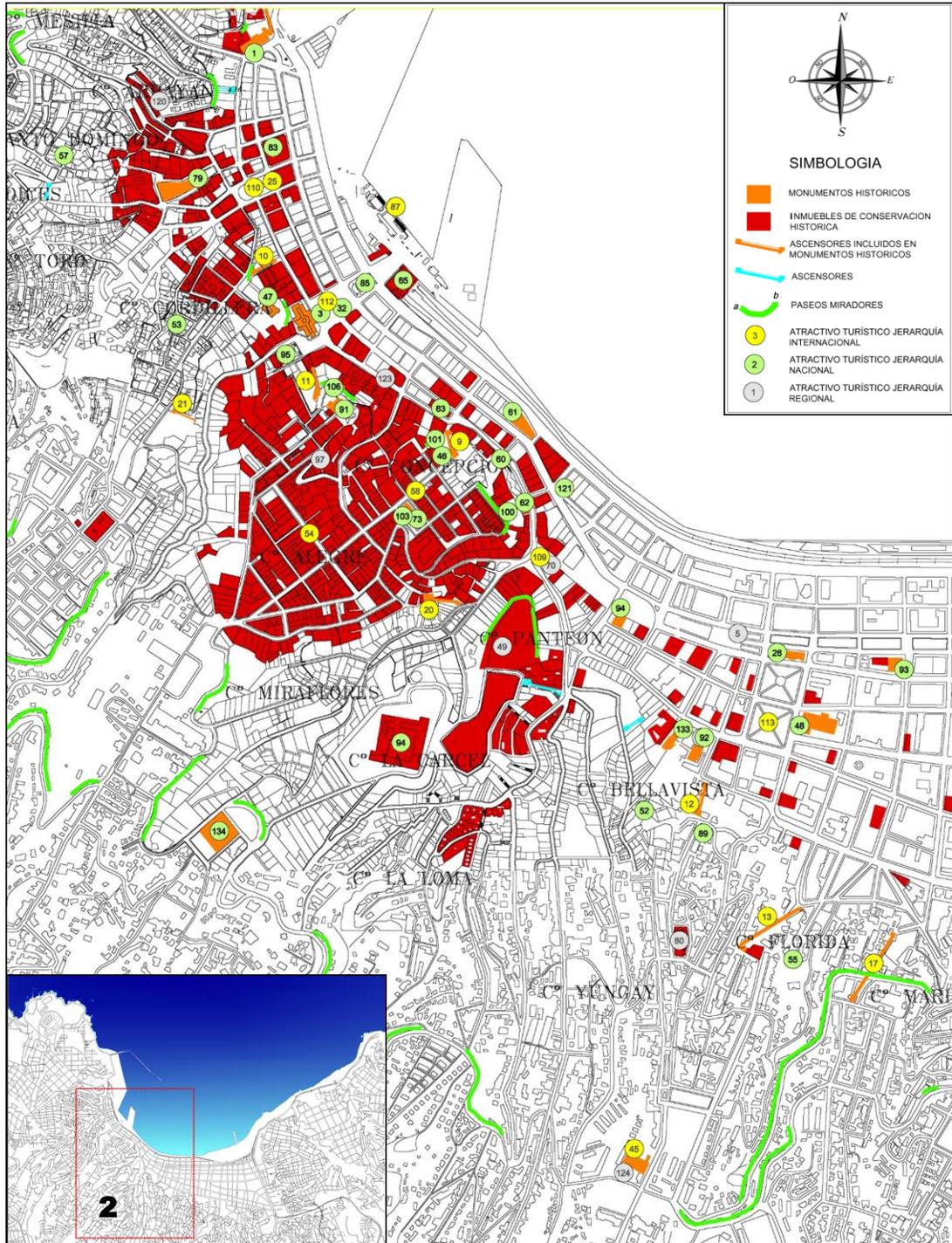
La distribución espacial de los atractivos se aprecia en las siguientes imágenes que reflejan la alta concentración de sitios patrimoniales que atraen al turista.

**Figura A1: Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 1**



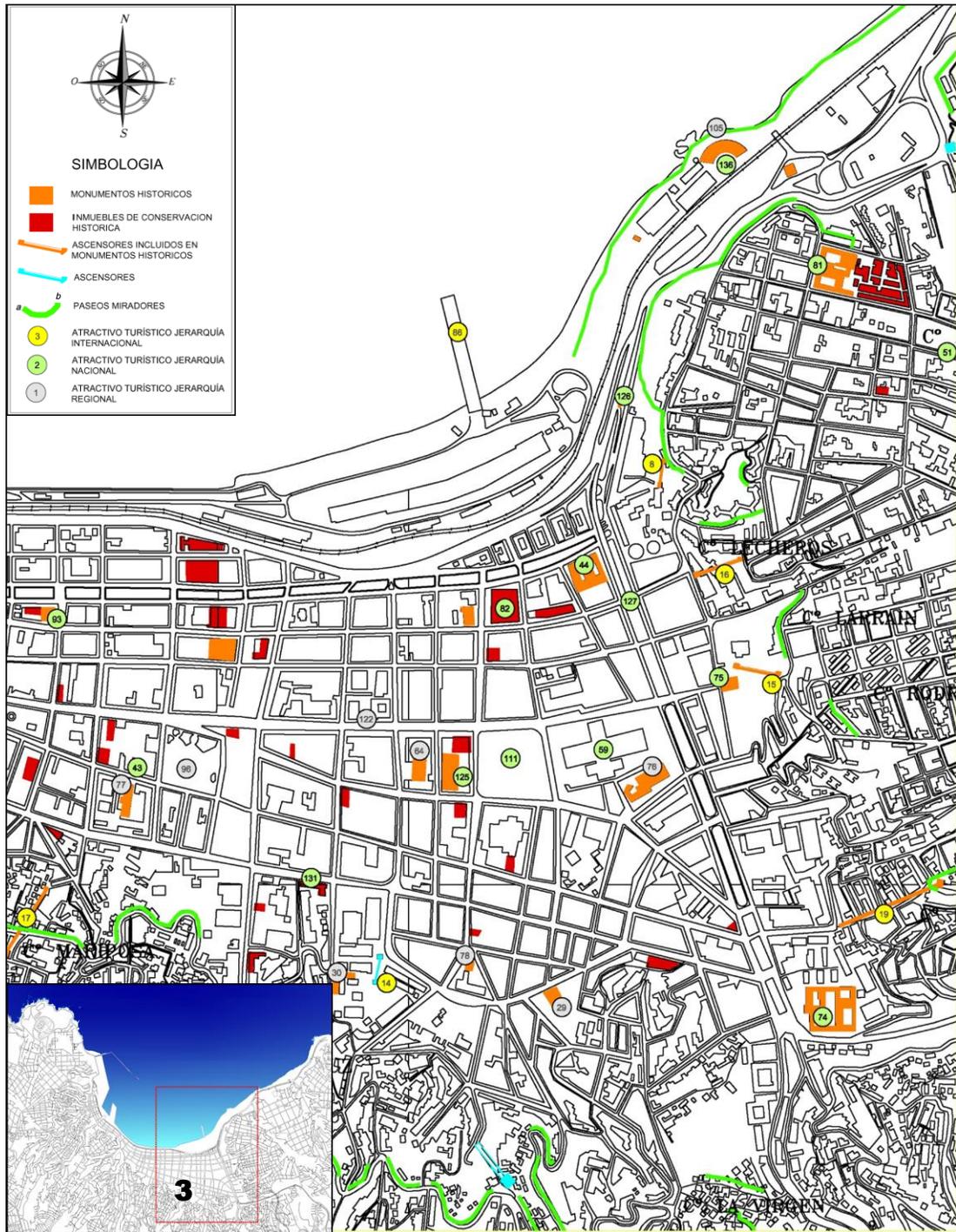
Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información de SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso.

**Figura A2: Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 2**



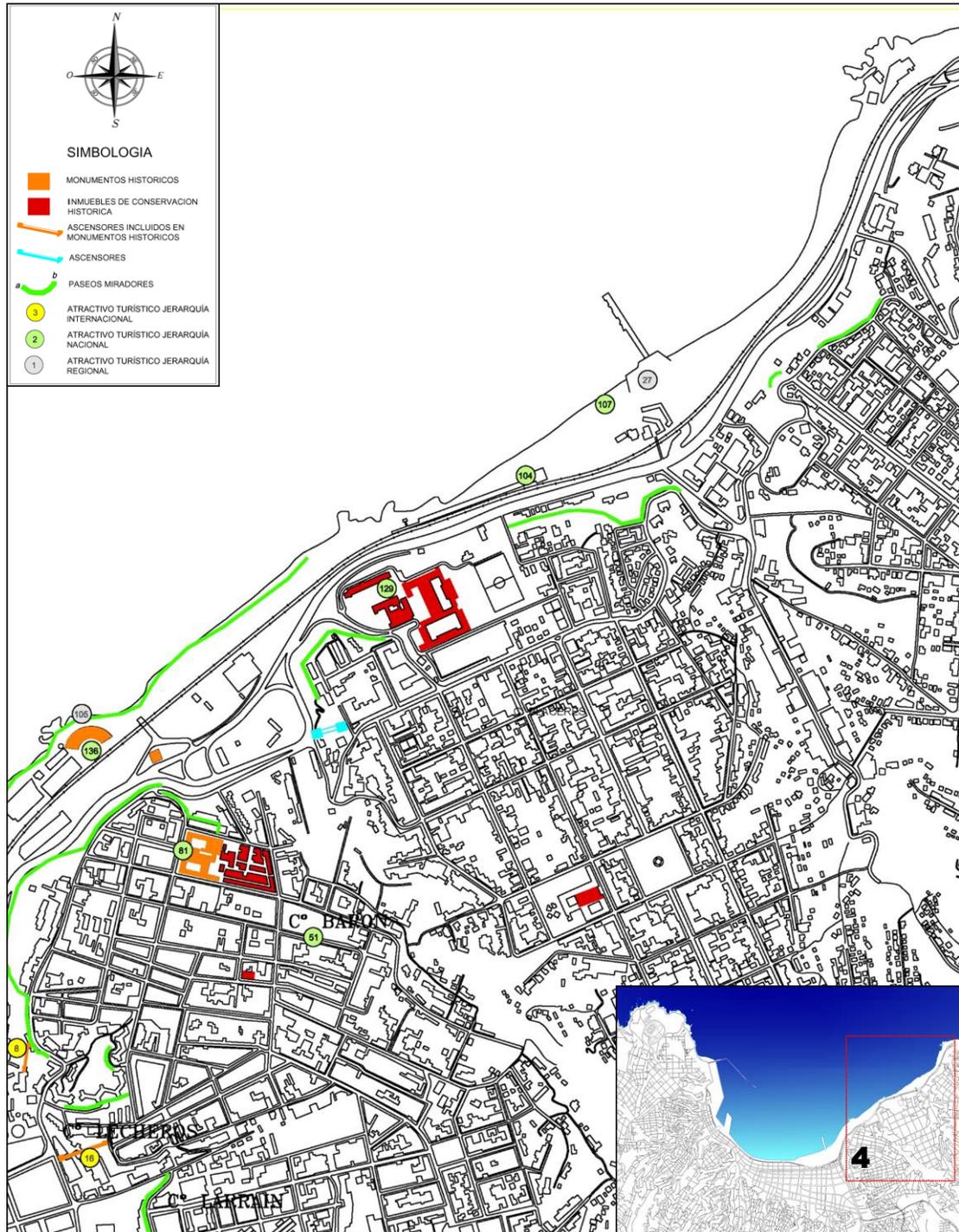
Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información de SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso.

**Figura A3: Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 3**



Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información de SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso.

**Figura A4: Concentración de Atractivos Turísticos Valparaíso, Sector 4**



Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información de SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso.

**Tabla A1: Concentración espacial atractivos turísticos de Valparaíso**

|                     | ATRATIVOS TURÍSTICOS Y OTROS ELEMENTOS PATRIMONIALES |                       |                        |              |                                     |                                      |
|---------------------|--|-----------------------|------------------------|--------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
|                     | Atractivos Turísticos                                | Monumentos Nacionales | Conservación Histórica | TOTAL        | Superficie (ha) Unidades Espaciales | Concentración Espacial Atractivos/ha |
| Plan                | 22   | 30                    | 174                    | 226          | 170,8                               | 4,47                                 |
| C° Alegre           | 3  | 3                     | 361                    | 367          | 23,1                                | 21,26                                |
| C° Artillería       | 4  | 1                     | 26                     | 31           | 15,0                                | 2,80                                 |
| C° Barón            | 1  | 2                     | 2                      | 5            | 42,8                                | 0,42                                 |
| C° Bellavista       | 4  | 2                     | 1                      | 7            | 15,5                                | 2,26                                 |
| C° Cárcel           | 1  | 1                     | 1                      | 3            | 13,7                                | 1,31                                 |
| C° Concepción       | 5  | 2                     | 146                    | 153          | 7,7                                 | 27,79                                |
| C° Cordillera       | 4  | 2                     | 55                     | 61           | 24,2                                | 3,06                                 |
| C° Delicias         | 0  | 0                     | 1                      | 1            | 101,5                               | 0,02                                 |
| C° El Litre         | 1  | 1                     | 0                      | 2            | 15,4                                | 0,32                                 |
| C° Esperanza        | 0  | 0                     | 0                      | 0            | 147,9                               | 0,05                                 |
| C° Florida          | 1  | 1                     | 1                      | 3            | 14,1                                | 0,57                                 |
| C° La Cruz          | 0  | 1                     | 1                      | 2            | 33,7                                | 0,12                                 |
| C° La Loma          | 0  | 0                     | 0                      | 0            | 6,2                                 | 0,65                                 |
| C° Larraín          | 0  | 1                     | 0                      | 1            | 27,0                                | 0,26                                 |
| C° Las Cañas        | 1  | 0                     | 0                      | 1            | 26,8                                | 0,07                                 |
| C° Las Monjas       | 0  | 1                     | 0                      | 1            | 13,8                                | 0,29                                 |
| C° Mariposas        | 0  | 1                     | 0                      | 1            | 11,3                                | 0,44                                 |
| C° Merced           | 0  | 1                     | 1                      | 2            | 10,5                                | 0,38                                 |
| C° Panteón          | 2  | 0                     | 22                     | 24           | 7,7                                 | 3,90                                 |
| C° Placeres         | 1  | 0                     | 5                      | 6            | 316,1                               | 0,10                                 |
| C° Polanco          | 0  | 1                     | 0                      | 1            | 30,5                                | 0,16                                 |
| C° Ramaditas        | 0  | 0                     | 0                      | 0            | 63,3                                | 0,06                                 |
| C° San Juan de Dios | 0  | 0                     | 28                     | 28           | 14,7                                | 2,31                                 |
| C° San Roque        | 0  | 0                     | 0                      | 0            | 111,8                               | 0,04                                 |
| C° Santo Domingo    | 1  | 0                     | 52                     | 53           | 11,6                                | 4,66                                 |
| C° Yungay           | 0  | 0                     | 0                      | 0            | 14,8                                | 0,81                                 |
| Playa Ancha         | 5  | 1                     | 132                    | 138          | 170,5                               | 1,04                                 |
|                     | <b>89</b>  | <b>52</b>             | <b>1009</b>            | <b>1.150</b> |                                     |                                      |

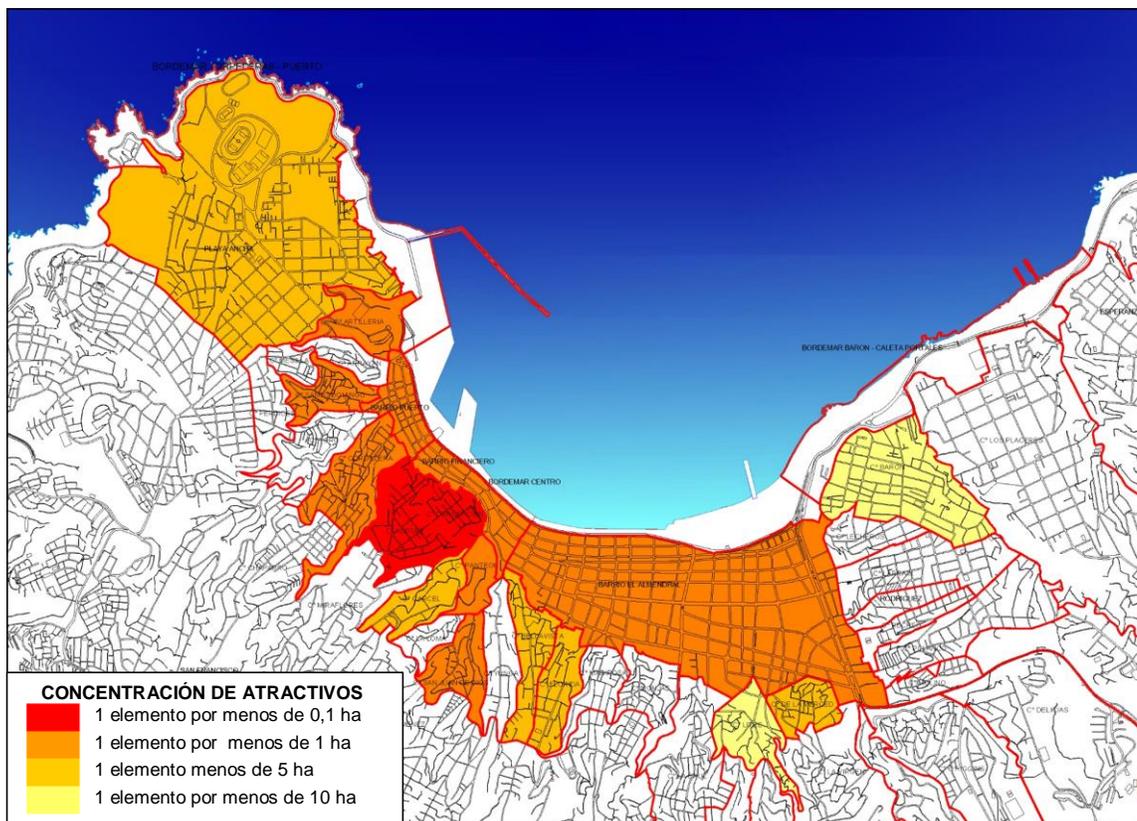
|          |      |       |      |          |
|----------|------|-------|------|----------|
| Muy alto | Alto | Medio | Bajo | Muy Bajo |
|          |      |       |      |          |

Fuente: Elaboración propia en base información de MINVU, SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso.

Para determinar el peso o concentración de atractivos por unidades espaciales de Valparaíso (barrios), se sumaron la presencia en cada una de estas unidades, de atractivos turísticos propiamente tal, edificaciones con declaración de conservación históricas (vigentes y propuestas) y monumentos nacionales, estos últimos ponderados por dos, dada la importancia como motivo de visita para el turismo cultural en una zona declarada Sitio Patrimonio Mundial.

Del análisis de la distribución espacial de los atractivos turísticos, de los cuales más del 90% corresponden a elementos de valor patrimonial, podemos constatar que estos presentan una altísima concentración en los cerros Alegre y Concepción, llegando a una densidad superior a 21 atractivos/ha; lo que implica que estamos ante un conjunto de alto valor patrimonial. Lo mismo aplica para el Plan (Barrios Puerto, Financiero y El Almendral), así como para los cerros Artillería, Bellavista, Cárcel, Cordillera, Panteón, San Juan de Dios, Santo Domingo y Playa Ancha; donde encontramos que los elementos de atracción se encuentran presentes en una concentración superior a 1 Atractivo/ha.

**Figura A5: Concentración espacial de atractivos turísticos - Valparaíso**

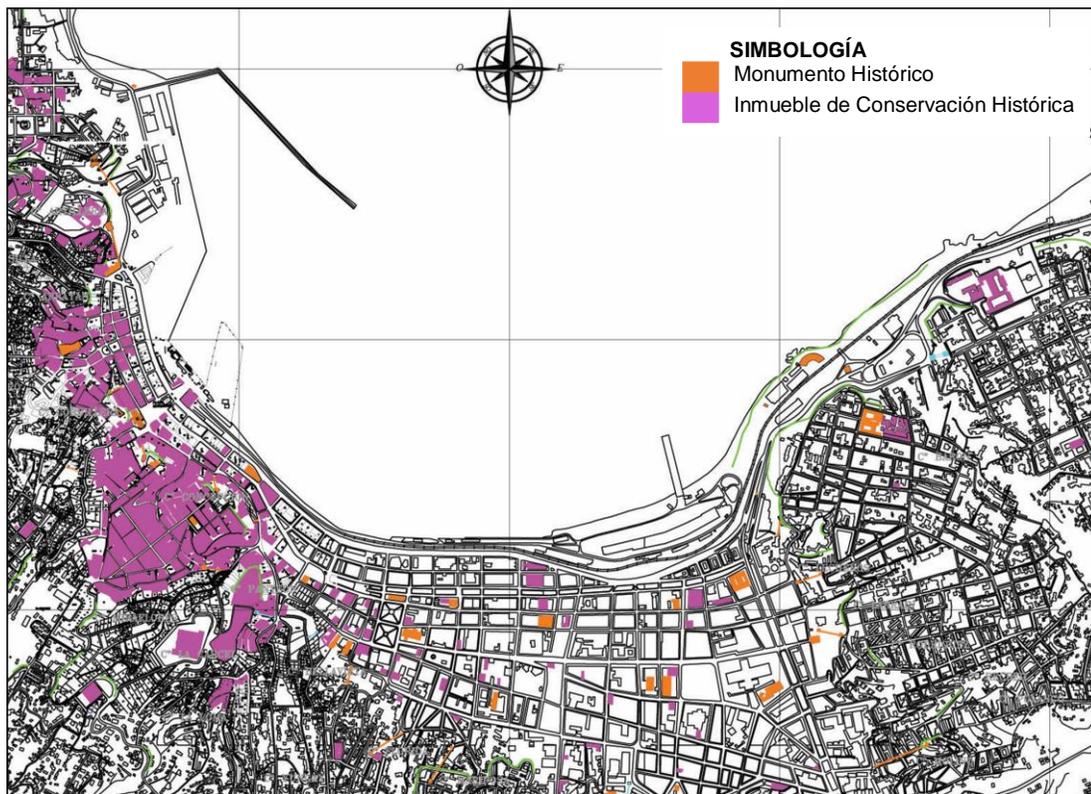


Fuente: Elaboración propia en base información de MINVU, SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso.

## 1.2 El valor del patrimonio urbano para el turismo

Los principales actores regionales y comunales del sector turismo perciben que el desarrollo futuro de la ciudad, desde el punto de vista turístico, está ligado a su incorporación en la Lista del Patrimonio Mundial. Es por ello que el análisis se focalizará en el patrimonio urbano, tanto en sus manifestaciones materiales como inmateriales, como detonante de la visitación turística, ya que es éste, el que desde su nominación por la UNESCO, juega un rol esencial en la configuración del producto turístico local.

**Figura A6: Áreas de Conservación Histórica, Ciudad de Valparaíso**



Fuente: MINVU Región de Valparaíso.

En este contexto, los instrumentos de planificación territorial son más categóricos en reconocer además del valor de los “elementos urbanos monumentales”, el valor del conjunto, lo que permite elevar y extender la categoría de altamente concentrado del valor patrimonial, hasta los Cerros Alegre – Concepción, y el Barrio Puerto, además de los barrios Financiero y El Almendral.

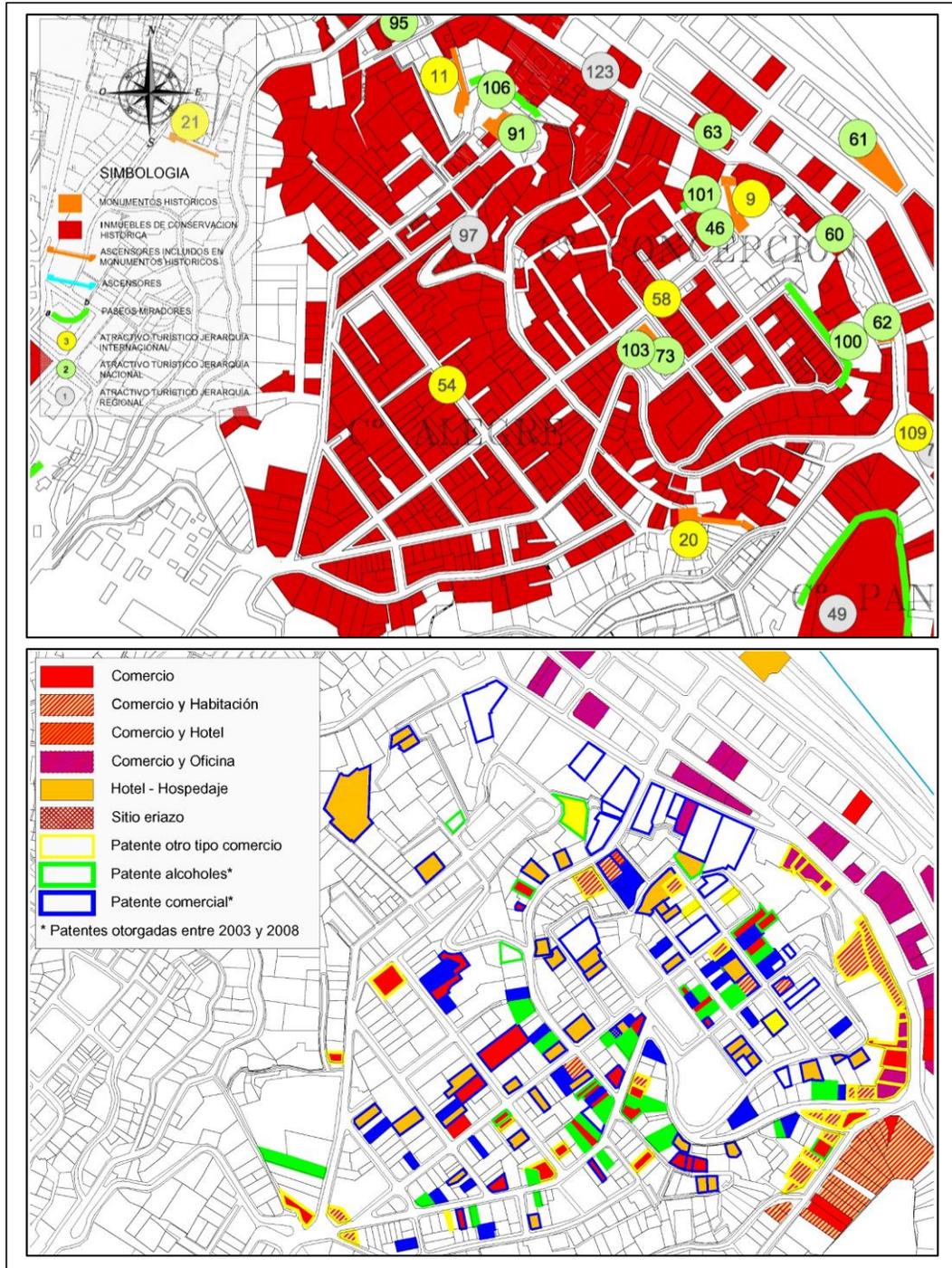
La alta concentración de patrimonio urbano queda nítidamente reflejado en el plano que establece oficialmente las edificaciones que se encuentran bajo la categoría de Monumento Nacional y Conservación Histórica.

Esta configuración espacial de la concentración de patrimonio urbano, permite reconocer con mayor claridad la real dimensión del territorio actual y potencial de alta intensidad de uso turístico, en función del centro de motivaciones por visitar en este puerto.

La afirmación anterior se ve sustentada, cuando hacemos el cruce entre las presencia de edificaciones urbanas identificadas en los Instrumentos de Planificación Territorial (IPT) de la comuna como de valor patrimonial, respecto de la concentración de la oferta de servicios turísticos, siendo en un porcentaje significativo estas mismas edificaciones las que cobijan la prestación de los servicios de alojamiento, alimentación, artesanía, arte y cultura, entre otros.

En la figura siguiente se puede apreciar en los cerros Alegre y Concepción, como la alta concentración de atractivos turísticos de la categoría “Manifestaciones culturales – Obras de arte y técnica – Arquitectura y Realizaciones urbanas”; corresponde al patrimonio urbano, el que se encuentra en proceso de reciclaje para dar cabida a la creciente demanda de servicios turísticos en estos barrios, otrora residenciales.

**Figura A7: Concentración de servicios de alojamiento y alimentación versus áreas de conservación patrimonial – cerros Alegre y Concepción**



Fuente: Elaboración propia en base a información de MINVU, SERNATUR y Municipalidad de Valparaíso, 2014.

### **1.3 Principales instrumentos de planificación vinculados con el desarrollo turístico de la ciudad de Valparaíso.**

Existe un gran número de instrumentos de planificación para la comuna de Valparaíso, los que respondiendo a diversos niveles de planificación y ámbitos de competencias sectoriales, en la mayoría de ellos permanece presente la preocupación por el patrimonio histórico como potencial de desarrollo de Valparaíso, en especial para su puesta en valor como recurso turístico; así como la sostenibilidad de la conservación de ese patrimonio, el cual también encuentra una justificación y fuente de financiamiento en el largo plazo, en el fortalecimiento de la industria turística. Así tenemos que:

- El Plan RUMBO (2010-2015) constituye un instrumento turístico para la promoción de la ciudad de Valparaíso como destino. Se vincula con el desarrollo de infraestructura y equipamiento en la comuna, así como también en capacitación a los actores turísticos.

Por otra parte, tiene directa relación con los productos turísticos que se ofrecen en Valparaíso, especialmente con el desarrollo de actividades de turismo de intereses especiales (TIE) en el ámbito de Cruceros y Patrimonio. Éste se extiende a toda la ciudad con énfasis en los sectores patrimoniales.

- El Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (2006) Se ejecutó mediante un préstamo del BID dirigido al área patrimonial, lo que ha permitido poner en valor este activo como uno de los principales ejes de desarrollo turístico de la ciudad.

Esta intervención se refleja en la valoración de la imagen de la ciudad de Valparaíso. Su diseño se vincula con otras obras de intervención urbana que fortalecen la vocación turística de la zona patrimonial.

- El PLADECO (2001) se vincula con la oferta turística cultural de Valparaíso, especialmente con el desarrollo económico de grandes, medianas, pequeñas empresas y microempresas.

En relación a la infraestructura, se busca poner el desarrollo de aquellos espacios públicos de valor histórico y arquitectónico.

- El Instructivo de intervención “Área Histórica de Valparaíso” (2011) se vincula especialmente con la infraestructura y equipamiento en temas de viabilidad, priorizando el uso peatonal sobre el vehicular. Así como con el uso de los miradores, procurando un equipamiento desmontable. Con la publicidad que debe ser regulada en cuanto a diseño y distribución y, con las áreas verdes de uso público dentro de la Zona Típica, que deberán reforzar el carácter y vocación urbana y turística de sector.

**Cuadro A2: Instrumentos de Planificación Vinculados con el desarrollo turístico de Valparaíso**

| Instrumento  | Principales objetivos / lineamientos   | Interés del instrumento desde la perspectiva del uso turístico  |
|--|--|---|
| <p><b>Plan Estratégico para el Destino Turístico Valparaíso (Plan RUMBO)</b></p> <p><b>Periodo 2010–2015</b></p> | <p>Plan operacional de desarrollo turístico</p> <p>Plan operacional de marketing</p> <p>Tipología de productos prioritarios de Valparaíso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Vacaciones de larga duración”.</li> <li>- “City breaks”.</li> <li>- “Meetings”.</li> <li>- “Turismo cultural”.</li> <li>- “Touring cultural”.</li> <li>- “Deportes y naturaleza”.</li> <li>- “Cruceiros”.</li> <li>- “Universitarios”.</li> </ul> <p>Los 6 polos de desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Polo “Inmigrantes” (Cerro Alegre y Concepción).</li> <li>- Polo del arte y la poesía (Cerro Bellavista).</li> <li>- Polo “¡Creamos en Polanco!” (Cerro Polanco).</li> <li>- Polo “La ciudad abierta al mar” (Bordemar centro y poniente).</li> <li>- Polo Casco Histórico de la ciudad.</li> <li>- Polo Laguna Verde y Peñuelas.</li> </ul> | <p>El Plan RUMBO constituye un instrumento turístico para la promoción de la ciudad de Valparaíso como destino. Se vincula con el desarrollo de infraestructura y equipamiento en la comuna, así como también en capacitación a los actores turísticos.</p> <p>Por otra parte, tiene directa relación con los productos turísticos que se ofrecen en Valparaíso, especialmente con el desarrollo de actividades de TIE en el ámbito de Cruceiros y Patrimonio.</p> <p>Se extiende a toda la ciudad con énfasis en los sectores patrimoniales.</p> |

| Instrumento  | Principales objetivos / lineamientos  | Interés del instrumento desde la perspectiva del uso turístico  |
|--|---|---|
| <p data-bbox="212 764 445 881"><b>Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso.</b></p> <p data-bbox="268 948 388 976"><b>Año 2006</b></p> | <p data-bbox="480 436 1339 623">El Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDUV) se propone contribuir a la revitalización de la ciudad de Valparaíso poniendo en valor el patrimonio urbano de la ciudad. Surge como una respuesta institucional para enfrentar el proceso sostenido de declinación y deterioro que ha afectado a la ciudad de Valparaíso y de la necesidad de recuperarla dado su valor histórico y cultural, su potencial económico ligado al patrimonio y su fuerte identidad urbana.</p> <p data-bbox="480 646 1339 889">El ámbito de acción territorial del programa corresponde, en términos generales, a la ciudad de Valparaíso y, más específicamente, a territorios delimitados en el área declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (2003) denominados Entornos Patrimoniales Integrados (EPI) que representan “una parte de la ciudad que contiene activos patrimoniales significativos y que constituye una unidad territorial y funcional”. El diseño del programa define cinco: (1) Entorno Barrio Puerto – Santo Domingo; (2) entorno Plaza Aduana – Artillería; (3) Entorno Cordillera – Plaza Justicia; (4) Entorno Barrio Financiero – Cerro Alegre; (5) Entorno Brasil – Barón.</p> <p data-bbox="480 911 905 932">El programa tiene tres líneas de acción:</p> <ul data-bbox="527 951 1331 1305" style="list-style-type: none"> <li>- Puesta en Valor del Patrimonio: Contempla financiamiento para iniciativas de inversión (IDI"s) orientadas a la recuperación y puesta en valor de bienes patrimoniales de carácter inmueble, sus entornos vinculados, su patrimonio mueble e intangible asociado y mecanismos de administración y modelos de gestión.</li> <li>- Fortalecimiento: Contempla financiamiento para acciones que apunten a: fortalecer las funciones críticas de los actores involucrados en el Programa; mejorar procedimientos, protocolos y metodologías del programa; contempla financiamiento para capacitación y formación relativas a la puesta en valor.</li> <li>- Difusión: Contempla financiamiento para diversas acciones que apunten a la difusión y promoción del Programa y de bienes patrimoniales inmuebles.</li> </ul> | <p data-bbox="1362 436 1793 570">El programa se ejecutó mediante un préstamo del BID dirigido al área patrimonial, por lo que se vincula con el proyecto directamente en tanto ha permitido poner en valor su atractivo.</p> <p data-bbox="1362 591 1793 748">Esta intervención se refleja en la valoración de la imagen de la ciudad de Valparaíso. Su diseño se vincula con otras obras de intervención urbana que fortalecen la vocación turística de la zona patrimonial.</p> |

| Instrumento  | Principales objetivos / lineamientos   | Interés del instrumento desde la perspectiva del uso turístico  |
|--|--|---|
| <p><b>Plan de Desarrollo Comunal Valparaíso (PLADECO) Año 2001</b></p> | <p>Este instrumento vinculado al desarrollo local, centra su foco en distintos ámbitos. En materia de los de Servicios Turísticos y Cultura prioriza la oferta turística que puede presentar la Comuna con el desarrollo de una oferta cultural realizada por el valor patrimonial de la ciudad de Valparaíso.</p> <p>Reconoce que “se trata de un sector que no ha tenido un adecuado desarrollo y su crecimiento hasta ahora ha sido inorgánico y sin aprovechamiento real de las ventajas competitivas que ofrece la Comuna de Valparaíso. Por otra parte, presenta interesantes expectativas porque en este Foco pueden tener cabida grandes, medianas y pequeñas empresas, y también microempresas.</p> <p>En cuanto a los servicios culturales, existen evidentes ventajas para Valparaíso. Por una parte, la existencia de una amplia oferta cultural de parte de las universidades emplazadas en la ciudad. Por otra parte, la relativa abundancia de museos, centros culturales, galerías de arte, etc. Pero el mayor refuerzo a este propósito está dado por el valor histórico y arquitectónico de muchos de sus espacios públicos y privados”.</p> <p>El Municipio de Valparaíso está empeñado en dar valor a dichos espacios, conjuntamente con el sector privado, para lo cual ha emprendido diversos estudios con esta finalidad.</p> | <p>El PLADECO se vincula con la oferta turística cultural de Valparaíso, especialmente con el desarrollo económico de grandes, medianas y pequeñas empresas y microempresas.</p> <p>En relación a la infraestructura, se busca poner el desarrollo de aquellos espacios públicos de valor histórico y arquitectónico.</p> |

| Instrumento   | Principales objetivos / lineamientos  | Interés del instrumento desde la perspectiva del uso turístico   |
|---|---|--|
| <p>Instructivos de intervención</p> <p>“Área Histórica de Valparaíso”</p> <p>Año 2001</p> | <p>El instructivo hace referencia a:</p> <p>Características sobre la Vialidad: Se privilegiará el uso peatonal sobre el vehicular en las vías que conforman la zona protegida, particularmente en las áreas de los cerros, cercanas a los circuitos de interés turístico ubicados en los cerros Alegre y Concepción, Cordillera y Santo Domingo.</p> <p>Miradores:</p> <p>Si eventualmente se solicitara permiso para la instalación de equipamiento comercial, turístico, etc. por períodos o temporadas (mesas, sillas, quitasoles, stands, kioscos, etc.) su autorización se hará de acuerdo con el Consejo de Monumentos Nacionales y el Municipio, evitándose alterar su situación de paseos públicos. En todo deberá tratarse de equipamiento desmontable, materialidad noble, exentos de publicidad, etc.</p> <p>Publicidad:</p> <p>El sistema de avisaje comercial, y de información turística en general, podrá ser regulado en detalle en cuanto a diseño y distribución espacial dentro del área, por la comunidad en coordinación con el Consejo de Monumentos Nacionales y la Unidad Técnica de Patrimonio y la Dirección de Obras Municipales.</p> <p>Áreas Verdes de uso Público:</p> <p>Las nuevas áreas verdes de uso público que se proyecten al interior de las Zona Típica, deberán constituir un aporte al paisaje natural original, reforzando el carácter y vocación urbana y turística de sector.</p> | <p>Este instructivo se vincula especialmente con la infraestructura y equipamiento en temas de viabilidad; priorizando el uso peatonal sobre el vehicular.</p> <p>Con los miradores, procurando un equipamiento desmontable.</p> <p>Con publicidad que debe ser regulada en cuanto a diseño y distribución.</p> <p>Con las áreas verdes de uso público dentro de la Zona Típica, que deberán reforzar el carácter y vocación urbana y turística de sector.</p> |

Fuente: Elaboración propia.

### 1.3.1 Plan Regulador Comunal de Valparaíso

El PRC de Valparaíso y los sucesivos Planes Seccionales que lo actualiza y complementa, reconocen en sus memorias y ordenanzas respectivas, el rol fundamental del patrimonio urbano de la ciudad, en especial su configuración espacial a que da lugar su escenario geográfico con su peculiar condición de anfiteatro natural de sucesivas terrazas, las que consolidan en los paseos y miradores las miradas del paisaje urbano como uno de los valores trascendentes de la ciudad. Todo lo cual queda cristalizado en una ordenanza cada vez más específica en proteger las miradas que persisten desde los cerros, en su gran mayoría encuadradas casi conformando “rendijas”, a pesar del proceso de transformación del plan en su intento por ganar en altura.

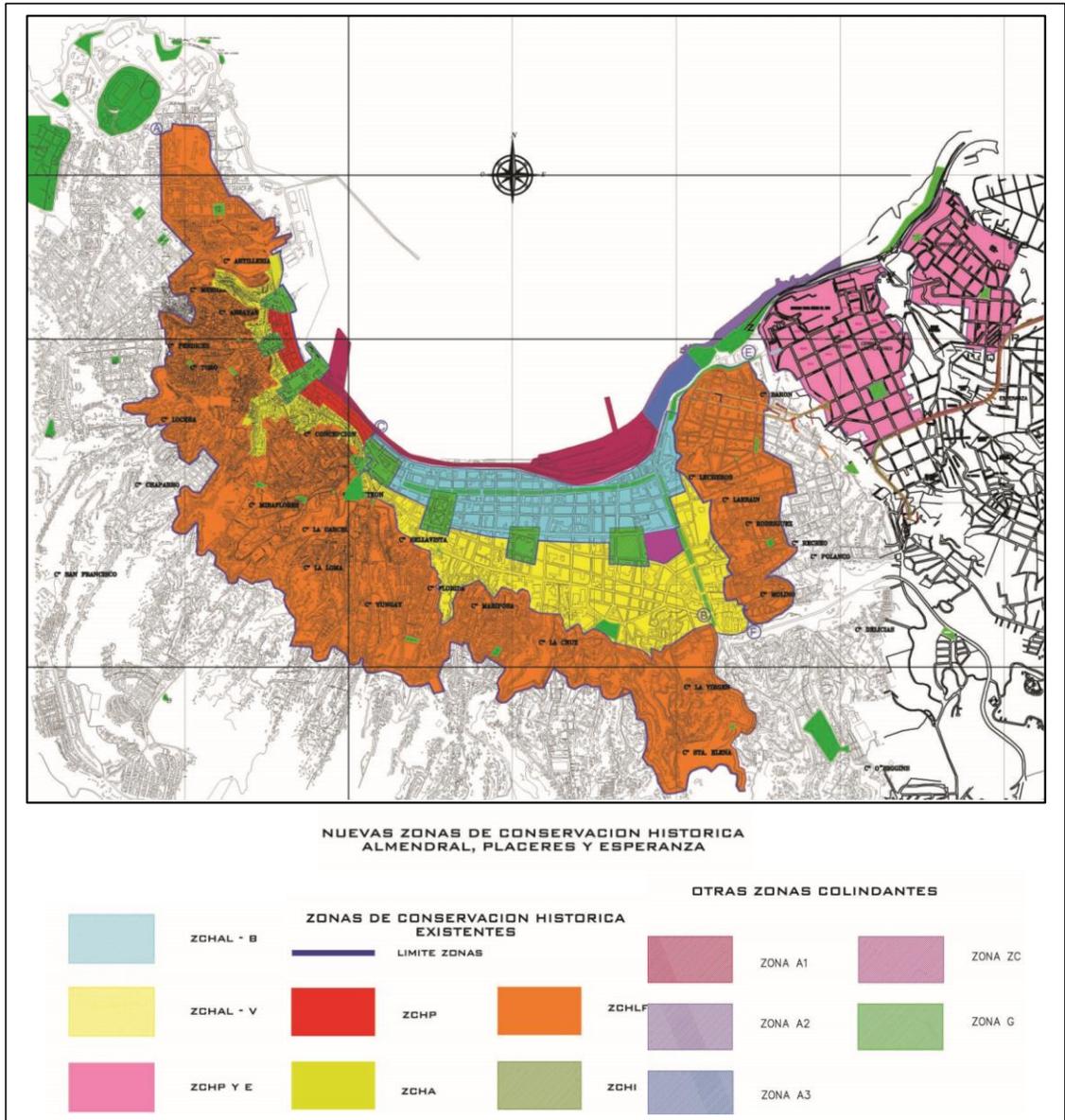
El año 1997 se protegen aspectos fundamentales del patrimonio urbano de la ciudad mediante dos Seccionales, el de “Preservación de Vistas desde Paseos Miradores” y el de “Preservación de Inmuebles y Zonas de Conservación Histórica”. Luego, en el año 2004 se reemplaza el seccional anterior por la declaratoria de “Zonas de Conservación Histórica Cerros del Anfiteatro, Plan, Borde Mar y Acantilados” (ZCHP, ZCHA; ZCHLF).

En este plan en el que se establecen las Zonas de Conservación Histórica, por su gran extensión y en sus diversas categorías de conservación, se puede constatar que Valparaíso se constituye en un cuerpo cierto de clara identidad, con una tipología que genera un grano o textura urbana altamente concentrado y homogéneo. En el que, junto con la gran cantidad de elementos arquitectónicos valiosos con calidad de monumentos históricos en sí mismos, es el conjunto el que tiene la categoría de monumental, a pesar de los procesos de deterioro a que se ha visto sometido por la falta de una intervención sistemática que invierta en su conservación y puesta en valor.

Posteriormente en los años siguientes se ha incorpora al PRCV nuevas zonas de protección patrimonial. En el año 2005 se realiza la declaratoria de “Zona de Conservación Histórica sector Almendral” (ZCHAL-V Y ZCHAL-B) y de Zona de Conservación Histórica de Placeres y Esperanza” (ZCHP Y E); finalmente el año 2007 se declara la “Zona de Conservación Histórica en el sector de Playa Ancha”.

Estos instrumento, que regulan las diversas zonas de conservación históricas establecidas en los mismos, en pro del desarrollo armónico del conjunto, de tal manera que las nuevas intervenciones no afecten negativamente el singular patrimonio cultural y natural de la Ciudad de Valparaíso, sin ser explícito, han potenciado y facilitado la instalación de los servicios turísticos como un motor de dinámicas económicas que permiten y favorecen el reciclaje y conservación del patrimonio urbano, en especial de aquellas zonas donde mejor se ha preservado éste, es decir la zona declarada Patrimonio de la Humanidad.

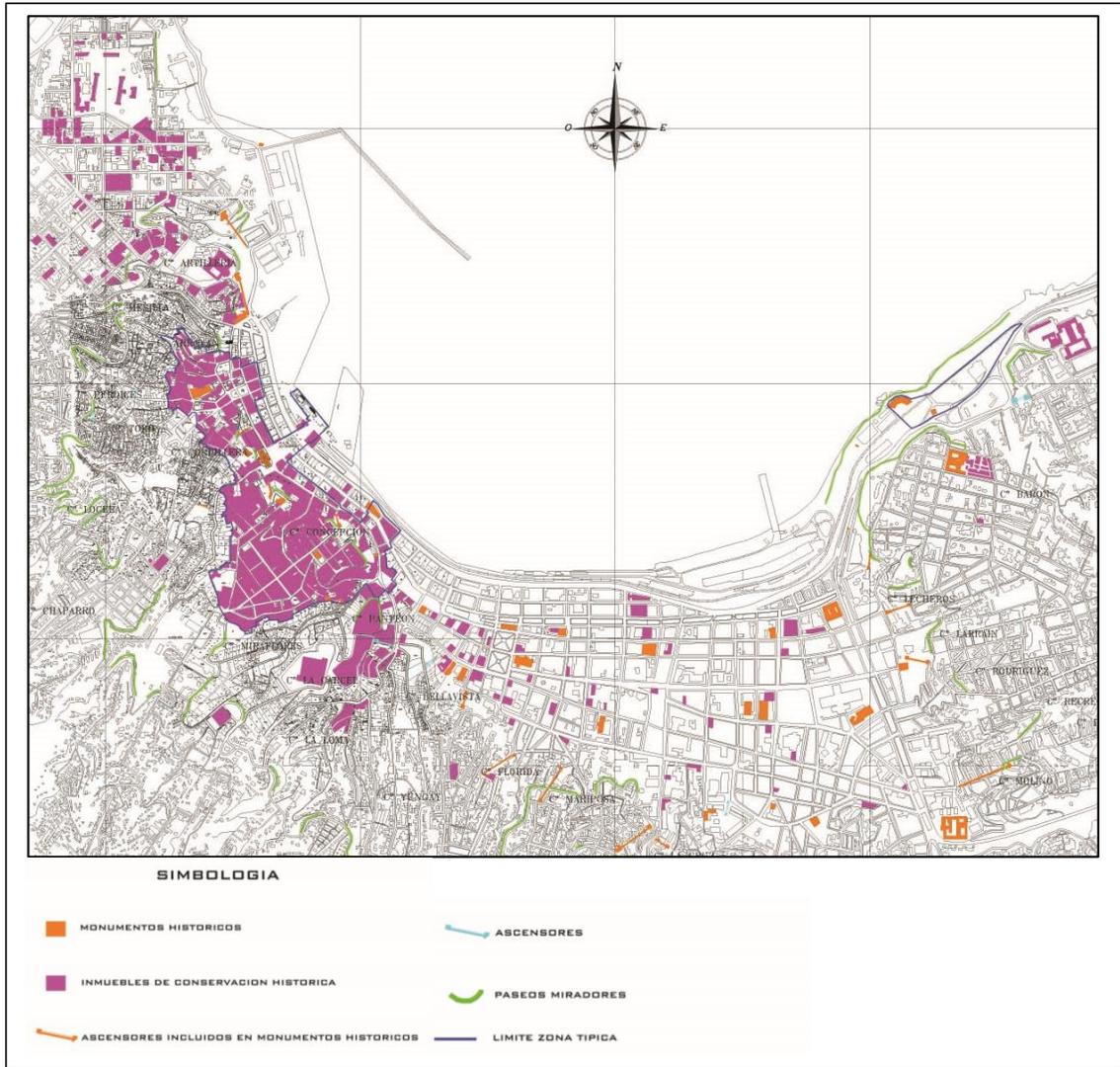
**Figura A8: Zonas de Conservación Histórica de Valparaíso Urbano - 2004**



Fuente: Elaboración propia en base a Coberturas MINVU – Municipalidad de Valparaíso, 2014.

El plan se propone cautelar “los patrones de asentamiento” que caracterizan a cada barrio, en particular los sistemas de agrupamiento, ocupación predial, líneas de edificación, entre otras. Con ello, se pretende conservar la escala de los barrios que conforman los cerros de la ciudad, para lo cual la norma limita la escala de los equipamientos y define usos compatibles.

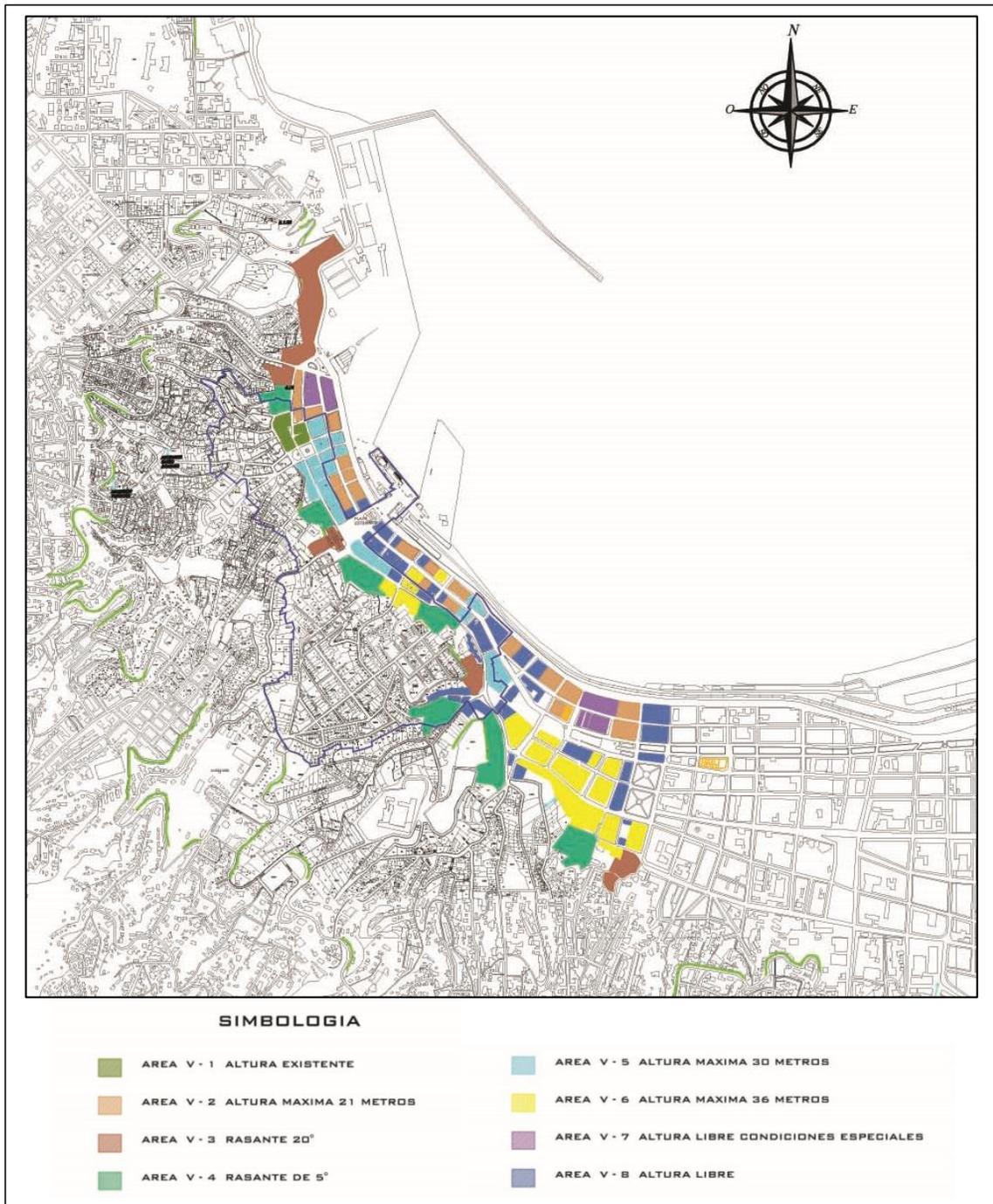
**Figura A9: Monumentos e Inmuebles de Conservación Histórica de Valparaíso**



Fuente: Elaboración propia en base a Coberturas MINVU – Municipalidad de Valparaíso

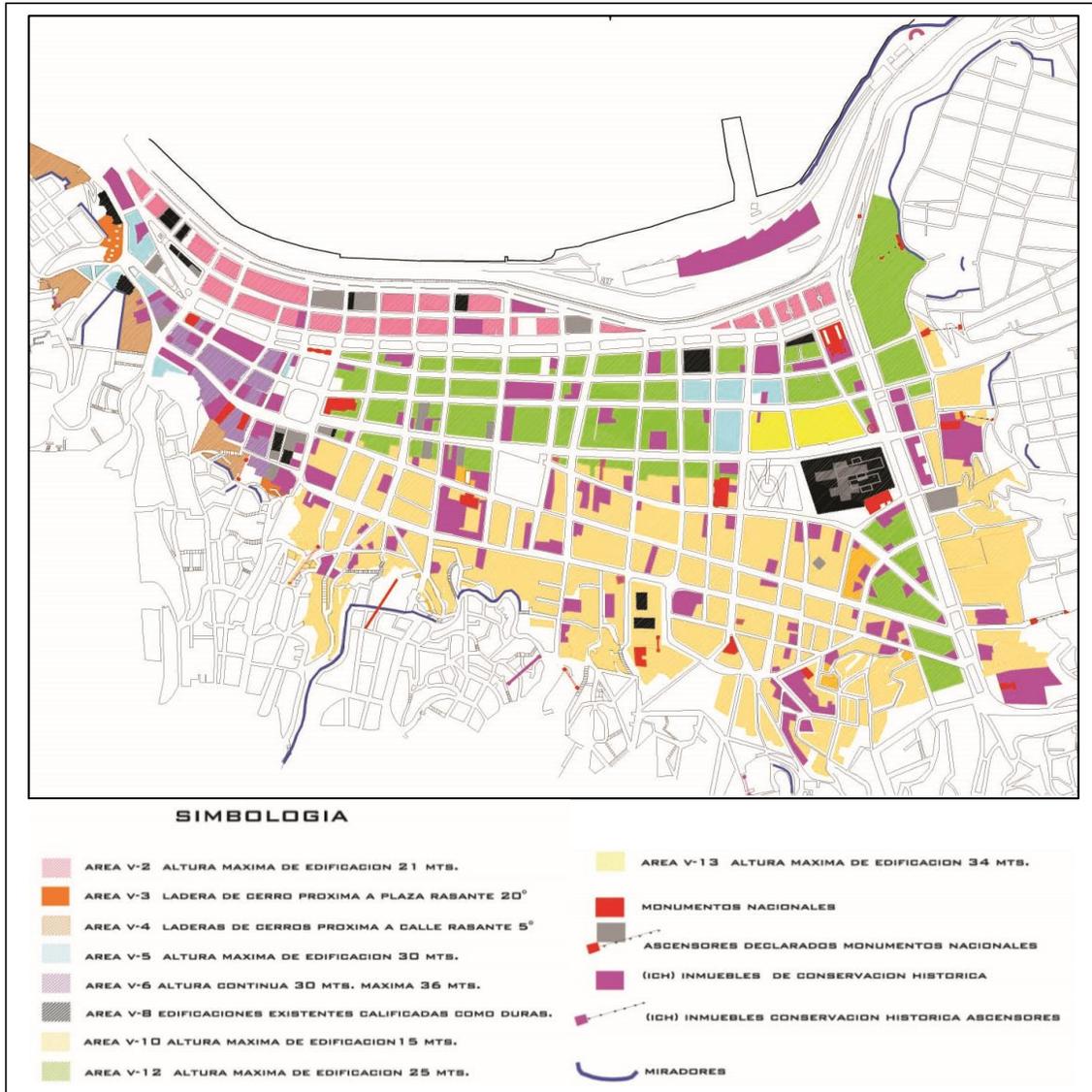
La gran concentración de edificios con méritos suficientes como para ser considerados Monumentos Históricos e Inmuebles de Conservación Histórica, lo que sumado a la persistencia de modos de ocupación urbana originales (patrimonio intangible), dan origen al interés por la visitación turística de Valparaíso; todo lo cual se consolida con el reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad de estos valores.

**Figura A10: Plano Seccional Preservación Vistas Paseos y Miradores**



Fuente: Elaboración propia en base a información de Coberturas MINVU – Municipalidad de Valparaíso

**Figura A11: Conservación Histórica de Valparaíso Urbano Sector Almendral - Alturas**



Fuente: Elaboración propia en base a información MINVU – Municipalidad de Valparaíso

Junto con la regulación de la textura urbana (grano) de los cerros que conforman las unidades espaciales de Valparaíso; la regulación de la altura de la edificación emplazada en el Plan, en función de la conservación de las vistas, como valor intrínseco de la ciudad es otra constante en los diversos IPT que se han desarrollado.

#### **1.4 Valparaíso y el turismo de intereses especiales (TIE)**

Si fuera necesario establecer alguna clasificación para la ciudad de Valparaíso como destino turístico, dentro de alguna de las distinciones tradicionales que actualmente se ocupan, habría que definirla como un destino de interés especial, que recibe una demanda de visitantes con múltiples motivaciones.

El turismo de intereses especiales surge como una respuesta al turismo de masas y constituye, desde el punto de vista del consumidor y de la demanda un fenómeno complejo, propio del siglo XX, que refleja la diversidad de intereses que motivan a la moderna sociedad del ocio y la amplia gama de actividades que motivan el desplazamiento de los visitantes hacia lugares tan remotos como la Antártica y la diversidad de productos turísticos que hoy se ofrecen en el mercado global del turismo, abren una amplia gama de oportunidades para posicionarse a nivel internacional o nacional como un destino atractivo para el mercado.

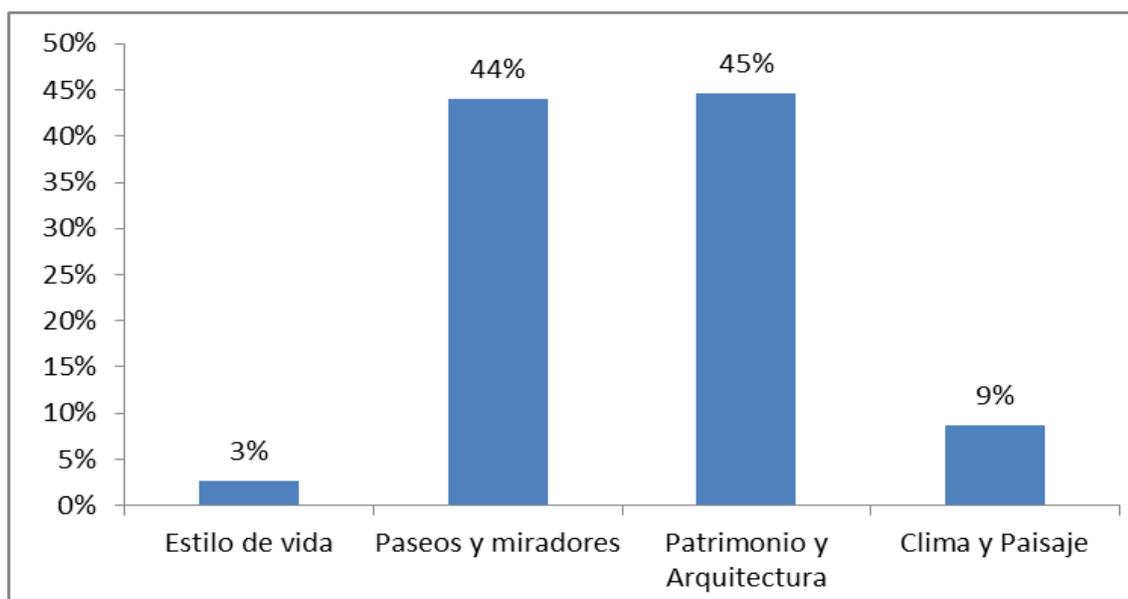
En los últimos años diversos autores (Trauer, 2006; Mc Kercher y Chang, 2005) han estimulado la discusión sobre el verdadero significado del turismo de intereses especiales. Un aspecto significativo para entender el fenómeno es que los patrones de consumo del turista se han modificado desde la práctica generalizada del turismo masivo, hacia la búsqueda de experiencias diferentes, personales, de alta calidad, comprometidas con la cultura local y ciertamente cuidadosa con el ambiente.

Según la Organización Mundial del Turismo (UN-WTO), se denomina turismo de intereses especiales a todas aquellas formas de turismo generadas por motivaciones personales específicas de los turistas, pudiendo centrarse en una amplia gama de aspectos culturales, naturales o relacionados con los intereses profesionales de las personas, de acuerdo a los lineamientos propuestos por la Organización Mundial del Turismo.

Es precisamente el caso de Valparaíso, que puede recibir un numeroso flujo de visitantes cuya principal motivación es disfrutar del encanto y atracción de su paisaje urbano patrimonial.

De hecho, según las encuestas realizadas por la Municipalidad de Valparaíso en sus oficinas de información turística, durante la alta temporada de verano 2014, uno de los aspectos mejor evaluados de Valparaíso son el patrimonio y arquitectura, con un 44,68% de preferencia, seguido por los paseos y miradores con un 44,04% (Informe Estadístico Ciudad de Valparaíso, marzo 2014).

**Gráfico A2: Aspectos mejor valorados por los turistas en Valparaíso**



Fuente: Elaboración propia basada en información de la Municipalidad de Valparaíso, 2014.

Según el estudio de percepción de identidad regional realizado el año 2007 (Nanjarí et al) mediante la aplicación de encuestas, focus group y entrevistas en profundidad en tres grupos focales: habitantes de la región de zonas de costa e interior, visitantes turistas extranjeros, y personalidades representativas de nivel nacional entregó los siguientes resultados generales:

1. Una coincidencia en la percepción de una región con Identidad propia entre los diferentes referentes, habitantes, turistas y extranjeros.
2. El 90% de los habitantes se declara orgulloso de pertenecer esta región sin embargo quienes nos ven desde afuera (Turistas y estudiantes extranjeros) no perciben este nivel de identificación en sus habitantes.
3. Los habitantes espontáneos señalan como atributos territoriales más representativos de la región: El borde costero, los paisajes y el clima.
4. Los turistas y estudiantes extranjeros señalan como más representativos la condición de puerto, el relieve de cerros circundantes, y el borde costero.

### 1.4.1 Los servicios turísticos

De acuerdo al catastro de patentes municipales, la Comuna de Valparaíso cuenta con una oferta de alojamiento de 190 establecimientos de alojamiento turístico, los que se distribuyen principalmente en establecimientos de pequeño tamaño (86%), Residenciales (40%) y los denominados Bed&Breakfast (Hostales y Hospedajes familiares, 32,6%), que en conjunto han generado una nueva oportunidad para el rescate de la arquitectura porteña.

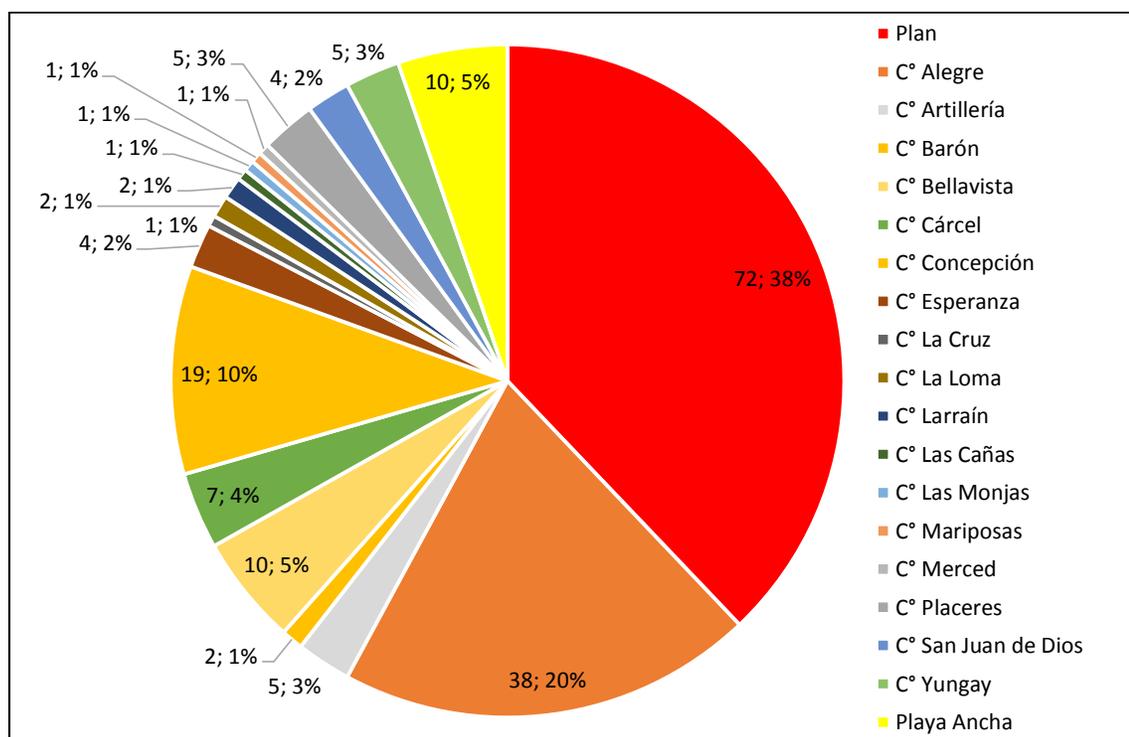
**Tabla A2: Establecimientos de alojamiento turístico. Valparaíso 2013**

|                     | HOTEL        |              |              | RESIDENCIAL  |              |              | HOSTAL       |              |              | HOSPEDAJE FAMILIAR |              |              | Total      | %           |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|--------------|------------|-------------|
|                     | 2003<br>2008 | 2009<br>2013 | SUB<br>TOTAL | 2003<br>2008 | 2009<br>2013 | SUB<br>TOTAL | 2003<br>2008 | 2009<br>2013 | SUB<br>TOTAL | 2003<br>2008       | 2009<br>2013 | SUB<br>TOTAL |            |             |
| <b>Plan</b>         | <b>12</b>    | <b>11</b>    | <b>23</b>    | <b>11</b>    | <b>20</b>    | <b>31</b>    | <b>1</b>     | <b>0</b>     | <b>1</b>     | <b>8</b>           | <b>9</b>     | <b>17</b>    | <b>72</b>  | <b>38%</b>  |
| C° Alegre           | 4            | 8            | 12           | 4            | 10           | 14           | 0            | 0            | 0            | 5                  | 7            | 12           | 38         | 20%         |
| C° Artillería       | 0            | 0            | 0            | 1            | 1            | 2            | 1            | 0            | 1            | 1                  | 1            | 2            | 5          | 3%          |
| C° Barón            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 1            | 2            | 2          | 1%          |
| C° Bellavista       | 0            | 1            | 1            | 1            | 4            | 5            | 1            | 1            | 2            | 2                  | 0            | 2            | 10         | 5%          |
| C° Cárcel           | 4            | 0            | 4            | 1            | 0            | 1            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 1            | 2            | 7          | 4%          |
| C° Concepción       | 6            | 2            | 8            | 1            | 4            | 5            | 0            | 0            | 0            | 4                  | 2            | 6            | 19         | 10%         |
| C° Esperanza        | 0            | 0            | 0            | 0            | 2            | 2            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 1            | 2            | 4          | 2%          |
| C° La Cruz          | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0                  | 0            | 0            | 1          | 1%          |
| C° La Loma          | 0            | 1            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 0            | 1            | 2          | 1%          |
| C° Larraín          | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 1            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 0            | 1            | 2          | 1%          |
| C° Las Cañas        | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 0            | 1            | 1          | 1%          |
| C° Las Monjas       | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 0            | 1            | 1          | 1%          |
| C° Mariposas        | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0                  | 0            | 0            | 1          | 1%          |
| C° Merced           | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0                  | 1            | 1            | 1          | 1%          |
| C° Placeres         | 0            | 0            | 0            | 1            | 3            | 4            | 0            | 0            | 0            | 0                  | 1            | 1            | 5          | 3%          |
| C° San Juan de Dios | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 1            | 0            | 0            | 0            | 1                  | 2            | 3            | 4          | 2%          |
| C° Yungay           | 0            | 0            | 0            | 1            | 3            | 4            | 0            | 0            | 0            | 0                  | 1            | 1            | 5          | 3%          |
| Playa Ancha         | 0            | 3            | 3            | 1            | 3            | 4            | 0            | 0            | 0            | 3                  | 0            | 3            | 10         | 5%          |
| <b>TOTAL</b>        | <b>26</b>    | <b>26</b>    | <b>52</b>    | <b>22</b>    | <b>54</b>    | <b>76</b>    | <b>3</b>     | <b>1</b>     | <b>4</b>     | <b>31</b>          | <b>27</b>    | <b>58</b>    | <b>190</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia basada en información de la Municipalidad de Valparaíso, 2014.

Cabe mencionar que el segmento de hoteles (27,4%), en su mayoría también corresponde a una modalidad de pequeños establecimientos, los cuales se han albergado en antiguas edificaciones de valor patrimonial, creando una interesante oferta bajo la denominación de “Hotel Boutique”, cuya principal característica es el alto estándar del servicio y la personalización del mismo.

**Gráfico A3: Concentración de Servicios de Alojamiento Turístico por Unidad espacial de Valparaíso. Año 2014**



Fuente: Elaboración propia basada en información de la Municipalidad de Valparaíso, 2014.

En el gráfico anterior, vemos como los cerros Alegres y Concepción en valores absolutos concentran una alta proporción de los establecimientos de alojamiento de la ciudad (29%); si este valor lo ponderamos por la superficie de esos barrios, tenemos que en ellos hay 1 establecimiento por cada 0,3 ha; a diferencia del Plan, donde dicha concentración baja a 1 establecimiento por cada 1,3 ha.

Así mismo, podemos señalar que la presencia de una capacidad instalada cada vez más importante de alojamientos familiares y Bed & Breakfast, refleja el creciente interés de los propios residentes de la ciudad por integrarse a la prestación de servicios turísticos.

En este sentido, el registro de patentes comerciales otorgadas por la Municipalidad de Valparaíso en el último decenio, demuestra cómo la ciudad ha diversificado su oferta de equipamiento turístico, especialmente en restaurantes y otros servicios de alimentación.

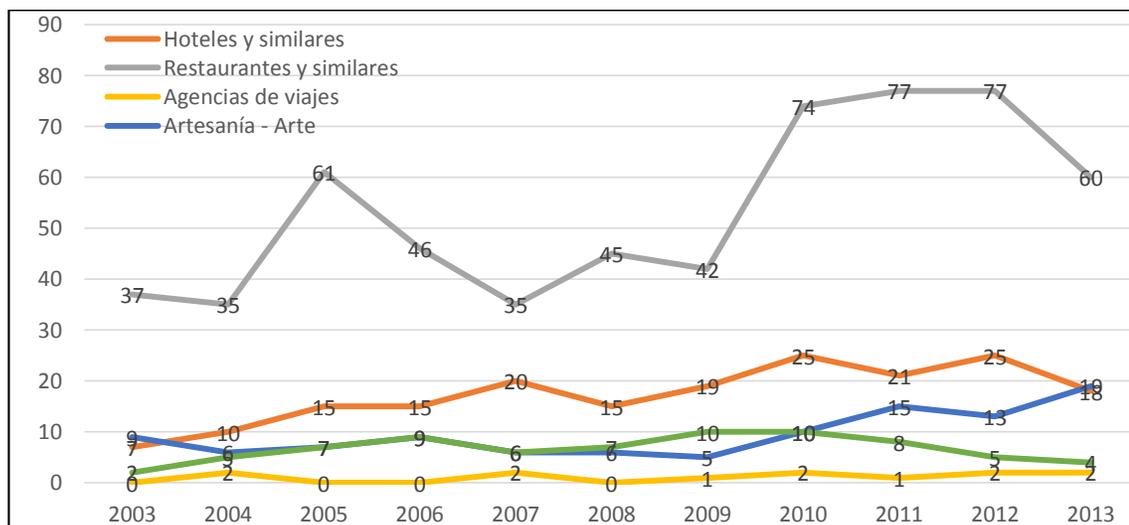
Según el catastro de la Municipalidad de Valparaíso, la ciudad contaba el año 2014, con una oferta de 589 servicios de alimentación (291 restaurantes, 198 lugares de comida rápida y 100 Fuentes de Soda y cafeterías); además de 117 bares y 105 Pub, lo que también es un reflejo de la dinámica de crecimiento que presenta este destino en cuanto a servicios para sus visitantes.

**Tabla A3: Patentes otorgadas en Valparaíso. Período 2003 - 2013**

| Clase de patente         | 2003      | 2004      | 2005      | 2006      | 2007      | 2008      | 2009      | 2010       | 2011       | 2012       | 2013       | Total      |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Hoteles y similares      | 7         | 10        | 15        | 15        | 20        | 15        | 19        | 25         | 21         | 25         | 18         | 190        |
| Restaurantes y similares | 37        | 35        | 61        | 46        | 35        | 45        | 42        | 74         | 77         | 77         | 60         | 589        |
| Agencias de viajes       | 0         | 2         | 0         | 0         | 2         | 0         | 1         | 2          | 1          | 2          | 2          | 12         |
| Artesanía - Arte         | 9         | 6         | 7         | 9         | 6         | 6         | 5         | 10         | 15         | 13         | 19         | 105        |
| Salón baile y cabaret    | 2         | 5         | 7         | 9         | 6         | 7         | 10        | 10         | 8          | 5          | 4          | 73         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>55</b> | <b>58</b> | <b>90</b> | <b>79</b> | <b>69</b> | <b>73</b> | <b>77</b> | <b>121</b> | <b>122</b> | <b>122</b> | <b>103</b> | <b>969</b> |

Fuente: Elaboración propia basada en información de la Municipalidad de Valparaíso, 2014.

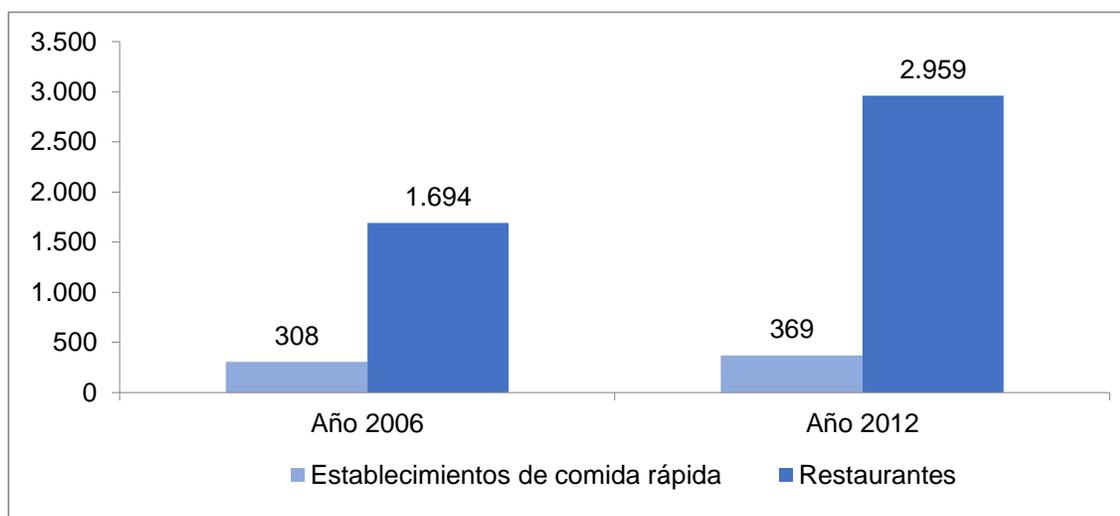
**Gráfico A4: Patentes otorgadas en Valparaíso. Período 2003 - 2013**



Fuente: Elaboración propia basada en información de la Municipalidad de Valparaíso, 2014.

En cuanto a los servicios de alimentación, la ciudad de Valparaíso muestra una importante y también creciente dotación de este tipo de equipamiento. Según los datos del Servicio de Impuestos Internos el año 2006 trabajaba un total de 369 personas en establecimientos declarados como restaurantes. Para el año 2012 esta cifra se incrementó en un 700% llegando a casi 3.000 personas.

**Gráfico A5: Evolución de trabajadores del servicio de alimentación. Comuna de Valparaíso. Período 2006 – 2012**



Fuente: Estadísticas de empresas por comuna, rubro y sub-rubro, SII.

#### 1.4.2 Demanda de visitantes al destino Valparaíso

De acuerdo a los registros de la Municipalidad de Valparaíso un 34% de los turistas que llegan a la ciudad son chilenos, que provienen principalmente desde la Región Metropolitana. Le siguen el turista argentino y brasileño con un 16% y 10% respectivamente.

Según el informe estadístico de la municipalidad “el turista europeo fundamentalmente proviene desde Francia, Alemania y España, que en su conjunto como naciones presentan un 22% del total de los extranjeros. Los países norteamericanos, EEUU y Canadá, por su parte también alcanzan una proporción aproximada del 20%. Cabe mencionar que en los últimos años ha aumentado considerablemente el número de turistas mexicanos y japoneses.

Cerca de la mitad de los visitantes fluctúan en un rango de edad entre los 26 y 44 años, en cuanto al género no existe una tendencia.

Respecto a la composición grupal cabe mencionar los visitantes que acceden vía crucero, que generalmente son de edad avanzada y realizan sus viajes en pareja. Este tipo de turista realiza visitas en grupo.

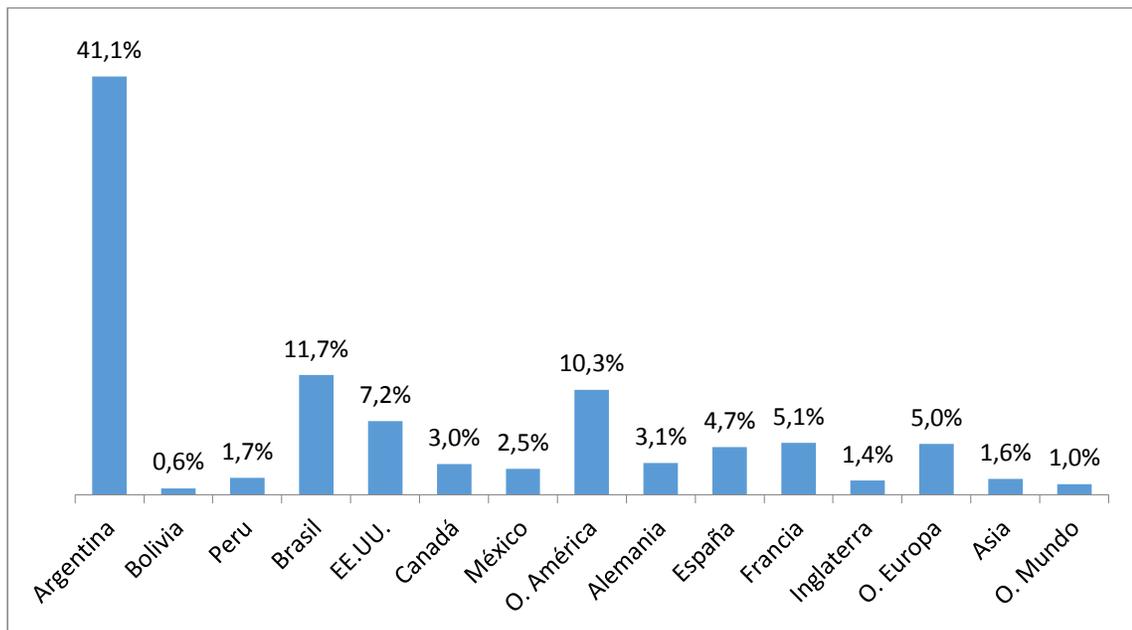
Por otra parte se puede señalar al visitante que viene con motivos de estudio y que permanece durante un periodo superior, entre uno y dos semestres, y su edad varía entre los 20 y 25 años.

El turista que llega a Valparaíso posee un perfil socio cultural alto y motiva su visita con el objetivo de conocer el patrimonio arquitectónico y cultural de la ciudad, y recorrer sus tantos paseos y miradores, sabiendo que Valparaíso es una ciudad que debe ser descubierta a pie.

La ciudad promueve una gran cantidad de eventos y festivales artísticos que anualmente atraen a un gran número de visitantes, los que en su gran mayoría son chilenos. Asimismo es importante nombrar los tantos museos y galerías y el recorrido nocturno que ofrece la ciudad.

En términos de porcentajes, el turista que llegan con fines vacacionales representa un 67% del total. En menor escala el turista que llega por motivos de visita a familiares o amigos 11%, de negocio 9%, por motivos de estudio 7% u otros motivos 6% (Municipalidad de Valparaíso, 2014).

**Gráfico A6 País de residencia de los visitantes extranjeros a la zona de Viña del Mar – Valparaíso**



Fuente: Comportamiento del Turismo Receptivo, SERNATUR 2011.

Por su parte, el último estudio realizado por SERNATUR (2012) para el mercado internacional que incluía encuestas en el Paso Los Libertadores y por el Aeropuerto Internacional concluía que un 41% de los visitantes internacionales que ingresó a la zona de Viña del Mar – Valparaíso proviene de Argentina, un 19,3% de Europa, el 11,7% de Brasil y el 7,2 % de Estados Unidos. Ese año el total de visitantes extranjeros para el año 2011, habría alcanzado aproximadamente 730.000 personas.

La zona de Viña del Mar - Valparaíso ocupa el segundo lugar en el ranking de destinos nacionales, después de Santiago, seguido de Arica (18.7%) y el área de Puerto Montt - Puerto Varas (14,3%) y de la zona de Osorno (10,7%).

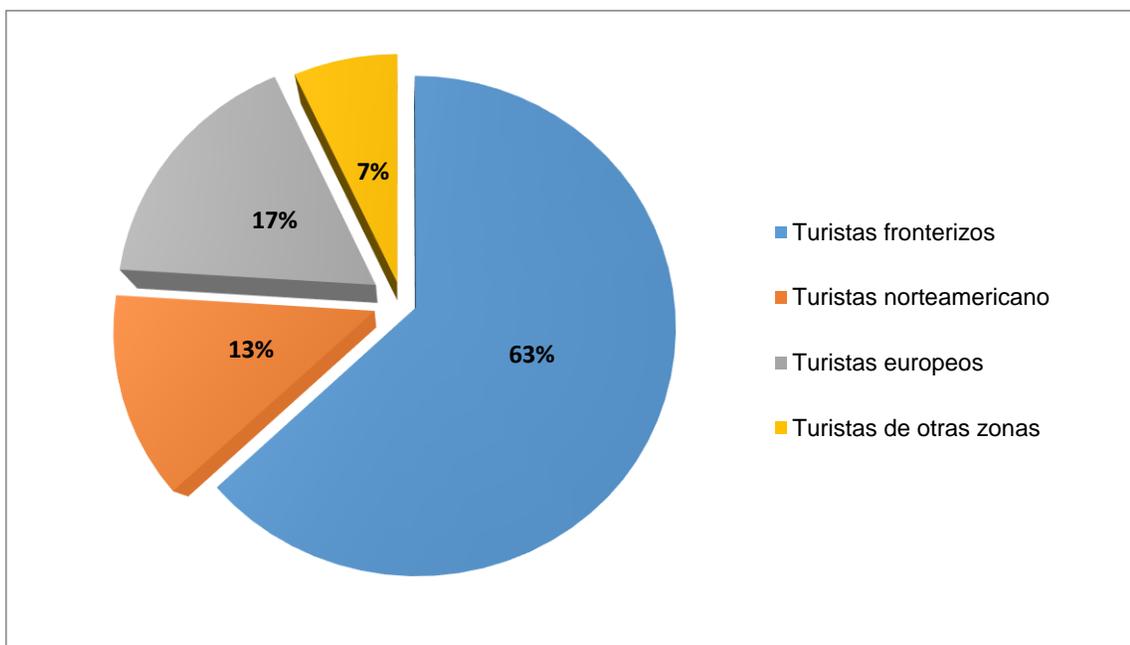
**Tabla A4: Principales lugares visitados por los turistas extranjeros que llegan a Chile. Año 2011**

| Lugares   | %    |
|---|------|
| Santiago y alrededores                                      | 45   |
| Valparaíso – Viña del Mar                                   | 23.3 |
| Arica   | 18.7 |
| Puerto Montt - Puerto Varas – Parque Nacional Pérez Rosales | 14.3 |
| Osorno y alrededores  | 10.7 |
| Valdivia - sector costero de Corral y Niebla                | 8.2  |
| Pucón – Villarrica – Lican Ray - Caburga                    | 6.2  |
| Otros sectores costeros de la región de Valparaíso          | 4.2  |
| Valle de la Luna – San Pedro de Atacama – Geysers del Tatio | 3.5  |
| Isla de Chiloé  | 3.4  |
| La Serena – Coquimbo  | 3.3  |
| Concepción – Área costera del Bio - Bio                     | 3.0  |
| Centros invernales (Farellones, Portillo, etc.)             | 2.5  |
| Iquique – Salitreras - Pica - Matilla                       | 2.1  |
| Costa de Pichilemu a Constitución                           | 1.8  |
| Torres del Paine  | 1.8  |
| Punta Arenas  | 1.7  |

Fuente: Comportamiento del Turismo Receptivo, SERNATUR 2011.

El principal lugar de ingreso para el turismo internacional en la región es el terrestre, siendo el Paso Los Libertadores, la principal “puerta” de ingreso para el 96% de los viajeros que llegan a Valparaíso. Las visitas a Valparaíso y/o Viña del Mar provienen en un 26,3% de turistas ingresados por vía aérea y un 30,1% desde Argentina (SERNATUR, 2011).

**Gráfico A7: Origen de los turistas extranjeros que visitan Viña del Mar y Valparaíso. Año 2011**



Fuente: Turismo Informe Anual, SERNATUR 2012.

En relación a las motivaciones generales del viaje, los turistas extranjeros que visitan Valparaíso y/o Viña del Mar reconocen que su principal motivación es el ocio y vacaciones, que atrae al 38,2% de los turistas, seguido de visita a familia y amigos (13%).

Entre las razones para elegir a Chile como destino, quienes viajan a la zona destacan principalmente el interés por los atractivos naturales y paisajes (66,3%), los atractivos culturales (30,9%) y el conocer el país (37,6%). Entre las actividades más frecuentes realizadas durante su visita, destacan las que se relacionan con la playa (64,7%), el descanso (64,4%), la visita a museos y centros históricos (47,2%) y la observación de flora y fauna (29,8%), lo que permite concluir que se trata de un visitante de intereses especiales, aunque también interesado en la práctica de actividades tradicionales de playa.

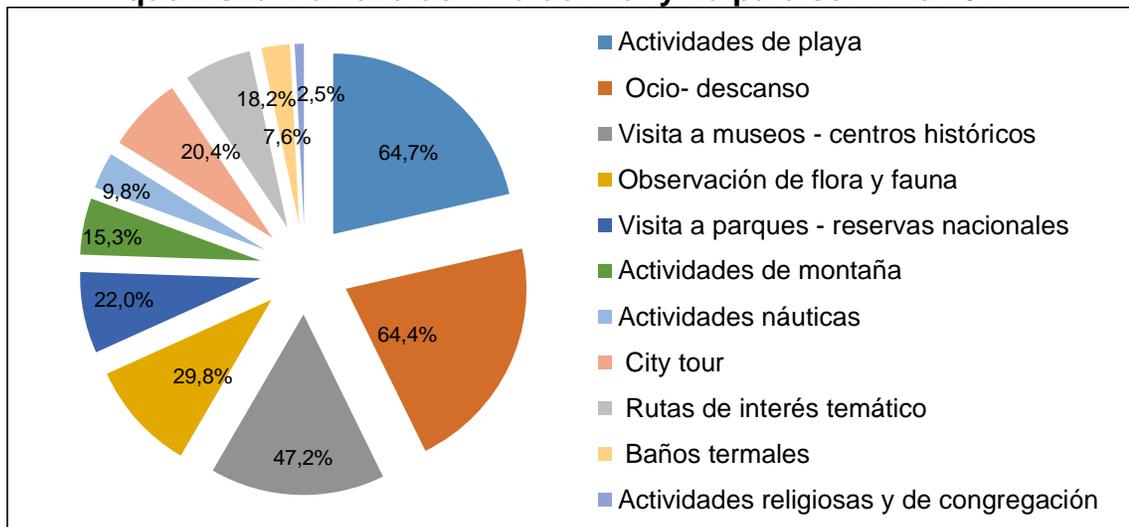
Esto se puede apreciar en detalle con los datos que ha registrado la Municipalidad de Valparaíso (2014). Según sus estudios:

Los sectores más visitados de Valparaíso en parte giran en torno a los sitios considerados dentro del casco histórico, siendo estos el antiguo barrio puerto con los sectores aledaños a la Plaza Echaurren e Iglesia de la Matriz, el entorno de la plaza Sotomayor, los cerros Alegre y Concepción. En esta zona se centra una parte importante de las edificaciones más relevantes de la ciudad y que reflejan su época dorada, ascensores, museos y galerías, paseos y miradores.

Otros ejes turísticos importantes son la ruta que une los cerros Florida y Bellavista donde se ubican atractivos como la Casa Museo La Sebastiana de Pablo Neruda, la Iglesia de las Carmelitas y el Museo a Cielo Abierto, como también el sector Artillería donde se ubica el ascensor del mismo nombre, el paseo 21 de Mayo y el Museo Naval. Asimismo los demás ascensores que se encuentran en funcionamiento y el recorrido del Trole Bus.

En términos generales estos típicos recorridos porteños son visitados tanto por turistas chilenos como extranjeros. Los visitantes que llegan por el transcurso del día generalmente escogen la ruta entre los cerros Alegre y Concepción o visitan la Sebastiana con sus atractivos aledaños.

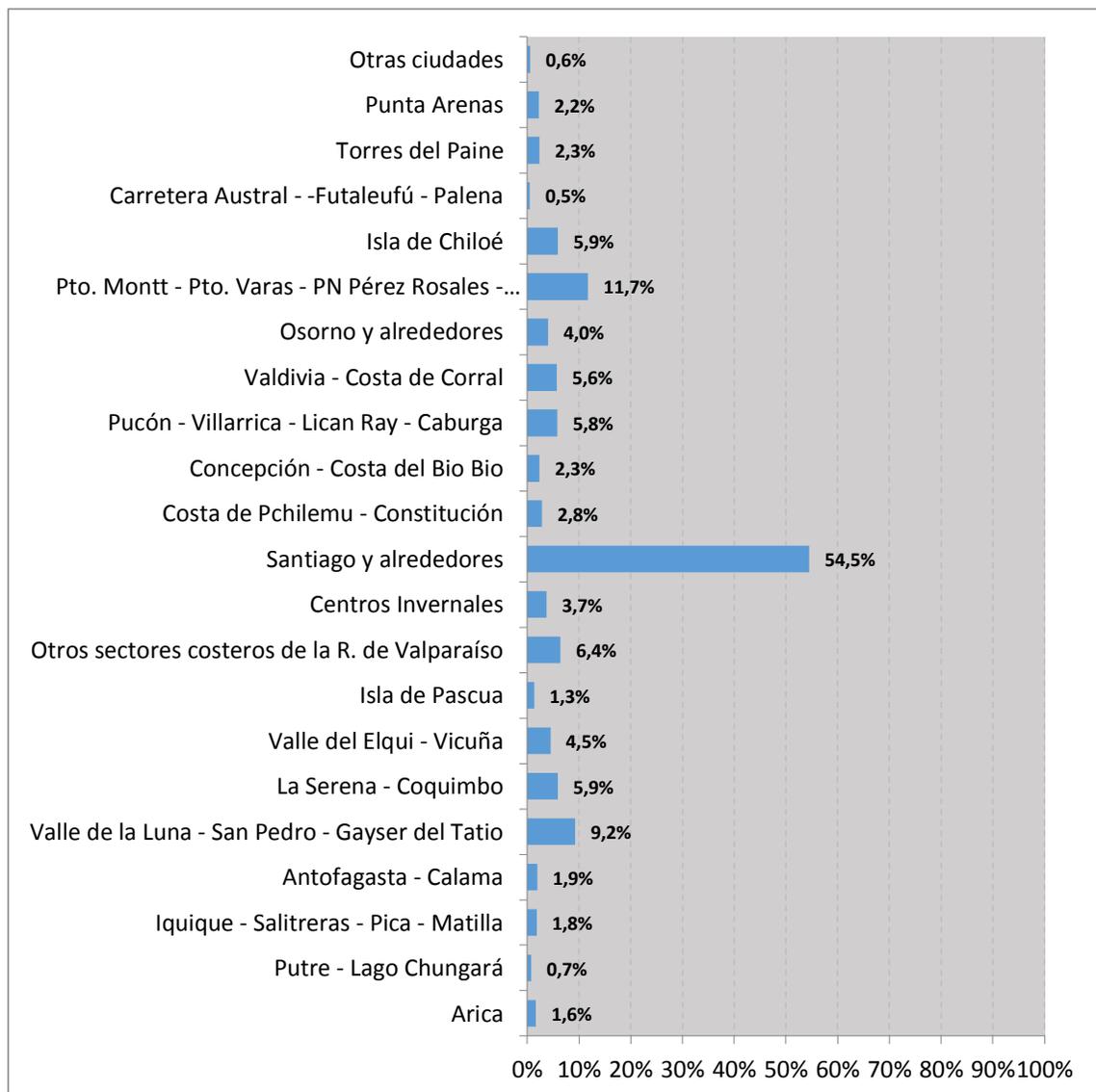
**Gráfico A8: Principales actividades realizadas por los turistas extranjeros que visitan la zona de Viña del Mar y Valparaíso. Año 2011**



Fuente: Comportamiento del Turismo Receptivo, SERNATUR 2011.

Cabe destacar que según datos de SERNATUR el turista que va a Valparaíso también ha visitado otros destinos que presentan una oferta de atractivos no tradicionales o de interés especial, como es el caso de la zona de Puerto Montt - Puerto Varas y San Pedro de Atacama. Ambos lugares formaron parte del recorrido realizado en Chile del 11,7% y 9,2% respectivamente, de los turistas que llegaron a Valparaíso.

**Gráfico A9: Principales lugares visitados por los turistas que visitan la zona de Viña del Mar y Valparaíso. Año 2011**



Fuente: Comportamiento del Turismo Receptivo, SERNATUR 2011.

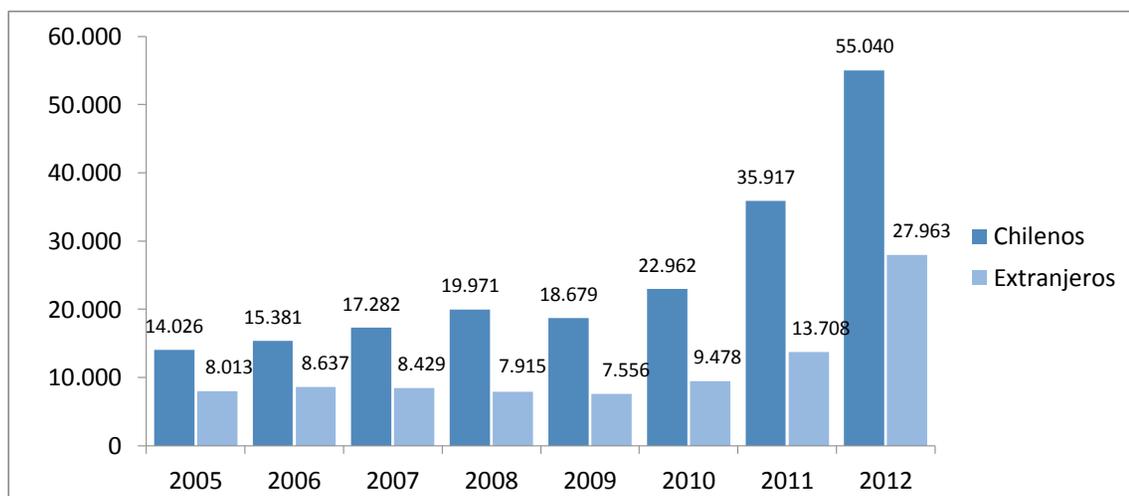
En cuanto al nivel de gasto de los turistas, cabe señalar que el 30,6% de quienes declararon haber visitado la zona de Viña del Mar - Valparaíso, gastaron entre US\$ 50 y US\$ 100 en promedio cada día que permanecieron en Chile; mientras que un 21,6% gastó más de US\$100 diarios en promedio. Esto refleja la capacidad del destino para atraer turistas que cuentan con un nivel de presupuesto más alto que para otros destinos.

La información que ha registrado la Municipalidad de Valparaíso a través de encuestas realizadas en las oficinas de información turística indica que la mayoría de los visitantes (58%) gasta entre \$25.000 y \$100.000 por día de permanencia. Sin embargo, el 31% declara gastos por sobre los \$100.000 por día y de este grupo un 5% habría gastado \$250.000 o más.

### 1.4.3 Llegadas y pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico

La evolución en el tiempo de las llegadas totales a establecimientos de alojamiento turístico, refleja un crecimiento constante. Durante el periodo 2001-2004 las llegadas promediaban los 12.000 pasajeros, mientras que para los años 2005- 2009 la cifra se habría duplicado alcanzando los 25.000 pasajeros, este fenómeno podría justificarse en la declaración de Patrimonio Mundial por UNESCO el año 2003, lo que habría provocado un aumento significativo en el número de llegadas y particularmente el año 2012.

**Gráfico A10: Evolución de las llegadas totales a establecimientos de alojamiento turístico, Comuna de Valparaíso**

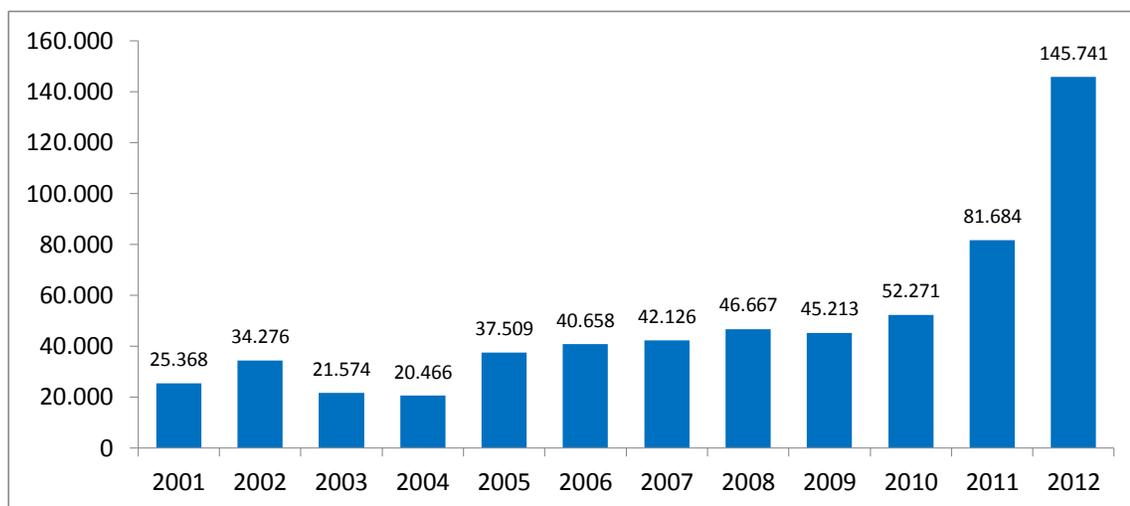


Fuente: Elaboración propia en base a cifras de SERNATUR, 2013

Las pernoctaciones de pasajeros en establecimientos de alojamiento en la Comuna de Valparaíso también reflejan un crecimiento constante, sobre todo en el período comprendido entre los años 2005 al 2010.

Claramente se observa el cambio producido en el destino luego de la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad, que para el caso del turismo receptivo (especialmente procedente de Europa) significó un motivo de atracción, como lo demuestra la evolución en las llegadas de turistas extranjeros.

**Gráfico A11: Evolución de las pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico. Comuna de Valparaíso. Año 2012**



Fuente: Turismo Informe Anual, SERNATUR 2001 - 2012.

La distribución estacional de la demanda a la ciudad de Valparaíso registra cierta dispersión según la temporada. Se pueden identificar tres períodos de intensidad turística diferenciados:

Alta temporada: Noviembre a febrero, con intensidad más alta en noviembre

Temporada baja: Mayo a agosto, con una baja evidente en el mes de mayo

Temporada intermedia: Meses de otoño y primavera

El año 2012 la mayor proporción de visitantes se concentra entre los meses de noviembre a febrero, alcanzando un máximo en el mes de noviembre con 9.411 pasajeros y el mínimo en el mes de mayo, con cerca de 5.000 pasajeros.

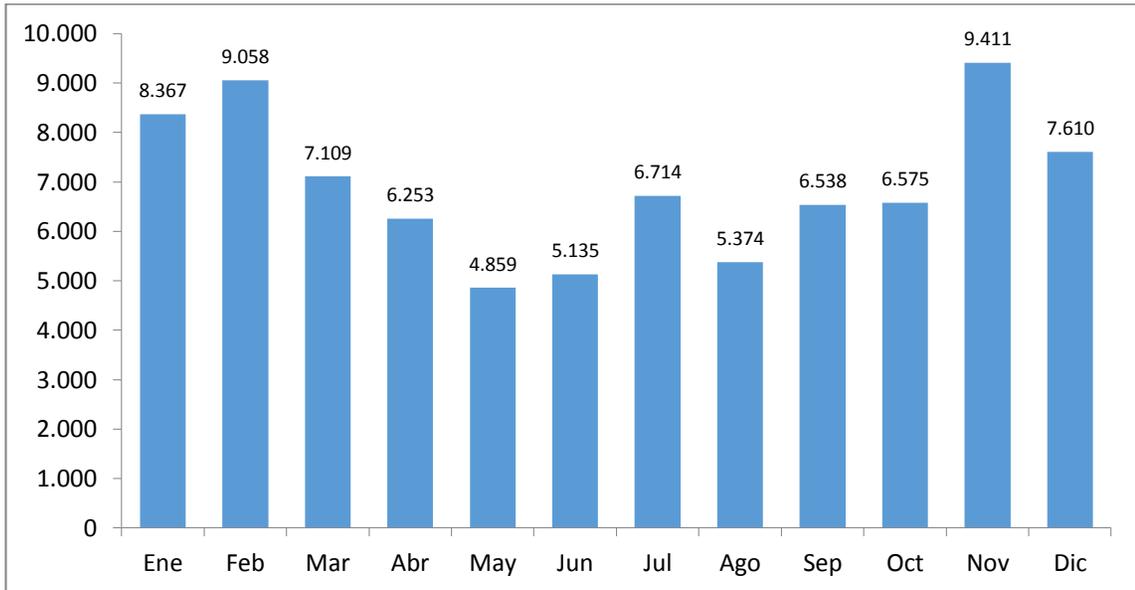
Es interesante destacar que el 23,9% de los visitantes se concentra en los meses previos a la alta temporada, lo que se explica por la menor dependencia del turismo fronterizo y por ende su atractivo para el turismo europeo y norteamericano.

**Tabla A5: Llegadas mensuales de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Comuna de Valparaíso. Año 2012**

| Meses           | Ene    | Feb    | Mar    | Abr    | May    | Jun    | Jul    | Ago    | Sep    | Oct    | Nov    | Dic    |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Llegadas Comuna | 8.367  | 9.058  | 7.109  | 6.253  | 4.859  | 5.135  | 6.714  | 5.374  | 6.538  | 6.575  | 9.411  | 7.610  |
| Llegadas Región | 92.861 | 97.460 | 62.664 | 53.364 | 42.848 | 42.885 | 56.881 | 47.887 | 53.641 | 57.236 | 71.366 | 70.880 |
| %               | 9,0    | 9,3    | 11,3   | 11,7   | 11,3   | 12,0   | 11,8   | 11,2   | 12,2   | 11,5   | 13,2   | 10,7   |

Fuente: INE, 2012

**Gráfico A12: Llegadas mensual de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Comuna de Valparaíso. Año 2012**



Fuente: INE, 2012

#### 1.4.4 El turismo de cruceros en Valparaíso

La ciudad de Valparaíso constituye el principal destino de cruceros del país y desde el punto de vista de la planificación turística de la ciudad, impulsada por la Municipalidad de Valparaíso y representada por la Dirección de Turismo, ha sido en los últimos años objeto de una especial atención en la estrategia de posicionamiento turístico internacional.

Según datos de SERNATUR (2013)

...desde la década de los 90 que se registran oficialmente llegadas de cruceros internacionales en puertos chilenos, pero solo diez años más tarde las cifras comienzan a ser significativas. Ya para la temporada 2002/2003 se registraban 179.146 llegadas, para que luego de tres temporadas esta cifra se incrementara en un 26,8% acumulado. La tendencia al alza se mantuvo constante debido al optimista escenario económico de los principales países emisores de cruceristas y al interés de las navieras por descubrir y desarrollar rutas y destinos para ellos inexplorados, alcanzado el peak de la última década en la temporada 2008/2009, con más de 300 mil llegadas.

El mismo informe plantea que el país

...ha captado importantes compañías de cruceros, destacando por el número de recaladas realizadas en las últimas temporadas las siguientes: Holland America Line, Seabourn Cruise Line, Princess Cruise, Celebrity Cruise y Silversea Cruises. Tres de ellas pertenecen a la exclusiva agrupación Carnival Corporation & Plc, compañía líder del sector que actualmente, con una flota de 100 naves, son capaces de transportar 200.000 personas de manera simultánea, sin incluir su tripulación ni las 7 naves que se adicionan al 2016.

De acuerdo a información de Puertos del Cono sur, la temporada 2012 – 2013 finalizó con el arribo de 21 compañías de cruceros internacionales, esto es un 25,3% mayor a la temporada anterior. De éstas, un 34,6% forman parte de las líneas asociadas al CLIA Norteamérica, mientras que un 36,7% son parte de las compañías asociadas a CLIA Europe. Por otra parte, a nivel de naves arribadas, Chile capta un 7,2% de la oferta a nivel mundial. A modo de ejemplo, de las 24 naves que forman parte de la flota de la compañía Carnival, sólo 1 de ellas registra arribo a las costas nacionales; del mismo modo, 2 de las 17 naves de Princess Cruise y en referencia a Holland America Line, sólo el 13 % de sus naves arriban a Chile.

A nivel nacional Valparaíso, Punta Arenas y Puerto Montt finalizan la temporada 2012/2013 concentrando el 74% del total de llegadas, destacando el incremento observado en los puertos de Castro y Chacabuco, los cuales duplicaron y triplicaron, respectivamente el número de llegadas frente a la temporada 2011/2012.

El puerto de Valparaíso es uno de los tres principales puertos del país, siendo su característica más relevante su rol de puerto de recambio de pasajeros, presentando de manera simultánea pasajeros en tránsito, embarcados y desembarcados. La selección de este puerto como “homeport” es consecuencia de la especialización de sus instalaciones para la óptima recepción de naves de pasajeros, sumado a la conectividad con el Aeropuerto Internacional de Santiago.

Como principal puerto del país, cuenta con una ubicación es privilegiada, ya que dista a un poco más de 100 km al oeste del Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez, el más importante a nivel nacional, otorgándole conectividad con mercados de larga distancia.

**Tabla A6: Llegadas de pasajeros de cruceros internacionales según puerto Temporada 2012 - 2013**

| Puerto                   | Llegada pasajeros | Variación % temporada anterior | Participación % |
|--------------------------|-------------------|--------------------------------|-----------------|
| Puerto Arica             | 9.754             | +18,7                          | 4,2             |
| Puerto Iquique           | 1.141             | -34,8                          | 0,5             |
| Puerto Antofagasta       | 1.687             | -45,9                          | 0,7             |
| Puerto Coquimbo          | 19.430            | +39,9                          | 8,4             |
| <b>Puerto Valparaíso</b> | <b>66.588</b>     | <b>+11,8</b>                   | <b>28,8</b>     |
| Puerto Montt             | 51.683            | +43,8                          | 22,4            |
| Puerto Castro            | 7.586             | +142,4                         | 3,3             |
| Puerto Chacabuco         | 19.866            | +200,4                         | 8,6             |
| Puerto Punta Arenas      | 52.862            | +3,6                           | 22,9            |
| Puerto Natales           | 609               | +35                            | 0,3             |
| <b>TOTAL</b>             | <b>231.206</b>    | <b>+25,9</b>                   | <b>100,0</b>    |

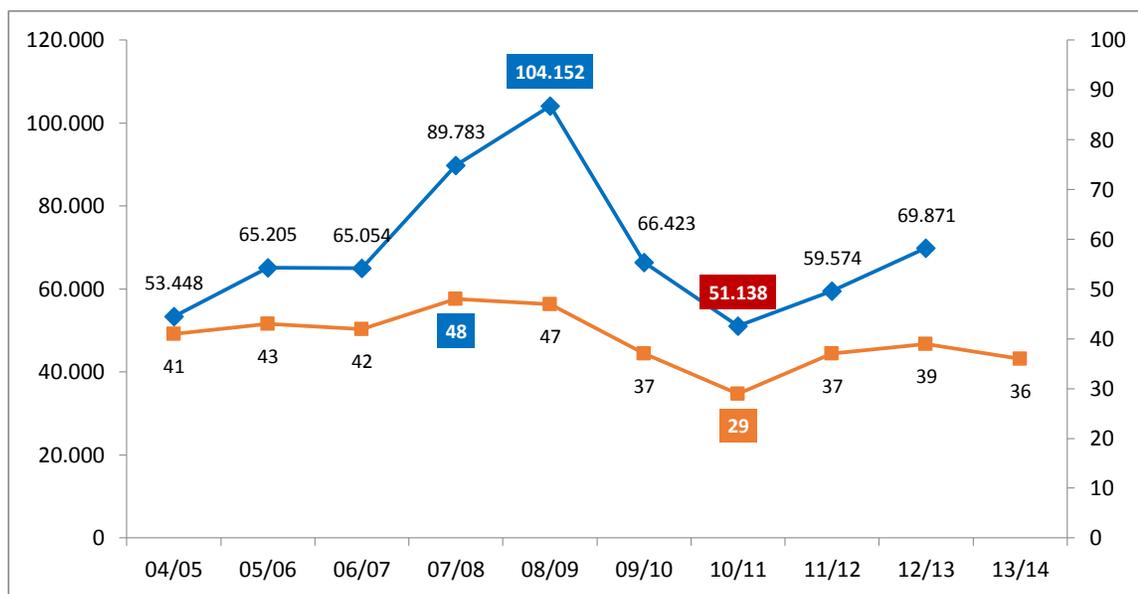
Fuente: Turismo de Cruceros Internacionales en Chile, SERNATUR 2013 y Corporación de Puertos del Conosur.

Según SERNATUR (2013), a nivel portuario, Valparaíso, Punta Arenas y Puerto Montt finalizan la temporada 2012/2013 concentrando el 74% del total de llegadas, destacando el incremento observado en los puertos de Castro y Chacabuco, los cuales duplicaron y triplicaron, respectivamente el número de llegadas frente a la temporada 2011/2012.

El puerto de Valparaíso alcanza su punto más álgido en la temporada 2008/2009 con la llegada de 25 naves con 47 recaladas y más de 100.000 llegadas de pasajeros, las que en más de una ocasión se realizaron de manera simultánea, registrando en un día la presencia de 12.700 pasajeros entre embarcados, desembarcados y tránsito.

Aun cuando la recalada simultánea no es un escenario recomendable por la congestión a nivel portuario y de servicios conexos, el buen manejo de este tipo de situaciones ha situado al Puerto de Valparaíso como el principal puerto base del país.

**Gráfico A13: Llegadas de pasajeros y recaladas de cruceros internacionales Puerto de Valparaíso 2004 - 2005 / 2013 - 2014**



Fuente: Turismo de Cruceros Internacionales en Chile, SERNATUR 2013 y Corporación de Puertos del Conosur.

De acuerdo a los datos entregados en el portal de la Empresa Portuaria de Valparaíso, para el período 2014 – 2015 se espera la llegada de 30 naves a contar del mes de octubre, estas naves son las siguientes:

### **Cuadro A3: Cruceros proyectos recalar en Valparaíso Periodo 2014 - 2015**

|                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| 1. Zaandam             | 16. Seabourn Quest     |
| 2. Le Boreal           | 17. Aurora             |
| 3. Silver Shadow       | 18. Regatta            |
| 4. Zaandam             | 19. Black Watch        |
| 5. Marina              | 20. Costa Deliziosa    |
| 6. Celebrity Infinity  | 21. Golden Princess    |
| 7. Golden Princess     | 22. Artania            |
| 8. Silver Shadow       | 23. Silver Shadow      |
| 9. Seabourn Quest      | 24. Ruby Princess      |
| 10. Zaandam            | 25. Zaandam            |
| 11. Golden Princess    | 26. Seven Seas Mariner |
| 12. Celebrity Infinity | 27. Golden Princess    |
| 13. Prinsendam         | 28. Celebrity Infinity |
| 14. Ocean Dream        | 29. Zaandam            |
| 15. Zaandam            | 30. Black Watch        |

Fuente: Turismo de Cruceros Internacionales en Chile, SERNATUR 2013 y Corporación de Puertos del Conosur.

Este número de recaladas supera al registrado en la temporada anterior y constituye un respaldo a la gestión impulsada por los actores privados y por el sector público del turismo, para generar un polo de atracción para este mercado de cruceros.

#### **1.4.5 Aspectos económicos del turismo en Valparaíso**

Es importante recordar que el turismo es esencialmente una actividad económica, conformada por el conjunto de actividades de servicio características de este subsector (ACT), en las que se incluyen entre otras, los servicios turísticos de: Alojamiento, alimentación, transporte de pasajeros, recreación y esparcimiento, agencias de viajes, segundas residencias, etc.

##### **1.4.5.1 Ventas de las principales actividades turísticas**

Del análisis de las ventas de servicios turísticos, de acuerdo a información publicada por el Servicio de Impuestos Internos (SII), para el período 2005- 2012, se puede concluir que excluyendo a la Región Metropolitana, la Región de Valparaíso concentra la mayor cantidad de las ventas declaradas en el sub rubro

de alojamiento y restaurantes a nivel nacional, con una participación del 8,6% del total para el año 2012.

La comuna concentra el año 2012, un 15,2% de las ventas regionales de hoteles y restaurantes, las que alcanzan a un monto de UF1.929.123, ocupando el segundo lugar en la región, detrás de la Comuna de Viña del Mar, cuyas ventas alcanzan las UF3.345.645.

A modo de comparación un dato que reafirma la importancia turística de la Comuna de Valparaíso desde la perspectiva económica, es que las ventas declaradas en su territorio supera ampliamente las de comunas turísticas emblemáticas como Natales (Torres del Paine) y San Pedro de Atacama, las que registran ventas por UF323.515 y UF253.222 respectivamente para el año 2012.

En cuanto a los ingresos del sector turístico en la Comuna de Valparaíso, una de las actividades que mayores ventas (UF) genera es el servicio alimentación que concentra el 82% del total de las ventas registradas en los servicios de alojamiento y restaurantes.

La alta proporción de ventas concentradas en los rubros de hoteles y restaurantes, nos permitirán fijar a estas dos variables como indicadores posibles de territorializar, para así llegar a determinar el peso espacial que tienen los mismos, en las diversas unidades urbanas recocidas por este estudio como subdivisiones territoriales turísticas.

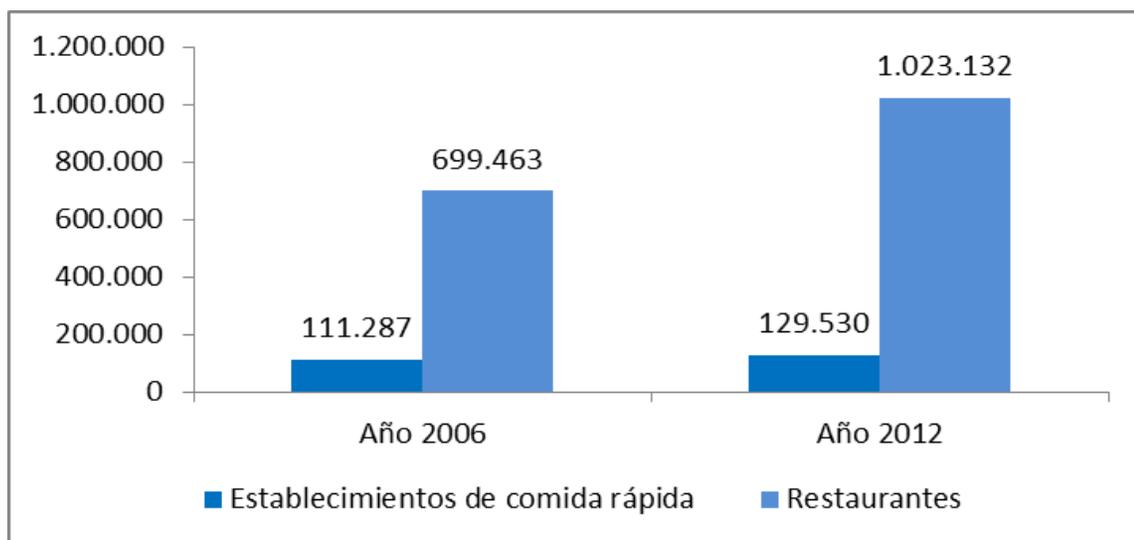
**Tabla A7: N° empresas, N° trabajadores y ventas. Comuna Valparaíso**

| <b>I - HOTELES Y RESTAURANTES</b>      | 2005           | 2006           | 2007           | 2008           | 2009           | 2010           | 2011           | 2012           | 2013           |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Número de Empresas</b>              | <b>807</b>     | <b>805</b>     | <b>834</b>     | <b>841</b>     | <b>859</b>     | <b>882</b>     | <b>946</b>     | <b>974</b>     | <b>980</b>     |
| <b>N° de Trabajadores Dependientes</b> | <b>3.443</b>   | <b>3.625</b>   | <b>3.731</b>   | <b>4.034</b>   | <b>3.714</b>   | <b>4.119</b>   | <b>4.724</b>   | <b>5.005</b>   | <b>4.730</b>   |
| <b>Ventas (MUF)</b>                    | <b>1.237,5</b> | <b>1.344,9</b> | <b>1.403,6</b> | <b>1.446,9</b> | <b>1.492,5</b> | <b>1.541,9</b> | <b>1.765,1</b> | <b>1.929,1</b> | <b>1.973,4</b> |

Fuente: Estadísticas de empresas por comuna, rubro y sub-rubro, SII 2013.

Las ventas en los servicios de alojamiento turístico y alimentación se mantuvieron en constante crecimiento, alcanzando un 55,9% de incremento entre el 2005 y el 2012. Este dato, sumado a la constatación que una proporción relevante de los nuevos establecimientos que se han incorporado a la oferta turística de Valparaíso en este periodo, corresponde a aquellos que se emplazan prioritariamente en los cerros, y muy particularmente, en los cerros Concepción y Alegre; nos permiten visualizar la importancia territorial que tienen los cerros de Valparaíso en la oferta actual y potencial de para este Destino.

**Gráfico A14: Evolución de las Ventas (UF) del servicio de Alimentación  
Comuna de Valparaíso, Año 2006 – 2012**



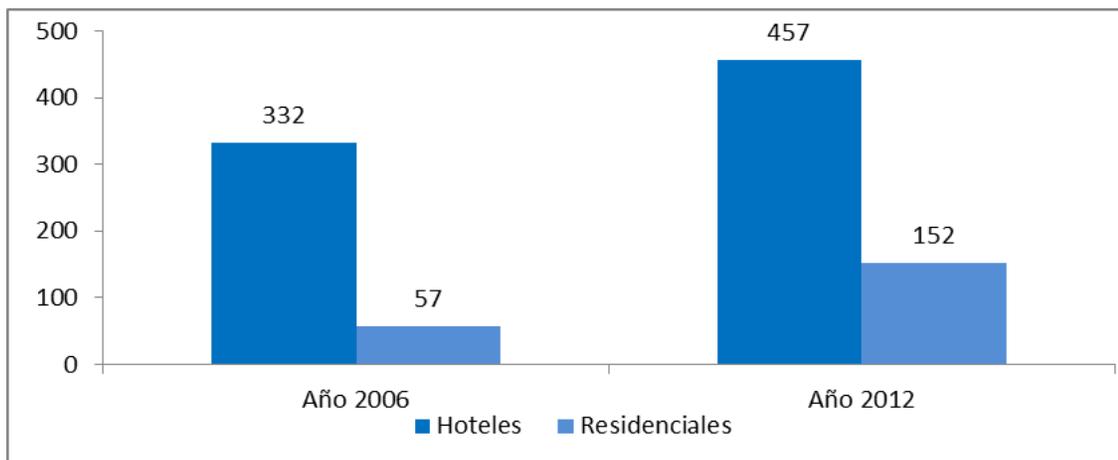
Fuente: Estadísticas de empresas por comuna, rubro y sub-rubro, SII 2013.

Para el servicio de alimentación las ventas se mantuvieron en crecimiento, aumentando considerablemente las ventas de restaurantes pasando de las UF699.463 a más de UF1.000.000 en un periodo de 6 años.

En cuanto al impacto en el empleo, un dato que confirma el valor turístico de la ciudad y Comuna de Valparaíso es que el número de trabajadores dependientes en estas empresas turísticas, prácticamente se ha duplicado en estos seis años. El año 2012 se contabilizaron más de 5.000 personas directamente vinculadas a la empresa turística, lo que sumado al núcleo familiar permite estimar en más de 20.000 personas los residentes de la ciudad que tienen dependencia directa o indirecta de estos empleos en turismo.

Cabe agregar que el incremento en el total de empleados en empresas de alojamiento y alimentación para el período 2005 al 2012 alcanza un 45,4%. Esto se observa claramente en algunos segmentos de la oferta, por cuanto entre los años 2006 y 2012, aumenta notablemente el contingente empleado en residenciales. Aspecto que además refleja la importancia que ha adquirido en Valparaíso la oferta de pequeños y medianos servicios de alojamiento, mucho de ellos emplazados en antiguas edificaciones de valor patrimonial que han sido restauradas y recicladas para este fin, lo que ha aportado no sólo dinamismo económico la zona, sino que además, refuerza el sentido de rescate del bien patrimonial que trae consigo el turismo.

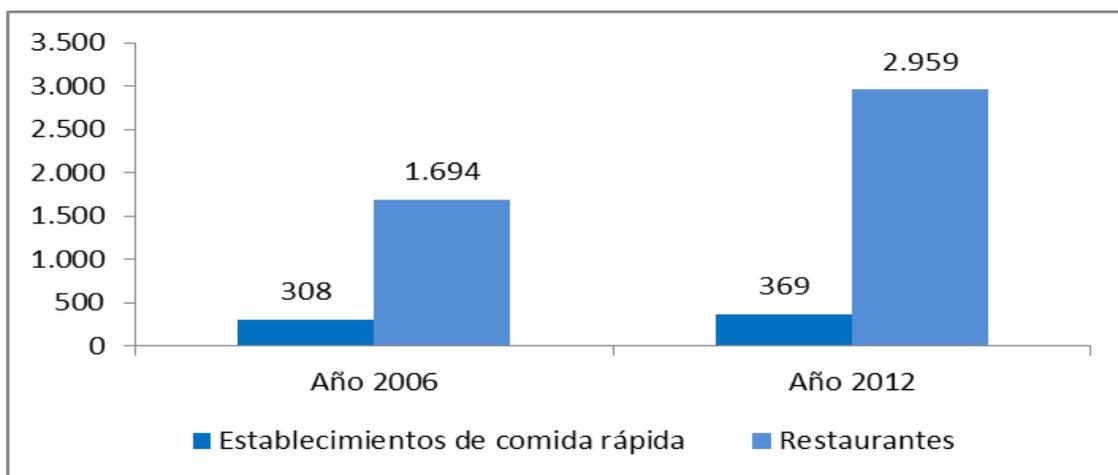
**Gráfico A15: Evolución del N° de trabajadores de servicios de Alojamiento  
Comuna de Valparaíso, Año 2006 – 2012**



Fuente: Estadísticas de empresas por comuna, rubro y sub-rubro, SII 2013.

Un factor relevante a destacar es el “peso” de la fuerza laboral dependiente de estos servicios. Sólo en restaurantes se contabilizaron cerca de 3.000 trabajadores el año 2012, lo que equivale al 85% del total de empleos generados por las empresas de alojamiento y alimentación en la Comuna de Valparaíso.

**Gráfico A16: Evolución de trabajadores del servicio de Alimentación,  
Comuna de Valparaíso, Año 2006 – 2012**



Fuente: Estadísticas de empresas por comuna, rubro y sub-rubro, SII.

### 1.4.5.2 Estimación del aporte económico de las unidades espaciales turísticas que conforman el Sistema Valparaíso urbano

Para poder estimar el aporte económico que entregan las dos principales actividades de servicios turísticos (alimentación y alojamiento), en forma espacializada, se ha procedido a adjudicar en forma proporcional al número de establecimientos de alimentación, ponderados por el peso que la clase respectiva tiene en el resultado final en las ventas netas registradas para la comuna de Valparaíso (restaurantes 89% y otros comida rápida 11%), a cada uno de las unidades espaciales que registran el universo de la oferta de dichos servicios. De este ejercicio Obtenemos el siguiente cuadro:

**Tabla A8: Estimación ventas establecimientos de alimentación Unidades Espaciales Turísticas Valparaíso Urbano – 2012**

|                 | Restaurante  |              | Cafetería    |              | Fuente soda  |              | Comida rápida |              | Total Estab. | Ventas Estimadas UF | % de ventas totales | Área ha | Renta UF/ha |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------------|---------------------|---------|-------------|
|                 | 2003<br>2008 | 2009<br>2013 | 2003<br>2008 | 2009<br>2013 | 2003<br>2008 | 2009<br>2013 | 2003<br>2008  | 2009<br>2013 |              |                     |                     |         |             |
| Plan            | 103          | 90           | 21           | 16           | 31           | 6            | 30            | 73           | 370          | 758.552             | 65,8%               | 170,8   | 4.441,2     |
| C° Alegre       | 18           | 28           | 3            | 4            | 2            | 1            | 1             | 6            | 63           | 170.006             | 14,7%               | 23,1    | 7.359,6     |
| C° Artillería   | 0            | 3            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 0            | 3            | 10.612              | 0,9%                | 15,0    | 707,5       |
| C° Barón        | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 3             | 4            | 7            | 2.998               | 0,3%                | 42,8    | 70,1        |
| C° Bellavista   | 4            | 3            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1             | 2            | 10           | 26.047              | 2,3%                | 15,5    | 1.680,5     |
| C° Cárcel       | 0            | 0            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0             | 4            | 5            | 2.142               | 0,2%                | 13,7    | 156,3       |
| C° Concepción   | 11           | 11           | 4            | 3            | 0            | 0            | 0             | 1            | 30           | 81.251              | 7,0%                | 7,7     | 10.552,1    |
| C° Cordillera   | 2            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0            | 2             | 5            | 10           | 13.611              | 1,2%                | 24,2    | 562,4       |
| C° El Litre     | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 0            | 0             | 1            | 2            | 857                 | 0,1%                | 15,4    | 55,6        |
| C° Esperanza    | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 4            | 4            | 1.713               | 0,1%                | 147,9   | 11,6        |
| C° Florida      | 1            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 2            | 4            | 7.932               | 0,7%                | 14,1    | 562,5       |
| C° La Loma      | 0            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 1            | 2            | 3.966               | 0,3%                | 6,2     | 639,7       |
| C° Larráin      | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 3            | 3            | 1.285               | 0,1%                | 27,0    | 47,6        |
| C° Las Monjas   | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 1            | 1            | 428                 | 0,0%                | 13,8    | 31,0        |
| C° Mariposas    | 2            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 0            | 2            | 7.075               | 0,6%                | 11,3    | 626,1       |
| C° Panteón      | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 5            | 5            | 2.142               | 0,2%                | 7,7     | 278,2       |
| C° Placeres     | 0            | 1            | 0            | 1            | 0            | 0            | 6             | 12           | 20           | 11.676              | 1,0%                | 316,1   | 36,9        |
| C° Polanco      | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1             | 1            | 2            | 857                 | 0,1%                | 30,5    | 28,1        |
| C° Ramaditas    | 1            | 2            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 1            | 4            | 11.041              | 1,0%                | 63,3    | 174,4       |
| C° San Roque    | 0            | 1            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 0            | 1            | 3.537               | 0,3%                | 14,7    | 240,6       |
| C° Sto. Domingo | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 1             | 3            | 5            | 2.142               | 0,2%                | 111,8   | 19,2        |
| C° Yungay       | 0            | 0            | 0            | 0            | 1            | 0            | 0             | 0            | 1            | 428                 | 0,0%                | 11,6    | 36,9        |
| Playa Ancha     | 1            | 2            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0             | 4            | 7            | 12.326              | 1,1%                | 14,8    | 832,8       |
| <b>TOTAL</b>    | <b>144</b>   | <b>29</b>    | <b>24</b>    | <b>36</b>    | <b>10</b>    | <b>48</b>    | <b>150</b>    | <b>541</b>   | <b>982</b>   | <b>1.152.662</b>    | <b>100%</b>         |         |             |
|                 | <b>173</b>   |              | <b>60</b>    |              | <b>58</b>    |              | <b>691</b>    |              |              |                     |                     |         |             |

| ESCALA DE VALORACIÓN | Muy Alto | Alto | Medio | Bajo | Muy bajo |
|----------------------|----------|------|-------|------|----------|
|                      |          |      |       |      |          |

Fuente: Elaboración propia en base a información de SII 2012, y Patentes Municipalidad de Valparaíso.

**Tabla A9: Estimación Ventas Potenciales en Alojamiento por Unidades Espaciales Turísticas Valparaíso Urbano – 2014**

|                     | N° Habit. | Precio Promedio | Potencial Ventas día \$ | Potencial Ventas Anual MM\$ | % Part. | Sup. Ha | Renta. Pot. MM\$/ha |
|---------------------|-----------|-----------------|-------------------------|-----------------------------|---------|---------|---------------------|
| Barrio Financiero   | 54        | \$ 68.766       | \$ 3.713.364            | \$ 1.355                    | 4,90%   | 14,8    | 92                  |
| El Almendral        | 566       | \$ 42.203       | \$ 23.886.898           | \$ 8.719                    | 31,54%  | 144,8   | 60                  |
| C° Alegre           | 211       | \$ 61.939       | \$ 13.069.129           | \$ 4.770                    | 17,25%  | 23,1    | 207                 |
| C° Artillería       | 18        | \$ 29.000       | \$ 522.000              | \$ 191                      | 0,69%   | 15,0    | 13                  |
| C° Barón            | 24        | \$ 20.092       | \$ 482.208              | \$ 176                      | 0,64%   | 42,8    | 4                   |
| C° Bellavista       | 108       | \$ 44.846       | \$ 4.843.368            | \$ 1.768                    | 6,39%   | 15,5    | 114                 |
| C° Cárcel           | 66        | \$ 41.154       | \$ 2.716.164            | \$ 991                      | 3,59%   | 13,7    | 72                  |
| C° Concepción       | 392       | \$ 43.691       | \$ 17.126.872           | \$ 6.251                    | 22,61%  | 7,7     | 812                 |
| C° Esperanza        | 40        | \$ 22.123       | 884920                  | 322,9958                    | 1,17%   | 147,9   | 2                   |
| C° La Cruz          | 10        | \$ 22.123       | 221230                  | 80,74895                    | 0,29%   | 33,7    | 2                   |
| C° La Loma          | 35        | \$ 53.595       | \$ 1.875.825            | \$ 685                      | 2,48%   | 6,2     | 110                 |
| C° Larráin          | 12        | \$ 28.678       | \$ 344.136              | \$ 126                      | 0,45%   | 27,0    | 5                   |
| C° Las Cañas        | 5         | \$ 22.123       | 110615                  | 40,374475                   | 0,15%   | 26,8    | 2                   |
| C° Las Monjas       | 12        | \$ 12.000       | \$ 144.000              | \$ 53                       | 0,19%   | 13,8    | 4                   |
| C° Mariposas        | 10        | \$ 22.123       | 221230                  | 80,74895                    | 0,29%   | 11,3    | 7                   |
| C° Merced           | 5         | \$ 22.123       | 110615                  | 40,374475                   | 0,15%   | 10,5    | 4                   |
| C° Placeres         | 45        | \$ 22.123       | 995535                  | 363,370275                  | 1,31%   | 316,1   | 1                   |
| C° San Juan de Dios | 24        | \$ 24.385       | \$ 585.240              | \$ 214                      | 0,77%   | 14,7    | 15                  |
| C° Yungay           | 16        | \$ 19.000       | \$ 304.000              | \$ 111                      | 0,40%   | 14,8    | 7                   |
| Playa Ancha         | 116       | \$ 30.954       | \$ 3.590.694            | \$ 1.310                    | 4,74%   | 170,5   | 8                   |
|                     |           |                 | <b>\$ 75.748.043</b>    | <b>MM\$ 27.647</b>          |         |         |                     |

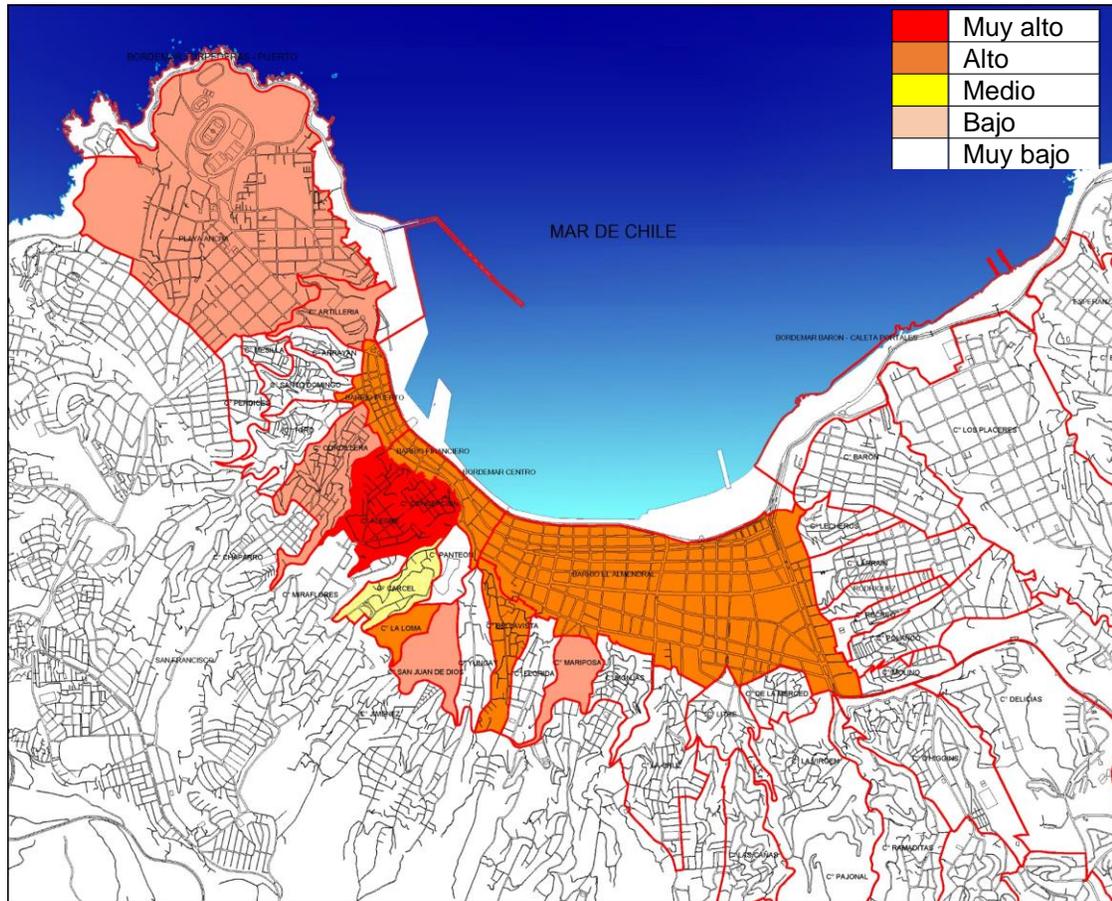
| ESCALA DE VALORACIÓN | Muy Alto | Alto | Medio | Bajo | Muy bajo |
|----------------------|----------|------|-------|------|----------|
|                      |          |      |       |      |          |

Fuente: Elaboración propia en base a información de SERNATUR – Municipalidad de Valparaíso y Web (tarifas).

Cuando el análisis económico es realizado a partir de la capacidad instalada de habitaciones por cada una de las unidades espaciales definidas, en función de las tarifas publicadas en Web por los respectivos prestadores de servicios de alojamiento, nos encontramos que el conjunto de los servicios instalados en Valparaíso urbano, tienen un potencial de venta anual en torno a los US\$ 50 millones, de los cuales casi el 40% se concentran en los cerros Concepción – Alegre y el Barrio.

De mucho interés resulta la ponderación de las ventas potenciales de alojamiento, en función de la superficie de las unidades espaciales (barrios) respectivas, donde el Cerro Concepción cuenta con una renta anual potencial de MM\$812/ha, seguido por el Cerro Alegre con MM\$207/ha. Ambos barrios en conjunto tienen una renta por hectárea de MM\$358; muy por sobre el Cerro Bellavista que sólo alcanza a los MM\$114/ha.

**Figura A12: Ventas Potenciales en Alojamiento por Unidades Espaciales Turísticas Sistema Valparaíso Urbano – 2014**



Fuente: Elaboración propia en base a información de SERNATUR – Municipalidad de Valparaíso y Web (tarifas).

Del análisis de las ventas estimadas para unidades espaciales de Valparaíso, en función de la información del SII (2013), que han sido ponderadas a partir del número de establecimientos que registran patentes comerciales en el rubro restaurantes y similares en la Dirección de Patentes de la Municipalidad de Valparaíso (2013), se obtuvo que la renta por hectárea anual<sup>2</sup> de los cerros Alegre y Concepción, ascendía a la suma de MM\$201; monto que casi duplica a la segunda área más rentable en este rubro, que es el Plan con MM\$109.

Por otra parte, realizado el mismo análisis anterior, para el rubro alojamiento, en el cual se había obtenido que existía un potencial de ventas anuales en

<sup>2</sup> Para efectos de igualar moneda, en el cálculo las UF fueron convertidas a pesos a un valor de \$24.627 por unidad, según tabla de conversión del SII para el 31 de diciembre de 2014.

habitaciones que ascendía a la suma de MM\$358/ha. Valor que al ser ponderado por la tasa de ocupación hotelera registrada para el año 2013, la que alcanza al 57,5% (Dirección de Turismo - Ilustre Municipalidad de Valparaíso, 2014), tenemos que estas unidades espaciales tienen una rentabilidad por hectárea de MM\$206; monto que triplica a la segunda unidad más rentable de Valparaíso, que corresponde al Cerro Bellavista con MM\$66/ha.

En suma, los dos rubros más significativos de las actividades características del turismo (ACT) tienen una rentabilidad en el área de estudio (Cerros Alegre y Concepción) equivalente a MM\$407/ha; cifra superior en 2,3 veces a lo reportado como rentabilidad del Plan en estos rubros, que asciende al monto anual de MM\$172/ha, y casi cuadruplica el mismo indicador para el Cerro Bellavista que tiene un rendimiento anual de MM\$107/ha.

Interesante es destacar el desarrollo registrado en el Cerro Bellavista, que reporta la tercera rentabilidad más significativa registrada en la suma estos dos rubros; ya que este fenómeno surge a partir de la puesta en valor de la “Sebastiana”, refugio en el puerto del nobel de literatura Pablo Neruda. Esto porque permite aventurar que es posible extender el beneficio económicos del turismo a otros barrios del puerto, a partir de intervenciones detonantes que pongan en valor lugares o eventos de alta significancia, de los que Valparaíso rebosa en su imaginario colectivo.

La pregunta que surge de este análisis, es si esta alta concentración en determinados barrios de Valparaíso es deseable o no. Pregunta que debe ser realizada desde diversos ámbitos, ya que desde la mirada puramente económica y más bien dicho, desde la mirada mercantil, es decir, desde el intento de maximizar los beneficios económicos en función de la rentabilidad privada de la inversión, obviamente que la respuesta es afirmativa.

Con la discusión de esta tesis se pretende profundizar respecto de los efectos de la concentración económica del turismo, sobre las componentes socioculturales y ambientales que este fenómeno provoca en los barrios patrimoniales, cuyo origen es predominantemente residencial.

#### **1.4.6 Concentración espacial de la oferta turística en Valparaíso Urbano**

Para poder integrar la información analizada relativa a la oferta turística catastrada en Valparaíso, se ensayó un índice que propone ponderar la presencia de la oferta de servicios como de atractivos, en función de la superficie de las unidades espaciales que los contienen, de tal manera de espacializar esta información. Concluyendo en el índice de Concentración Espacial de la Oferta Turística (CEOT), que entrega como resultado la siguiente tabla:

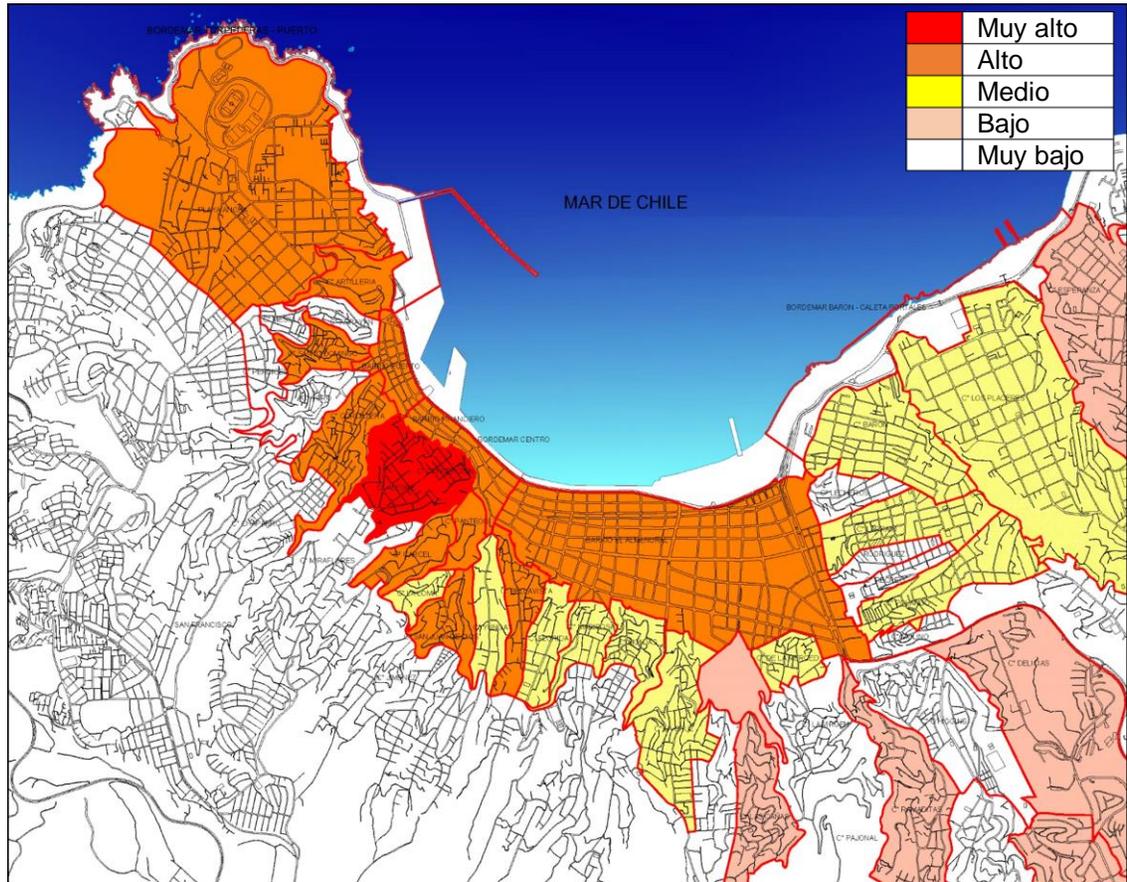
**Tabla A10: Estimación Índice “Concentración Espacial Oferta Turística” Valparaíso Urbano – 2014**

|                     | CANTIDAD DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN |           |           |           |           |           |           |           | CANTIDAD DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO |           |             |           |           |           |           |           | Cantidad de agencia de viajes |           | Serv. Artesanía - Arte y cultura |           |         |   | Cantidad de Atractivos Turísticos |           |             | Sup. Ha | Índice CEOT |
|---------------------|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|-----------|---------|---|-----------------------------------|-----------|-------------|---------|-------------|
|                     | Restaurante                           |           | Cafetería |           | F. Soda   |           | C. Rápida |           | Hotel                                |           | Residencial |           | Hostal    |           | B&B       |           |                               |           | ARTESANÍA                        |           | CULTURA |   | Atrac. Tur.                       | Mon. Nac. | Cons. Hist. |         |             |
|                     | 2003 2008                             | 2009 2013 | 2003 2008 | 2009 2013 | 2003 2008 | 2009 2013 | 2003 2008 | 2009 2013 | 2003 2008                            | 2009 2013 | 2003 2008   | 2009 2013 | 2003 2008 | 2009 2013 | 2003 2008 | 2009 2013 | 2003 2008                     | 2009 2013 | 2003 2008                        | 2009 2013 |         |   |                                   |           |             |         |             |
| Plan                | 103                                   | 90        | 21        | 16        | 31        | 6         | 30        | 73        | 12                                   | 11        | 11          | 20        | 1         | 0         | 8         | 9         | 4                             | 5         | 26                               | 30        | 1       | 0 | 22                                | 30        | 174         | 170,8   | 4,47        |
| C° Alegre           | 18                                    | 28        | 3         | 4         | 2         | 1         | 1         | 6         | 4                                    | 8         | 4           | 10        | 0         | 0         | 5         | 7         | 0                             | 1         | 6                                | 10        | 0       | 3 | 3                                 | 3         | 361         | 23,1    | 21,26       |
| C° Artillería       | 0                                     | 3         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 1           | 1         | 1         | 0         | 1         | 1         | 0                             | 0         | 0                                | 2         | 0       | 0 | 4                                 | 1         | 26          | 15,0    | 2,80        |
| C° Barón            | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 3         | 4         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 1         | 1         | 0                             | 0         | 1                                | 1         | 0       | 0 | 1                                 | 2         | 2           | 42,8    | 0,42        |
| C° Bellavista       | 4                                     | 3         | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 2         | 0                                    | 1         | 1           | 4         | 1         | 1         | 2         | 0         | 0                             | 1         | 5                                | 0         | 0       | 4 | 2                                 | 1         | 15,5        | 2,26    |             |
| C° Cárcel           | 0                                     | 0         | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 4         | 4                                    | 0         | 1           | 0         | 0         | 0         | 1         | 1         | 0                             | 0         | 0                                | 2         | 0       | 0 | 1                                 | 1         | 1           | 13,7    | 1,31        |
| C° Concepción       | 11                                    | 11        | 4         | 3         | 0         | 0         | 0         | 1         | 6                                    | 2         | 1           | 4         | 0         | 0         | 4         | 2         | 0                             | 0         | 3                                | 3         | 1       | 3 | 5                                 | 2         | 146         | 7,7     | 27,79       |
| C° Cordillera       | 2                                     | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 2         | 5         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 1                                | 0         | 0       | 4 | 2                                 | 55        | 24,2        | 3,06    |             |
| C° Delicias         | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 1         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 1         | 101,5       | 0,02    |             |
| C° El Litre         | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 1         | 0         | 0         | 1         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 1 | 1                                 | 0         | 15,4        | 0,32    |             |
| C° Esperanza        | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 4         | 0                                    | 0         | 0           | 2         | 0         | 0         | 1         | 1         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 0         | 147,9       | 0,05    |             |
| C° Florida          | 1                                     | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 2         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 1 | 1                                 | 1         | 14,1        | 0,57    |             |
| C° La Cruz          | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 1                                 | 1         | 33,7        | 0,12    |             |
| C° La Loma          | 0                                     | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 0                                    | 1         | 0           | 0         | 0         | 0         | 1         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 0         | 6,2         | 0,65    |             |
| C° Larraín          | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 3         | 0                                    | 0         | 0           | 1         | 0         | 0         | 1         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 1                                 | 0         | 27,0        | 0,26    |             |
| C° Las Cañas        | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 1         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 1 | 0                                 | 0         | 26,8        | 0,07    |             |
| C° Las Monjas       | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 1         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 1                                 | 0         | 13,8        | 0,29    |             |
| C° Mariposas        | 2                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 1                                 | 0         | 11,3        | 0,44    |             |
| C° Merced           | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 1         | 10,5        | 0,38    |             |
| C° Panteón          | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 5         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 1         | 0                                | 0         | 0       | 2 | 0                                 | 22        | 7,7         | 3,90    |             |
| C° Placeres         | 0                                     | 1         | 0         | 1         | 0         | 0         | 6         | 12        | 0                                    | 0         | 1           | 3         | 0         | 0         | 0         | 1         | 0                             | 1         | 0                                | 0         | 0       | 1 | 0                                 | 5         | 316,1       | 0,10    |             |
| C° Polanco          | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 1         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 1         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 1                                 | 0         | 30,5        | 0,16    |             |
| C° Ramaditas        | 1                                     | 2         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 0         | 63,3        | 0,06    |             |
| C° San Juan de Dios | 0                                     | 1         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 1         | 0         | 0         | 1         | 2         | 0                             | 1         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 28        | 14,7        | 2,31    |             |
| C° San Roque        | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 0         | 1         | 1         | 3         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 0         | 111,8       | 0,04    |             |
| C° Santo Domingo    | 0                                     | 0         | 0         | 0         | 1         | 0         | 0         | 0         | 0                                    | 0         | 0           | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 1 | 0                                 | 52        | 11,6        | 4,66    |             |
| C° Yungay           | 1                                     | 2         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 4         | 0                                    | 0         | 1           | 3         | 0         | 0         | 0         | 1         | 0                             | 0         | 0                                | 0         | 0       | 0 | 0                                 | 0         | 14,8        | 0,81    |             |
| Playa Ancha         | 2                                     | 1         | 0         | 0         | 1         | 1         | 3         | 17        | 0                                    | 3         | 1           | 3         | 0         | 0         | 3         | 0         | 0                             | 1         | 2                                | 0         | 0       | 5 | 1                                 | 132       | 170,5       | 1,04    |             |
|                     | 145                                   | 145       | 29        | 24        | 36        | 9         | 48        | 150       | 26                                   | 26        | 22          | 54        | 3         | 1         | 31        | 27        | 4                             | 8         | 41                               | 56        | 2       | 6 |                                   |           |             |         |             |
|                     | 290                                   |           | 53        |           | 45        |           | 198       |           | 52                                   |           | 76          |           | 4         |           | 58        |           | 12                            |           | 97                               |           | 8       |   | 89 <sup>3</sup>                   | 52        | 1009        |         |             |

Fuente: Elaboración propia en base a información de SII 2012, y Patentes Municipalidad de Valparaíso.

<sup>3</sup> Se consideran 33 atractivos localizados en más de una unidad espacial (barrio), por lo general eventos programados que involucran toda la ciudad.

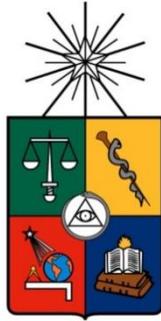
**Figura A13: Concentración Espacial Oferta Turística  
Valparaíso Urbano – 2014**



Fuente: Elaboración propia en base a información de SII 2012, y Patentes Municipalidad de Valparaíso.

Tanto la tabla como el mapa que refleja la distribución espacial del índice CEOT de Valparaíso, dan cuenta de la altísima concentración que se manifiesta en los cerros Concepción y Alegre; con 27, 8 y 21,3 elementos por hectárea; muy por sobre el Cerro Santo Domingo (4,7) y el Plan (4,5).

De alto interés resulta constatar que el Cerro Santo Domingo, donde sólo se registra un servicio turístico (fuente de soda), se encuentra en el segundo lugar de este índice, dado su enorme valor patrimonial (52 edificaciones con categoría de conservación histórica). Lo que reafirma el potencial de rehabilitación económica de estos barrios. No obstante, esto también es una amenaza de gentrificación, en la medida que dicho potencial no sea desarrollado a la par de la instalación de competencias locales para que la comunidad local sea partícipe efectiva de los beneficios económicos que esta actividad pueda generar.



**UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE POSTGRADO  
MAGÍSTER EN URBANISMO**

**BARRIOS RESIDENCIALES PATRIMONIALES, CAMBIO Y RESISTENCIA  
ANTE LA IRRUPCIÓN DEL TURISMO**

El caso de los cerros Alegre y Concepción del “Sitio Patrimonio Mundial Área  
Histórica de Ciudad Puerto de Valparaíso”

**ANEXO II**

**ANTECEDENTES DE LAS EMPRESAS DE TURISMO CON RESIDENCIA EN  
LOS CERROS ALEGRE – CONCEPCIÓN Y EMPRESAS ENCUESTADAS**

Santiago de Chile

Enero de 2015

## INDICE DE CUADROS

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Cuadro A4: | Servicios de alojamiento turístico ubicados en los cerros Alegre y Concepción.....                      | A-58 |
| Cuadro A5: | Servicios de alimentación ubicados en los cerros Alegre y Concepción.....                               | A-62 |
| Cuadro A6: | Otros servicios relacionados con el turismo ubicados en los cerros Alegre y Concepción.....             | A-70 |
| Cuadro A7: | Establecimientos de alojamientos turísticos ubicados en los Cerros Concepción y Alegre encuestados..... | A-71 |

## INDICE DE FIGURAS

|             |   |      |
|-------------|---|------|
| Figura A14: | Ubicación servicios turístico de alimentación y alojamiento, año 2014 Cerros Alegre y Concepción, Sitio Patrimonio Mundial – Valparaíso)..... | A-69 |
| Figura A15: | Formato encuesta Juntas de vecinos (p.1).....   | A-72 |
| Figura A16: | Formato encuesta Juntas de vecinos (p.2).....   | A-73 |
| Figura A17: | Formato encuesta Servicios de alojamiento (p.1).....  | A-74 |
| Figura A18: | Formato encuesta Servicios de alojamiento (p.2).....  | A-75 |

**Cuadro A4: Servicios de alojamiento turístico ubicados en los cerros Alegre y Concepción**

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN             | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO              | BARRIO       | CLASE ALOJAMIENTO  | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-----------------------|---|--------------|--------------------|--------------|--------------|
| 1           | GALOS 662             | B&B LA NONA                             | CERRO ALEGRE | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2009         | MICROEMPRESA |
| 2           | MONTEALEGRE 416       | HOSTAL TRICAHUE                         | CERRO ALEGRE | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 3           | GALOS 411             | HOSTAL CASA CELESTE                     | CERRO ALEGRE | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 4           | TEMPLEMAN 862         | HOSTAL ACUARELA                         | CERRO ALEGRE | RESIDENCIAL        | 2010         | MICROEMPRESA |
| 5           | SAN ENRIQUE 446       | HOTEL BOUTIQUE CASA SOMERSCALE          | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2003         | COMERCIALES  |
| 6           | SAN ENRIQUE 568       | HOSTEL ADLAFKEN                         | CERRO ALEGRE | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2013         | MICROEMPRESA |
| 7           | ALMIRANTE MONTT 603   | HOSTAL MITO                             | CERRO ALEGRE | RESIDENCIAL        | 2012         | COMERCIALES  |
| 8           | CIRILO AMSTRONG 12-14 | HOTEL BOUTIQUE CIRILO AMSTRONG          | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2009         | COMERCIALES  |
| 8           | CIRILO AMSTRONG 12-14 | HOTEL BOUTIQUE CIRILO AMSTRONG          | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2013         | ALCOHOLES    |
| 9           | CAPILLA 830           | B&B ESCALERA AL PUERTO                  | CERRO ALEGRE | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2013         | MICROEMPRESA |
| 10          | CAPILLA 784           | MORGAN B&B                              | CERRO ALEGRE | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2007         | COMERCIALES  |
| 11          | LAUTARO ROSAS 540     | ALLEGRETTO B&B                          | CERRO ALEGRE | RESIDENCIAL        | 2007         | COMERCIALES  |
| 12          | LAUTARO ROSAS 450     | HOTEL BOUTIQUE MM 450                   | CERRO ALEGRE | HOTEL BOUTIQUE     |              | ALCOHOLES    |
| 13          | SAN ENRIQUE 473       | HOTEL ACONTRALUZ                        | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2009         | COMERCIALES  |
| 14          | HIGUERA 133           | CASA HIGUERAS Y RESTAURANTE MONTEALEGRE | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2007         | COMERCIALES  |
| 14          | HIGUERA 133           | CASA HIGUERAS Y RESTAURANTE MONTEALEGRE | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2007         | ALCOHOLES    |
| 15          | MONTEALEGRE 244       | HOTEL MONTEALEGRE                       | CERRO ALEGRE | HOTEL              |              | COMERCIALES  |
| 16          | MONTEALEGRE 149       | PALACIO ASTORECA HOTEL                  | CERRO ALEGRE | HOTEL              | 2010         | COMERCIALES  |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN                 | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO  | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|---------------------------|----------------------------|------------------|--------------------|--------------|--------------|
| 17          | PASAJE LEYTON 229         | VOYAGE HOSTEL              | CERRO ALEGRE     | HOSTEL             |              | COMERCIALES  |
| 18          | URRIOLA 426- 428          | HOTEL DA VINCI             | CERRO ALEGRE     | HOTEL              | 2008         | COMERCIALES  |
| 19          | URRIOLA 450               | HOSTAL POLANCO             | CERRO ALEGRE     | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 20          | URRIOLA 560               | HOSTAL CERRO ALEGRE        | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2009         | MICROEMPRESA |
| 21          | TEMPLEMAN 657             | PATAPATA HOSTEL            | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2008         | MICROEMPRESA |
| 22          | TEMPLEMAN 645             | BIERCAFE Y HOTEL KULTOUR   | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2009         | COMERCIALES  |
| 23          | URRIOLA 664               | HOSTAL COLOR               | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2010         | MICROEMPRESA |
| 24          | LAUTARO ROSAS 493         | HOSTAL CASA PATRIMONIO     | CERRO ALEGRE     | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 25          | LAUTARO ROSAS 343         | HOTEL ZERO                 | CERRO ALEGRE     | HOTEL              | 2011         | COMERCIALES  |
| 26          | DIMALOW 231               | ECOMUSIC HOTEL             | CERRO ALEGRE     | HOTEL              |              | COMERCIALES  |
| 27          | ALMIRANTE MONTT 217       | HOTEL ART DECO             | CERRO ALEGRE     | HOTEL              |              | COMERCIALES  |
| 28          | PASEO DIMALOW 166         | HOTEL FAUNA                | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2011         | ALCOHOLES    |
| 29          | PASEO DIMALOW 135         | HOTEL BOUTIQUE CASA VANDER | CERRO ALEGRE     | HOTEL BOUTIQUE     |              | COMERCIALES  |
| 30          | ALMIRANTE MONTT 327       | HOSTAL JACARANDA HOME      | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2012         | MICROEMPRESA |
| 30          | ALMIRANTE MONTT 327       | HOSTAL JACARANDA HOME      | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2010         | COMERCIALES  |
| 31          | ALMIRANTE MONTT 213       | HOSPEDAJE LA BICYCLETTE    | CERRO ALEGRE     | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 32          | ALMIRANTE MONTT 167 - 169 | HOSTAL CAFÉ B&B GIRASOLES  | CERRO ALEGRE     | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 33          | BEETHOVEN 322             | B&B HOSTAL GAGLIARDO HOUSE | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2005         | COMERCIALES  |
| 34          | PASEO ATKINSON 165        | HOTEL MANOIR ATKINSON      | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2007         | COMERCIALES  |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN             | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO  | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-----------------------|----------------------------|------------------|--------------------|--------------|--------------|
| 34          | PASEO ATKINSON 165    | HOTEL MANOIR ATKINSON      | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2007         | ALCOHOLES    |
| 35          | PASEO ATKINSON 151    | HOTEL BRIGHTON             | CERRO CONCEPCION | HOTEL BOUTIQUE     |              | ALCOHOLES    |
| 36          | PAPUDO 579            | HOSTAL LA MAISON DU FILOU  | CERRO CONCEPCION | RESIDENCIAL        | 2011         | COMERCIALES  |
| 37          | ABTAO 575             | HOSTAL LA COLOMBINA        | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2003         | COMERCIALES  |
| 38          | ABTAO 682             | CASA CARRASCO              | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2004         | COMERCIALES  |
| 39          | ABTAO 644             | PAZZ HOTEL RESTAURANTE     | CERRO CONCEPCION | HOTEL              |              | ALCOHOLES    |
| 40          | PILCOMAYO 549         | HOSTAL BARRIO PARAISO      | CERRO CONCEPCION | RESIDENCIAL        | 2011         | COMERCIALES  |
| 41          | PAPUDO 557            | 17 HOTEL BOUTIQUE          | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2012         | COMERCIALES  |
| 41          | PAPUDO 557            | 17 HOTEL BOUTIQUE          | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2012         | ALCOHOLES    |
| 42          | PAPUDO 536            | HOSTAL PARAISO INN         | CERRO CONCEPCION | RESIDENCIAL        | 2007         | MICROEMPRESA |
| 43          | PAPUDO 526 PISO 2 Y 3 | LA VALIJA HOSTEL           | CERRO CONCEPCION | RESIDENCIAL        | 2013         | MICROEMPRESA |
| 44          | PASEO GERVASONI 1     | GRAN HOTEL GERVASONI       | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2007         | ALCOHOLES    |
| 44          | PASEO GERVASONI 1     | GRAN HOTEL GERVASONI       | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2006         | COMERCIALES  |
| 45          | ABTAO 157             | CASA MIRADOR HOSPEDAJE     | CERRO CONCEPCION | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 46          | PIERRE LOTI 51        | RESIDENCIA "EN EL CERRO"   | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2005         | MICROEMPRESA |
| 47          | PIERRE LOTI 65 - A    | HOSTAL SIN NOMBRE          | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR |              | MICROEMPRESA |
| 48          | TEMPLEMAN 549         | B&B PUERTO ESCONDIDO       | CERRO CONCEPCION | RESIDENCIAL        | 2010         | COMERCIALES  |
| 49          | TEMPLEMAN 531         | ECORUKA                    | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR |              | MICROEMPRESA |
| 50          | PASAJE TEMPLEMAN 59   | B&B LA LLAVE DEL SOL       | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR |              | MICROEMPRESA |

| NÚMERO MAPA    | DIRECCIÓN            | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO     | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO  | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|----------------|----------------------|--------------------------------|------------------|--------------------|--------------|--------------|
| 51             | PASAJE TEMPLEMAN 183 | HOTEL LATITUD 33° SUR"         | CERRO CONCEPCION | HOTEL              | 2008         | COMERCIALES  |
| 52             | TEMPLEMAN 572        | CASAS VIEJAS HOSTEL            | CERRO CONCEPCION | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 53             | PASAJE GALVEZ 11     | HOSTAL CASA AVENTURA           | CERRO CONCEPCION | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 54             | PASAJE GALVEZ 173    | CASA VALPARAISO HOSTAL         | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2012         | MICROEMPRESA |
| 55             | PASAJE FISCHER 37    | CASAFISCHER HOSTEL             | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2012         | MICROEMPRESA |
| 56             | PASAJE FISCHER 27    | CASA VOLANTE HOSTAL            | CERRO CONCEPCION | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 57             | URRIOLA 379          | HOSTAL PO                      | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2012         | COMERCIALES  |
| 58             | ALMIRANTE MONTT 154  | HOSTAL CANTA'ITO               | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2012         | MICROEMPRESA |
| 59             | ALMIRANTE MONTT 97   | LA CASA DEL PUERTO             | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2012         | MICROEMPRESA |
| 60             | ALMIRANTE MONTT 76   | HOSTAL QUINTIL                 | CERRO CONCEPCION | HOSTAL             |              | COMERCIALES  |
| 61             | ALMIRANTE MONTT 44   | HOTEL DEL CERRO                | CERRO ALEGRE     | HOTEL              | 2010         | COMERCIALES  |
| 62             | TEMPLEMAN 833        | HOSTAL LUNA SONRISA            | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2006         | COMERCIALES  |
| 63             | SUBIDA EL PERAL 60   | HOSTAL MILLENIUM HOUSE         | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2007         | COMERCIALES  |
| 64             | PILCOMAYO 491        | HOSTAL PILCOMAYO               | CERRO CONCEPCION | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2007         | COMERCIALES  |
| 65             | ALMIRANTE MONTT 632  | VALPO'S HOSTEL                 | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2009         | MICROEMPRESA |
| 66             | GALOS 435            | VOGA HOTEL                     | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2013         | COMERCIALES  |
| 67             | GALOS 595            | CASA GALOS APART HOTEL         | CERRO ALEGRE     | HOTEL              | 2012         | COMERCIALES  |
| 68             | SAN ENRIQUE 338      | HOTEL BOUTIQUE CASA VON MOLTKE | CERRO ALEGRE     | RESIDENCIAL        | 2007         | COMERCIALES  |
| <b>CERRADO</b> | URRIOLA 596          | HOSTAL POLANCO                 | CERRO ALEGRE     | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2007         | COMERCIALES  |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN       | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | BARRIO       | CLASE ALOJAMIENTO  | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-----------------|----------------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------|
| CERRADO     | SAN ENRIQUE 548 | OTTAVIA HOSTELING          | CERRO ALEGRE | RESIDENCIAL        | 2008         | MICROEMPRESA |
| CERRADO     | TEMPLEMAN 535   | HARRINGTON B&B             | CERRO ALEGRE | HOSPEDAJE FAMILIAR | 2008         | COMERCIALES  |
| FUERA AREA  | MIRAFLORES 303  |                            | CERRO ALEGRE | RESIDENCIAL        | 2010         | MICROEMPRESA |

Fuente: Elaboración propia en base a información Ilustre Municipalidad de Valparaíso, 2013

### Cuadro A5: Servicios de alimentación ubicados en los cerros Alegre y Concepción

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN                               | NOMBRE ESTABLECIMIENTO   | BARRIO       | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|---|--------------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
| 1           | MONTEALEGRE 592                         | GENTE FELIZ              | CERRO ALEGRE | CAFETERIA         | S/I          | COMERCIALES  |
| 2           | MONTEALEGRE 546                         | RESTAURANTE LA COCO      | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2010         | COMERCIALES  |
| 2           | MONTEALEGRE 546                         | RESTAURANTE LA COCO      | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2011         | ALCOHOLES    |
| 3           | MONTEALEGRE ESQUINA PASAJE SANTA ISABEL | RESTAURANTE MAR PERLA    | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | S/I          | COMERCIALES  |
| 4           | ALMIRANTE MONTT 533                     | TOTO BISTOT RESTAURANTE  | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2012         | COMERCIALES  |
| 5           | ALMIRANTE MONTT 532                     | RESTAURANTE IL PIZZAIOLO | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2009         | COMERCIALES  |
| 5           | ALMIRANTE MONTT 532                     | RESTAURANTE IL PIZZAIOLO | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2009         | ALCOHOLES    |
| 6           | PASEO YUGOSLAVO 15                      | RESTAURANTE LA COLOMBINA | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 7           | URRIOLA 464                             | RESTAURANTE KISAKI       | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2008         | COMERCIALES  |
| 7           | URRIOLA 464                             | RESTAURANTE KISAKI       | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2009         | ALCOHOLES    |
| 8           | URRIOLA 476                             | RESTUARANTE PROBLENOU    | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2005         | COMERCIALES  |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN             | NOMBRE ESTABLECIMIENTO                | BARRIO       | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-----------------------|---------------------------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|
| 8           | URRIOLA 476           | RESTUARANTE PROBLENOU                 | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2005         | ALCOHOLES    |
| 8           | URRIOLA 518           | RESTAURANTE BRECON'S VALPARAISO       | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 9           | URRIOLA 566           | CAFÉ DEL JARDIN                       | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2008         | COMERCIALES  |
| 9           | URRIOLA 652           | RESTAURANTE CAFÉ DEL PINTOR           | CERRO ALEGRE | CAFETERIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| 9           | URRIOLA 662           | RESTAURANTE CAFÉ DEL PINTOR           | CERRO ALEGRE | FUENTE SODA       | 2011         | COMERCIALES  |
| 10          | URRIOLA 662           | RESTAURANTE MORI                      | CERRO ALEGRE | CAFETERIA         | 2005         | ALCOHOLES    |
| 11          | URRIOLA 688           | RESTAURANTE PIZZERIA IT LA BRUSCHETTA | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2012         | ALCOHOLES    |
| 11          | URRIOLA 688           | RESTAURANTE PIZZERIA IT LA BRUSCHETTA | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2011         | COMERCIALES  |
| 12          | ALMIRANTE MONTT 402   | CAFÉ RESTAURANTE ALMACEN NACIONAL     | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2010         | COMERCIALES  |
| 12          | ALMIRANTE MONTT 402   | CAFÉ RESTAURANTE ALMACEN NACIONAL     | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2010         | ALCOHOLES    |
| 13          | ALMIRANTE MONTT 414   | AMOR PORTEÑO                          | CERRO ALEGRE | FUENTE DE SODA    | S/I          | COMERCIALES  |
| 14          | ALMIRANTE MONTT 438   | SANGUCHERIA LA PANCHITA               | CERRO ALEGRE | COMIDA RAPIDA     | 2011         | COMERCIALES  |
| 15          | ALMIRANTE MONTT 450   | RESTAURANTE VINILO                    | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 16          | ALMIRANTE MONTT 484   | BAR PISCO                             | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2009         | ALCOHOLES    |
| 16          | ALMIRANTE MONTT 484   | BAR PISCO                             | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2009         | COMERCIALES  |
| 17          | ALMIRANTE MONTT 455-A | COCINA PUERTO RESTAURANTE             | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2012         | COMERCIALES  |
| 17          | ALMIRANTE MONTT 455-A | COCINA PUERTO RESTAURANTE             | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2012         | ALCOHOLES    |
| 18          | ALMIRANTE MONTT 427   | SAMSARA COMIDA THAI                   | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2005         | COMERCIALES  |
| 19          | JOSE GROSSI 268       | TAULET RESTAURANT                     | CERRO ALEGRE | RESTAURANTE       | 2006         | ALCOHOLES    |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN                 | NOMBRE ESTABLECIMIENTO              | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|---------------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 19          | JOSE GROSSI 268           | TAULET RESTAURANT                   | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2006         | COMERCIALES  |
| 20          | PASEO DIMALOW 249         | CAFÉ RESTOBAR DIMALOW               | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2006         | COMERCIALES  |
| 21          | ALMIRANTE MONTT 399       | RESTAURANTE EL DESAYUNADOR          | CERRO ALEGRE     | COMIDA RAPIDA     | 2003         | COMERCIALES  |
| 22          | ALMIRANTE MONTT 217       | RESTO CAFÉ BELGA VIA VIA            | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2010         | ALCOHOLES    |
| 22          | ALMIRANTE MONTT 217       | RESTOCAFE BELGA VIA VIA             | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2009         | COMERCIALES  |
| 23          | PASEO DIMALOW 166         | RESTAURANTE FAUNA                   | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2010         | COMERCIALES  |
| 24          | ALMIRANTE MONTT 391       | NORMA'S RESTAURANTE                 | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2010         | COMERCIALES  |
| 24          | ALMIRANTE MONTT 391       | NORMA'S RESTAURANTE                 | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2010         | ALCOHOLES    |
| 25          | ALMIRANTE MONTT 376       | LE FILOU DE MONTPELLIER RESTAURANTE | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 26          | ALMIRANTE MONTT 336       | EMILIE DUBOIS                       | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2013         | COMERCIALES  |
| 27          | ALMIRANTE MONTT 328       | RESTOBAR ACCESIT                    | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2007         | COMERCIALES  |
| 27          | ABTAO 576                 | RESTAURANTE DON CRIOLLO             | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2012         | MICROEMPRESA |
| 27          | ALMIRANTE MONTT 328       | RESTOBAR ACCESIT                    | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2009         | ALCOHOLES    |
| 28          | ALMIRANTE MONTT 316       | CAFÉ CON CUENTO                     | CERRO ALEGRE     | CAFETERIA         | 2005         | COMERCIALES  |
| 29          | ALMIRANTE MONTT 249       | RESTOBAR MEXICANO LOS CHILES        | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2011         | COMERCIALES  |
| 29          | ALMIRANTE MONTT 249       | RESTOBAR MEXICANO LOS CHILES        | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2012         | ALCOHOLES    |
| 30          | ALMIRANTE MONTT 167 - 169 | HOSTAL CAFÉ B&B GIRASOLES           | CERRO ALEGRE     | CAFÉ              | S/I          | COMERCIALES  |
| 31          | PASEO ATKINSON 110        | CAFÉ DE IRIS                        | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2008         | COMERCIALES  |
| 32          | PAPUDO 566                | LE PETIT CUER                       | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | S/I          | COMERCIALES  |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN               | NOMBRE ESTABLECIMIENTO             | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-------------------------|------------------------------------|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 33          | SUBIDA CONCEPCIÓN 190   | ILLI                               | CERRO CONCEPCION | CAFÉ              | S/I          | COMERCIALES  |
| 34          | SUBIDA CONCEPCION 261-A | CAFETERIA LA PANERA                | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2012         | COMERCIALES  |
| 35          | SUBIDA CONCEPCION 280-B | CAFÉ CON GRACIA                    | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2009         | COMERCIALES  |
| 35          | SUBIDA CONCEPCION 280-B | CAFÉ CON GRACIA                    | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2010         | ALCOHOLES    |
| 35          | CONCEPCIÓN 260          | KFE                                | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2004         | ALCOHOLES    |
| 36          | ABTAO 644               | PAZZ HOTEL RESTAURANTE             | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 38          | ABTAO 550               | RESTAURANTE ABTAO                  | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2010         | COMERCIALES  |
| 38          | ABTAO 550               | RESTAURANTE ABTAO                  | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2010         | ALCOHOLES    |
| 39          | TEMPLEMAN 352           | PASTA E VINO                       | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2003         | COMERCIALES  |
| 39          | TEMPLEMAN 352           | CAFETERIA LECHE                    | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2003         | ALCOHOLES    |
| 40          | PILCOMAYO 529           | RESTAURANTE ALLEGRETTO             | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2005         | COMERCIALES  |
| 40          | PILCOMAYO 529           | RESTAURANTE ALLEGRETTO             | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2005         | ALCOHOLES    |
| 41          | PILCOMAYO 581           | RESTAURANTE LA TAPA DE MADRID      | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 42          | PAPUDO 539 AL 541       | RESTAURANT LA CONCEPCION           | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2006         | ALCOHOLES    |
| 43          | TEMPLEMAN 147           | RESTAURANTE CAFÉ TURRI             | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2009         | COMERCIALES  |
| 44          | PAPUDO 520              | COLON CAFÉ                         | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | S/I          | COMERCIALES  |
| 45          | PAPUDO 424              | RESTAURANTE IL PAPARAZZO           | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | ALCOHOLES    |
| 46          | PASEO GERVASONI 1       | GRAN HOTEL GERVASONI               | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2007         | ALCOHOLES    |
| 47          | PASEO GERVASONI 448     | MUSEO MIRADOR DE LUKAS - CAFETERIA | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2007         | COMERCIALES  |

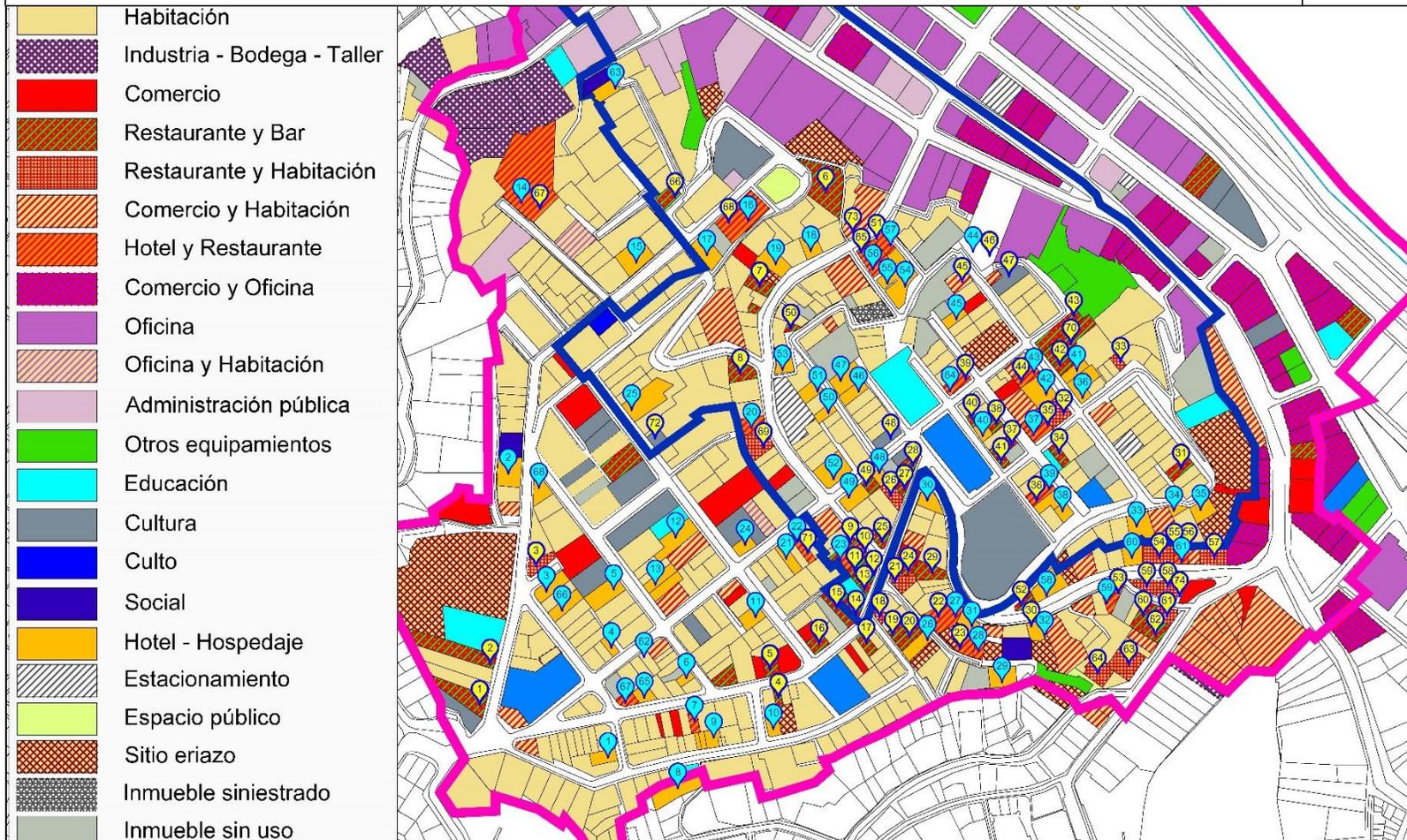
| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN               | NOMBRE ESTABLECIMIENTO              | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-------------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 48          | PIERRE LOTI 9 L/2       | FLORA CAFÉ - GALERIA PIERRE LOTI    | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| 49          | TEMPLEMAN 561           | SABOR COLOR BAR RESTAURANTE         | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2009         | ALCOHOLES    |
| 49          | TEMPLEMAN 561           | SABORCOLOR                          | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2009         | COMERCIALES  |
| 50          | PASAJE GALVEZ 49 A      | RESTAURANTE LA CHUCHOCA             | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | COMERCIALES  |
| 51          | URRIOLO 377             | CAFÉ ALEGRE                         | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | S/I          | COMERCIALES  |
| 52          | ALMIRANTE MONTT 168     | CAFÉ NATURALES                      | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | S/I          | COMERCIALES  |
| 53          | ALMIRANTE MONTT 107     | LA CASA DEL PUERTO RESTUARANTE      | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | COMERCIALES  |
| 54          | ALMIRANTE MONTT 60      | TAMA SUCHI                          | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2008         | COMERCIALES  |
| 56          | ALMIRANTE MONTT 48      | RESTAURANTE RITUAL                  | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2003         | COMERCIALES  |
| 56          | ALMIRANTE MONTT 48      | RESTAURANTE RITUAL                  | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2003         | ALCOHOLES    |
| 56          | ALMIRANTE MONTT 40      | CAFÉ PUTA MADRE                     | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | COMERCIALES  |
| 57          | ALMIRANTE MOTT 16       | RESTAURANTE CABALA                  | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | COMERCIALES  |
| 58          | ALMIRANTE MONTT 51 L/02 | RESTOBAR PASAJE SECRETO             | CERRO ALEGRE     | CAFETERIA         | 2005         | ALCOHOLES    |
| 59          | ALMIRANTE MONTT 59-69   | BAR ALIMAP                          | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2005         | COMERCIALES  |
| 59          | ALMIRANTE MONTT 59-69   | BAR ALIMAP                          | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2005         | ALCOHOLES    |
| 60          | WAGNER                  | CLUB EMPLEADOS CIVILES DE LA ARMADA | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | S/I          | COMERCIALES  |
| 61          | WAGNER 129 L/5          | SANDWICHERIA ARABE                  | CERRO ALEGRE     | COMIDA RAPIDA     | 2012         | COMERCIALES  |
| 62          | CUMMING 68              | BAR ILICITO                         | CERRO ALEGRE     | BAR               | S/I          | ALCOHOLES    |
| 63          | CUMING 98               | BAR LUMIERE                         | CERRO ALEGRE     | BAR               | S/I          | ALCOHOLES    |

| NÚMERO MAPA | DIRECCIÓN               | NOMBRE ESTABLECIMIENTO                  | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------|-------------------------|---|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 64          | CUMING 126              | CASA CERVECERIA ALTAMIRA                | CERRO ALEGRE     | BAR               | S/I          | ALCOHOLES    |
| 65          | URRIOLA 383             | CAFÉ DELICATESSEN                       | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2005         | COMERCIALES  |
| 66          | SUB. EL PERAL 182       | EL PERAL                                | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2006         | COMERCIALES  |
| 66          | SUBIDA EL PERAL 182     | EL PERAL                                | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2008         | ALCOHOLES    |
| 67          | HIGUERA 133             | CASA HIGUERAS Y RESTAURANTE MONTEALEGRE | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2007         | COMERCIALES  |
| 67          | HIGUERA 133             | CASA HIGUERAS Y RESTAURANTE MONTEALEGRE | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2007         | ALCOHOLES    |
| 68          | MONTEALEGRE 149         | PALACIO HASTORECA HOTEL                 | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2012         | COMERCIALES  |
| 69          | URRIOLA 564             | CAFÉ DEL JARDIN                         | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2010         | ALCOHOLES    |
| 70          | PAPUDO 527              | LA BELLE EPOQUE                         | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| 71          | TEMPLEMAN 645           | BIERCAFE Y HOTEL KULTOUR                | CERRO ALEGRE     | CAFETERIA         | 2013         | COMERCIALES  |
| 72          | LAUTARO ROSAS 377 L/A   | PARAFERNALIA - TETERIA & DULCERIA       | CERRO ALEGRE     | COMIDA RAPIDA     | 2012         | COMERCIALES  |
| 73          | URRIOLA 358             | DELICIAS EXPRESS                        | CERRO ALEGRE     | FUENTE SODA       | 2005         | COMERCIALES  |
| 74          | ALMIRANTE MONTT 51 L/01 | L'ESCAPADE RESTAURANTE                  | CERRO ALEGRE     | FUENTE SODA       | 2006         | COMERCIALES  |
| CERRADO     | ALMIRANTE MONTT 129     | LA RAIZ                                 | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2011         | COMERCIALES  |
| CERRADO     | ALMIRANTE MONTT 658     | PUERTO CLARO                            | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2013         | COMERCIALES  |
| CERRADO     | ALMIRANTE MONTT 462     | APICE                                   | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2013         | ALCOHOLES    |
| CERRADO     | ALMIRANTE MONTT 658     | PUERTO CLARO                            | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2013         | ALCOHOLES    |
| CERRADO     | PILCOMAYO 581           |   | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2008         | ALCOHOLES    |
| CERRADO     | PILCOMAYO 581           |   | CERRO CONCEPCION | RESTAURANTE       | 2007         | COMERCIALES  |

| NÚMERO MAPA       | DIRECCIÓN             | NOMBRE ESTABLECIMIENTO | BARRIO           | CLASE ALOJAMIENTO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|-------------------|-----------------------|------------------------|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| <b>CERRADO</b>    | PILCOMAYO 477         | EL RINCON DEL BARISTA  | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2013         | MICROEMPRESA |
| <b>CERRADO</b>    | TEMPLEMAN 769         | CASA TEMPLEMAN         | CERRO ALEGRE     | CAFETERIA         | 2013         | MICROEMPRESA |
| <b>CERRADO</b>    | SUBIDA CONCEPCION 183 | CIENTO OCHENTA Y TRES  | CERRO CONCEPCION | CAFETERIA         | 2008         | COMERCIALES  |
| <b>CERRADO</b>    | TEMPLEMAN 769         | CASA TEMPLEMAN         | CERRO ALEGRE     | COMIDA RAPIDA     | 2009         | COMERCIALES  |
| <b>CERRADO</b>    | ALMIRANTE MONTT 462   | APICE                  | CERRO ALEGRE     | COMIDA RAPIDA     | 2012         | COMERCIALES  |
| <b>CERRADO</b>    | AVENIDA ALEMANIA 4807 |                        | CERRO ALEGRE     | COMIDA RAPIDA     | 2009         | MICROEMPRESA |
| <b>CERRADO</b>    | ABTAO 561 - A         | BIJOUX RESTOBAR        | CERRO CONCEPCION | COMIDA RAPIDA     | 2010         | COMERCIALES  |
| <b>FUERA AREA</b> | AVENIDA ELIAS 126     |                        | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2007         | COMERCIALES  |
| <b>FUERA AREA</b> | AVENIDA ALEMANIA 4966 |                        | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2013         | ALCOHOLES    |
| <b>FUERA AREA</b> | AVENIDA ELIAS 126     |                        | CERRO ALEGRE     | RESTAURANTE       | 2007         | ALCOHOLES    |
| <b>FUERA AREA</b> | AVENIDA ELIAS 2       |                        | CERRO ALEGRE     | CAFETERIA         | 2013         | COMERCIALES  |

Fuente: Elaboración propia en base a información Ilustre Municipalidad de Valparaíso, 2013

**Figura N° 14: Ubicación servicios turístico de alimentación y alojamiento, año 2014**  
 Cerros Alegre y Concepción, Sitio Patrimonio Mundial – Valparaíso



Fuente: Elaboración propia en base a información de terreno, 2014.

**Cuadro A6: Otros servicios relacionados con el turismo ubicados en los cerros Alegre y Concepción**

| RAZÓN SOCIAL                                    | DIRECCIÓN                                 | BARRIO           | CLASE DE SERVICIO | AÑO OTORGADA | TIPO PATENTE |
|---|---|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| INVERSIONES Y TURISMO PLAN V SPA.               | PASEO DIMALOW 260 N° 6 CERRO ALEGRE       | CERRO ALEGRE     | AGENCIA DE VIAJES | 2013         | COMERCIALES  |
| BUSTOS NIETO ANDREA PATRICIA                    | PAPUDO 527 C° CONCEPCION CERRO CONCEPCION | CERRO CONCEPCION | GALERIA ARTE      | 2011         | COMERCIALES  |
| FUENZALIDA HERNANDEZ JUAN PABLO                 | AVENIDA ALEMANIA 4622 CERRO ALEGRE        | CERRO ALEGRE     | GALERIA ARTE      | 2013         | MICROEMPRESA |
| VEGA ROJO CRISTIAN ALEX                         | MIRAMAR 175 CERRO ALEGRE                  | CERRO ALEGRE     | GALERIA ARTE      | 2012         | COMERCIALES  |
| NIETO IBACETA PATRICIA ANGELICA Y OTRA          | ABTAO 529-A CERRO CONCEPCION              | CERRO CONCEPCION | GALERIA ARTE      | 2004         | COMERCIALES  |
| BRICEÑO ECHEGARAY MONICA DEL CARMEN             | ABTAO 529 CERRO CONCEPCION                | CERRO CONCEPCION | GALERIA ARTE      | 2012         | COMERCIALES  |
| FLORES MIRANDA MARIA                            | ALVARO BESA 520 CERRO ALEGRE              | CERRO ALEGRE     | GALERIA ARTE      | 2013         | MICROEMPRESA |
| PEÑA OLTRA PATRICIO HUGO MARCO                  | TEMPLEMAN 523 CERRO CONCEPCION            | CERRO CONCEPCION | GALERIA ARTE      | 2013         | MICROEMPRESA |
| FREILE RAUSCHENBERG HERNA                       | LAUTARO ROSAS 330 CERRO ALEGRE            | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2006         | COMERCIALES  |
| MORALES DIAZ VICTOR HUGO                        | LAUTARO ROSAS 449-A CERRO ALEGRE          | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2003         | COMERCIALES  |
| TORRES ROSAS INGRID JESSICA                     | SUBIDA EL PERAL 182 L/3 CERRO ALEGRE      | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2013         | COMERCIALES  |
| AVILES MELENDEZ MARTA ELENA                     | ALMIRANTE MONTT 431 DEP-B CERRO ALEGRE    | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2013         | MICROEMPRESA |
| NARANJO IBÁÑEZ SOLANGE MASSIEL                  | TEMPLEMAN 770 CERRO ALEGRE                | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2007         | COMERCIALES  |
| ALONSO FIERRO MARIA VICTORIA                    | PIERRE LOTI 9 L/5 CERRO ALEGRE            | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| DIABUNO VALERO JOHANA CAROLINA                  | LAUTARO ROSAS 377 CERRO ALEGRE            | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| AIDA LEIVA MARTINEZ MUYSANO EIRL.               | PASEO GERVASONI 408 CERRO CONCEPCION      | CERRO CONCEPCION | ARTESANIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| MUÑOZ BAEZ JOCELYN ALEJANDRA                    | PASAJE FISCHER 25 CERRO CONCEPCION        | CERRO CONCEPCION | ARTESANIA         | 2011         | MICROEMPRESA |
| FICA CUADRA HAYDEE DEL CARMEN                   | LAUTARO ROSAS 314 L/2 CERRO ALEGRE        | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2011         | COMERCIALES  |
| CERDA GOMEZ SOFIA DE LAS MERCEDES               | TEMPLEMAN 995 CERRO ALEGRE                | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| SOCIEDAD MORGADO Y COMPAÑIA LTDA.               | PASEO ATKINSON 153 CERRO CONCEPCION       | CERRO CONCEPCION | ARTESANIA         | 2008         | COMERCIALES  |
| MOORE VICTORIANO FERNANDA EVELYN                | SUBIDA EL PERAL 182 L/1 CERRO ALEGRE      | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2011         | COMERCIALES  |
| AGUILERA ALZAMORA JEANNETTE PATRICIA DEL CARMEN | URRIOLA 584 CERRO ALEGRE                  | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2007         | COMERCIALES  |
| COUSTOU BERTRAND HENRI ANDRE                    | ALMIRANTE MONTT 372 CERRO ALEGRE          | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2005         | COMERCIALES  |
| AGUILERA ALZAMORA JEANNETTE PATRICIA DEL CARMEN | ALMIRANTE MONTT 149 CERRO ALEGRE          | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2003         | COMERCIALES  |
| PULGAR BOZANIC RICARDO ANDRES                   | ALMIRANTE MONTT 297 CERRO CONCEPCION      | CERRO CONCEPCION | ARTESANIA         | 2004         | COMERCIALES  |
| ACIARES SUAREZ MYRIAM JEANETTE                  | GUILLERMO MUNICH 204 D/115 CERRO ALEGRE   | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2012         | COMERCIALES  |
| CAMPOS PADILLA PAULA ALEJANDRA EIRL             | LAUTARO ROSAS 377 L/C CERRO ALEGRE        | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2011         | COMERCIALES  |
| MONTENEGRO GALLEGUILLOS MURIEL                  | SANTA ISABEL 684 CERRO ALEGRE             | CERRO ALEGRE     | ARTESANIA         | 2011         | COMERCIALES  |
| GOMEZ BARAHONA NATACHA MORIN                    | SUBIDA CONCEPCION 179 CERRO CONCEPCION    | CERRO CONCEPCION | ARTESANIA         | 2011         | MICROEMPRESA |
| ARIAS SALGADO MARIA CAROLINA                    | ALMIRANTE MONTT 1 CERRO CONCEPCION        | CERRO CONCEPCION | ARTESANIA         | 2008         | COMERCIALES  |

Fuente: Elaboración propia en base a información Ilustre Municipalidad de Valparaíso, 2013

**Cuadro A7: Establecimientos de alojamientos turísticos ubicados en los Cerros Concepción y Alegre encuestados**

| N° | Nombre del Establecimiento             | Dirección              | Barrio           | Clase de Establecimiento               | Cantidad Muestra |
|----|--|------------------------|------------------|--|------------------|
| 1  | Casa Galos                             | Galos 595              | Cerro Alegre     | Apart Hotel                            | 11               |
| 2  | Casa Von Moltke                        | San Enrique 338        | Cerro Alegre     | Hotel                                  |                  |
| 3  | Fauna Hotel Restaurant                 | Pasaje Dimalow 166     | Cerro Alegre     | Hotel Boutique                         |                  |
| 4  | Hotel Brighton                         | Paseo Atkinson 151-153 | Cerro Concepción | Hotel Boutique                         |                  |
| 5  | Hotel Boutique Acontraluz              | San Enrique 473        | Cerro Alegre     | Hotel Boutique                         |                  |
| 6  | Hotel Boutique Patrimonial Somerscales | San Enrique 446        | Cerro Alegre     | Hotel Boutique                         |                  |
| 7  | Hotel Boutique Sutherland House        | Avenida Alemania 4966  | Cerro Alegre     | Hotel Boutique                         |                  |
| 8  | Zero Hotel                             | Lautaro Rozas 343      | Cerro Alegre     | Hotel Boutique                         |                  |
| 9  | Gran Hotel Gervasoni                   | Paseo Gervasoni 1      | Cerro Concepción | Hotel Boutique                         |                  |
| 10 | Hotel Del Cerro                        | Almirante Montt 44     | Cerro Concepción | Hotel Boutique                         |                  |
| 11 | Hotel Manoir Atkinson                  | Paseo Atkinson 165     | Cerro Concepción | Hotel Boutique                         |                  |
| 12 | Hostal Acuarela                        | Templeman 862          | Cerro Alegre     | Albergue, Refugio u Hostel             | 20               |
| 13 | Hostal Casa Valparaíso                 | Pasaje Gálvez 173      | Cerro Concepción | Albergue, Refugio u Hostel             |                  |
| 14 | Casa Kreyenberg                        | Avenida Alemania 4626  | Cerro Alegre     | Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast |                  |
| 15 | Allegretto Bed & Breakfast             | Lautaro Rosas 540      | Cerro Alegre     | Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast |                  |
| 16 | B&B La Nona                            | Galos 660              | Cerro Alegre     | Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast |                  |
| 17 | Morgan Bed & Breakfast                 | Capilla 784            | Cerro Alegre     | Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast |                  |
| 18 | Casa Carrasco                          | Abtao 668              | Cerro Concepción | Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast |                  |
| 19 | Residencia en El Cerro                 | Pierre Loti 51         | Cerro Concepción | Alojamiento Familiar o Bed & Breakfast |                  |
| 20 | Hostal Jacaranda                       | Urriola 636            | Cerro Alegre     | Hostal y Residencial                   |                  |
| 21 | Mm450 Hostel Boutique                  | Lautaro Rosas 450      | Cerro Alegre     | Hostal y Residencial                   |                  |
| 22 | Alecon Finehostel                      | Abtao 684              | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 23 | Casa Fisher Hostal                     | Pasaje Fisher 37       | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 24 | Casa Mirador                           | Abtao 457              | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 25 | Hostal Barrio Paraíso                  | Pilcomayo 549          | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 26 | Hostal Canta'ito                       | Almirante Montt 154    | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 27 | Hostal Casa Aventura                   | Pasaje Gálvez 11       | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 28 | Hostal Casa Verde Limón                | Cumming 198            | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 29 | Hostal Nómades                         | Urriola 560            | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 30 | Hostal Polanco                         | Urriola 596            | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |
| 31 | La Valija Hostel                       | Papudo 526             | Cerro Concepción | Hostal y Residencial                   |                  |

Fuente: Elaboración propia en base a información Ilustre Municipalidad de Valparaíso, 2013

Figura A15: Formato encuesta Juntas de vecinos (p.1)



|  |  |                                     |   |                                 |                           |
|--|--|-------------------------------------|---|---------------------------------|---------------------------|
| Fecha  |  | N° Correlativo                      |   | Lugar:                          |                           |
| 2014   |  |                                     |   |                                 |                           |
| <b>Nombre organización social - Identifique su líder</b>   |  |                                     |   |                                 |                           |
|  | Tipo   | <input checked="" type="checkbox"/> | Nombre  | Líder o principal representante |                           |
| 1  | Social   |                                     |   |                                 |                           |
| 2  | Cultural   |                                     |   |                                 |                           |
| 3  | Ambiental  |                                     |   |                                 |                           |
| 4  | Otra   |                                     |   |                                 |                           |
| <b>¿Vive en el barrio? - ¿Hace cuánto años?</b>  |  |                                     | <b>¿Propiedad de la residencia?</b>                   |                                 |                           |
| NO   | - de 1   | 1 y 5                               | 5 y 10  | 10 y 15                         | + de 15                   |
|  |  |                                     | Propia  | Familia                         | Arrendada                 |
|  |  |                                     | Otro:   |                                 |                           |
| <b>Motivo de residir en el barrio:</b>   |  |                                     | <b>Nivel de satisfacción por residir en el barrio</b> |                                 |                           |
|  |  |                                     | Alto  | Medio                           | Bajo                      |
|  |  |                                     | No se pronuncia                                       |                                 |                           |
| <b>¿Cuál son los beneficios de residir en el barrio? (mencione 3 en orden de prioridad)</b>  |  |                                     |   |                                 |                           |
| Cercanía con el centro de Valpo.   | Facilidad de acceso al barrio  | Seguridad y tranquilidad            | Calidad de plazas y miradores                         | Calidad entorno patrimonial     | Convivencia entre vecinos |
| Mantener tradición familiar  | Oferta servicios turísticos y ocio   | Oferta cultural y actividades afín  | Otros:  |                                 |                           |
| <b>¿Califique como positiva <input checked="" type="checkbox"/> o negativa <input checked="" type="checkbox"/> la presencia de los siguientes servicios de turismo en el barrio?</b> |  |                                     |   |                                 |                           |
| Hoteles boutique   | Bares/Pubs   | Restaurantes                        | Cafés/Fuentes de soda                                 | Circuitos guiados (city tours)  |                           |
| Hospedajes (B&B)   | Galerías/Cultural  | Artesanía/Souvenir                  | Tiendas/Comercio                                      | Estacionamientos                |                           |
| <b>Sobre los cambios sociales producidos en el barrio por la presencia del turismo</b>   |  |                                     |   |                                 |                           |
|  |  |                                     | Si  | No                              | SO                        |
| 1  | ¿En los últimos 5 a 10 años ha aumentado significativamente los visitantes al barrio?            |                                     |   |                                 |                           |
| 2  | ¿Si ha aumentado significativamente las vistas al barrio, los vecinos están de acuerdo con ello? |                                     |   |                                 |                           |
| 3  | ¿Considera que el modo de vida del barrio ha cambiado en los últimos 5 a 10 años?                |                                     |   |                                 |                           |
| 4  | ¿La afluencia de visitantes al barrio durante el día favorece la convivencia entre vecinos?      |                                     |   |                                 |                           |
| 5  | ¿La afluencia de visitantes al barrio durante la noche favorece la convivencia entre vecinos?    |                                     |   |                                 |                           |
| 6  | ¿Considera que los cambios producidos favorecen las relaciones entre los vecinos?                |                                     |   |                                 |                           |
| 7  | ¿Existe preocupación y malestar entre los vecinos por los cambios del barrio?                    |                                     |   |                                 |                           |
| 8  | ¿Sabe si el valor de las propiedades en el barrio ha aumentado en los últimos 5 a 10 años?       |                                     |   |                                 |                           |
| 9  | ¿El aumento del valor de las propiedades ha motivado que vecinos tengan que marcharse?           |                                     |   |                                 |                           |
| 10   | ¿En los últimos 5 a 10 años ha llegado mucha gente nueva a vivir al barrio?                      |                                     |   |                                 |                           |
| 11   | ¿La gente que ha llegado a vivir al barrio se relaciona bien con los antiguos vecinos?           |                                     |   |                                 |                           |
| 12   | ¿Las relaciones entre los antiguos vecinos y los nuevos son conflictivas?                        |                                     |   |                                 |                           |
| 13   | ¿Las relaciones de los vecinos con las empresas de turismo que están en el barrio es buena?      |                                     |   |                                 |                           |
| 14   | ¿Considera que la cantidad de empresas de turismo que funcionan en el barrio es adecuada?        |                                     |   |                                 |                           |
| 15   | ¿La llegada de empresas de turismo ha ayudado a revitalizar la vida del barrio?                  |                                     |   |                                 |                           |
| 16   | ¿Cree que es positivo que se instalen más empresas de alojamiento turístico en el barrio?        |                                     |   |                                 |                           |
| 17   | ¿Cree que es positivo que se instalen más empresas de esparcimiento nocturno en el barrio?       |                                     |   |                                 |                           |
| 18   | ¿Las empresas de turismo aportan de alguna manera en mejorar el barrio?                          |                                     |   |                                 |                           |
| <b>Si reside o visita regularmente el Barrio por más de 5 años, señale:</b>  |  |                                     |   |                                 |                           |
| 1  | Un aspecto en el que ha se mejorado el ambiente urbano   |                                     |   |                                 |                           |
|  |  |                                     |   |                                 |                           |
| 2  | Un aspecto en el que se ha deteriorado el ambiente urbano  |                                     |   |                                 |                           |
|  |  |                                     |   |                                 |                           |

**Figura A16: Formato encuesta Juntas de vecinos (p.2)**



Califique como:

- BUENO CARACTERÍSTICA POSITIVA o genera EFECTOS POSITIVOS al Barrio.
- INDIFERENTE NO ES UNA CARACTERÍSTICA o NO AFECTA en forma significativa al Barrio.
- MALO CARACTERÍSTICA NEGATIVA o genera EFECTOS NEGATIVOS al Barrio.

| ASPECTO A EVALUAR   | Bueno | Indife-<br>rente | Malo | Elegir 3<br>claves |
|---|-------|------------------|------|--------------------|
| Ambiente en general del Barrio  |       |                  |      |                    |
| Edificación continua de baja altura con valor patrimonial del barrio        |       |                  |      |                    |
| Limpieza, conservación y presentación de las calles del barrio              |       |                  |      |                    |
| Limpieza, conservación y presentación de las edificaciones del barrio       |       |                  |      |                    |
| Convivencia y vida cotidiana (familiar) en el Barrio                        |       |                  |      |                    |
| Cantidad (concentración) de bares y pub en el Barrio                        |       |                  |      |                    |
| Cantidad (concentración) de restaurantes y gastronomía en el Barrio         |       |                  |      |                    |
| Afluencia masiva de visitantes extranjeros al Barrio                        |       |                  |      |                    |
| Aumento de tiendas de artesanías, suvenir y similares en el Barrio          |       |                  |      |                    |
| Presencia de vendedores ambulantes y comercio callejero en el Barrio        |       |                  |      |                    |
| Afluencia masiva de visitantes nacionales al Barrio                         |       |                  |      |                    |
| Comportamiento diurno de los visitantes al Barrio                           |       |                  |      |                    |
| Comportamiento nocturno de los visitantes al Barrio                         |       |                  |      |                    |
| Aumento de tránsito vehicular en el Barrio                                  |       |                  |      |                    |
| Conservación-Recuperación de veredas paseos y plazas en el Barrio           |       |                  |      |                    |
| Dotación de estacionamientos y usos de calles para este fin                 |       |                  |      |                    |
| Realización de actividades masivas en el barrio (carnavales, fiestas, etc.) |       |                  |      |                    |
| Seguridad pública en el Barrio  |       |                  |      |                    |
| Cambio de uso residencial por comercial de sectores centrales del Barrio    |       |                  |      |                    |
| Presencia de publicidad y otras manifestaciones gráficas en fachadas        |       |                  |      |                    |
| Otro:   |       |                  |      |                    |
| Observaciones:  |       |                  |      |                    |

Figura A17: Formato encuesta Servicios de alojamiento (p.1)

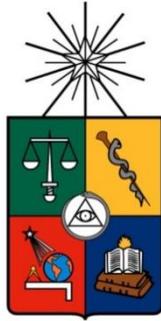
|   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
|---|-------|--------------------------------------|--------|------------------------------------|---|-------------------------------|--------|---------------------------------|-------------------|---------------------------|------|-----------------|
|  UNIVERSIDAD DE CHILE<br>FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO<br>ESCUELA DE POSTGRADO<br>MAGISTER EN URBANISMO |       | ENCUESTA A<br>EMPRESARIOS DEL BARRIO |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Fecha   |       | N° Correlativo                       |        | Lugar:                             |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2014  |       |                                      |        | Clase de Empresa:                  |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Edad (Grupo etario) del entrevistado <input checked="" type="checkbox"/>  |       |                                      | Genero |                                    | Nivel de Educación Alcanzado <input checked="" type="checkbox"/>                      |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 18-29   | 30-45 | 46-59                                | 60 y + | M                                  | F   | Básica                        | Media  | Técnico                         | Universitaria y + |                           |      |                 |
| ¿Reside en el barrio? - ¿Hace cuánto tiempo? <input checked="" type="checkbox"/>  |       |                                      |        |                                    | ¿Propiedad de la edificación de la empresa? <input checked="" type="checkbox"/>       |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| SI  | NO    | <1                                   | 1 ≥ 5  | 5 ≥ 10                             | 10 ≥ 15   | 15>                           | Propia | Familia                         | Arrendada         | Otro:                     |      |                 |
| Motivo de residir en el barrio:   |       |                                      |        |                                    | Nivel de satisfacción de la empresa con el barrio <input checked="" type="checkbox"/> |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
|   |       |                                      |        |                                    | Alto  |                               |        |                                 |                   | Medio                     | Bajo | No se pronuncia |
| ¿Cuál son los motivos para instalar su empresa en el barrio? (mencione 3 en orden de prioridad) <input checked="" type="checkbox"/>   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Cercanía con el centro de Valpo.  |       | Facilidad de acceso al barrio        |        | Seguridad y tranquilidad           |   | Calidad de plazas y miradores |        | Calidad entorno patrimonial     |                   | Convivencia entre vecinos |      |                 |
| Seguir tradición familiar   |       | Oferta servicios turísticos y ocio   |        | Oferta cultural y actividades afin |   | Otros:                        |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| ¿Califique como positiva <input checked="" type="checkbox"/> o negativa <input checked="" type="checkbox"/> la presencia de los siguientes servicios de turismo en el barrio?                   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Hoteles boutique  |       | Bares/Pubs                           |        | Restaurantes                       |   | Cafés/Fuentes de soda         |        | Circuitos guiados (city tours)  |                   |                           |      |                 |
| Hospedajes (B&B)  |       | Galerías/Cultural                    |        | Artesanía/Souvenir                 |   | Tiendas/Comercio              |        | Estacionamientos                |                   |                           |      |                 |
| Sobre los cambios sociales producidos en el barrio por la presencia del turismo   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 | SI                | NO                        | SO   |                 |
| 1 ¿Considera que el modo de vida del barrio ha cambiado en los últimos 5 a 10 años?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2 ¿Considera que los cambios producidos favorecen las relaciones entre los vecinos?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 3 ¿Sabe si el valor de las propiedades en el barrio ha aumentado en los últimos 5 a 10 años?  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 4 ¿El aumento del valor de las propiedades ha motivado que vecinos tengan que marcharse?  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 5 ¿Las relaciones entre los antiguos vecinos y los nuevos son conflictivas?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 6 ¿Las relaciones de los vecinos con las empresas de turismo que están en el barrio es buena?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 7 ¿Cree que es positivo que se instalen más empresas de turismo en el barrio?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 8 ¿Si un cliente le pregunta por un servicio complementario Ud. recomienda otro del barrio?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Mencione dos (en orden de prioridad) aspectos del barrio que favorecen el desarrollo de su empresa  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 1   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Mencione dos (en orden de prioridad) aspectos del barrio que afectan negativamente a su empresa   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 1   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Si reside o visita el barrio por más de 5 años, señale:   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 1 Un aspecto en el que ha se mejorado el ambiente urbano  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2 Un aspecto en el que se ha deteriorado el ambiente urbano   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| ¿Participa en alguna organización (formal o informal) empresarial o comunitaria de Valparaíso?  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Tipo  |       | <input checked="" type="checkbox"/>  |        | Nombre                             |   |                               |        | Líder o principal representante |                   |                           |      |                 |
| 1 Empresarial   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2 Social  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 3 Cultural  |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 4 Ambiental   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| ¿Tiene algún tipo de acuerdo comercial (formal o informal) con otra empresa relacionada al turismo?   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| Clase   |       | Nombre                               |        |                                    |   | Lugar de operación            |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 1   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |
| 2   |       |                                      |        |                                    |   |                               |        |                                 |                   |                           |      |                 |

**Figura A18: Formato encuesta Servicios de alojamiento (p.2)**

Califique como:

- BUENO** CARACTERÍSTICA POSITIVA o genera EFECTOS POSITIVOS al Barrio.
- INDIFERENTE** NO ES UNA CARACTERÍSTICA o NO AFECTA en forma significativa al Barrio.
- MALO** CARACTERÍSTICA NEGATIVA o genera EFECTOS NEGATIVOS al Barrio.

| ASPECTO A EVALUAR   | Bueno | Indife-<br>rente | Malo | Elegir 3<br>claves |
|---|-------|------------------|------|--------------------|
| 1. Ambiente en general del Barrio   |       |                  |      |                    |
| 2. Edificación continua de baja altura con valor patrimonial del barrio         |       |                  |      |                    |
| 3. Limpieza, conservación y presentación de las calles del barrio               |       |                  |      |                    |
| 4. Limpieza, conservación y presentación de las edificaciones del barrio        |       |                  |      |                    |
| 5. Convivencia y vida cotidiana (familiar) en el Barrio                         |       |                  |      |                    |
| 6. Cantidad (concentración) de bares y pub en el Barrio                         |       |                  |      |                    |
| 7. Cantidad (concentración) de restaurantes y gastronomía en el Barrio          |       |                  |      |                    |
| 8. Afluencia masiva de visitantes extranjeros al Barrio                         |       |                  |      |                    |
| 9. Aumento de tiendas de artesanías, souvenir y similares en el Barrio          |       |                  |      |                    |
| 10. Presencia de vendedores ambulantes y comercio callejero en el Barrio        |       |                  |      |                    |
| 11. Afluencia masiva de visitantes nacionales al Barrio                         |       |                  |      |                    |
| 12. Comportamiento diurno de los visitantes al Barrio                           |       |                  |      |                    |
| 13. Comportamiento nocturno de los visitantes al Barrio                         |       |                  |      |                    |
| 14. Aumento de tránsito vehicular en el Barrio                                  |       |                  |      |                    |
| 15. Conservación-Recuperación de veredas paseos y plazas en el Barrio           |       |                  |      |                    |
| 16. Dotación de estacionamientos y usos de calles para este fin                 |       |                  |      |                    |
| 17. Realización de actividades masivas en el barrio (carnavales, fiestas, etc.) |       |                  |      |                    |
| 18. Seguridad pública en el Barrio  |       |                  |      |                    |
| 19. Cambio de uso residencial por comercial de sectores centrales del Barrio    |       |                  |      |                    |
| 20. Presencia de publicidad y otras manifestaciones gráficas en fachadas        |       |                  |      |                    |
| 21. Otro:   |       |                  |      |                    |
| Observaciones:  |       |                  |      |                    |



**UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE POSTGRADO  
MAGÍSTER EN URBANISMO**

**BARRIOS RESIDENCIALES PATRIMONIALES, CAMBIO Y RESISTENCIA  
ANTE LA IRRUPCIÓN DEL TURISMO**

El caso de los cerros Alegre y Concepción del “Sitio Patrimonio Mundial Área  
Histórica de Ciudad Puerto de Valparaíso”

**ANEXO III**

**TABLAS DE ENCUESTAS REALIZADAS A EMPRESAS DE TURISMO Y JUNTAS  
DE VECINOS CON RESIDENCIA EN LOS CERROS ALEGRE Y CONCEPCIÓN**

Santiago de Chile

Enero de 2015

## INDICE DE TABLAS

### 3.1 Antecedentes de encuesta/entrevistas a Empresas de Turismo

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Tabla A11: | Tramo de edad administradores de empresas de turismo.....                             | A-78 |
| Tabla A12: | Residencia de administradores de empresas de turismo.....                             | A-78 |
| Tabla A13: | Motivos para residir en el barrio de administradores de empresas de turismo.....      | A-78 |
| Tabla A14: | Propiedad de la edificación de empresas de turismo.....                               | A-79 |
| Tabla A15: | Nivel de satisfacción de la empresa con el barrio.....                                | A-79 |
| Tabla A16: | Motivos para instalar la empresa en el barrio.....                                    | A-79 |
| Tabla A17: | Calificación de la presencia de servicios de turismo en el barrio.....                | A-80 |
| Tabla A18: | Calificación de los cambios producidos en el barrio por la presencia del turismo..... | A-81 |
| Tabla A19: | Aspectos del barrio que favorecen el desarrollo del turismo.....                      | A-82 |
| Tabla A20: | Aspectos del barrio que desfavorecen el desarrollo del turismo .....                  | A-82 |
| Tabla A21: | Aspectos en el que se ha mejorado el ambiente urbano.....                             | A-82 |
| Tabla A22: | Aspectos en el que se deteriorado el ambiente urbano.....                             | A-83 |
| Tabla A23: | Participación de la empresa en organizaciones comunitarias.....                       | A-83 |
| Tabla A24: | Participación de la empresa en redes comerciales.....                                 | A-83 |
| Tabla A25: | Opinión sobre aspectos observados en las dinámicas urbanas del barrio.....            | A-84 |

### 3.2 Antecedentes de encuesta/entrevistas a Juntas de Vecinos

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Tabla A26: | Tiempo de residencia en el barrio.....  | A-85 |
| Tabla A27: | Propiedad de la residencia.....   | A-85 |
| Tabla A28: | Principal motivo para residir en el barrio.....                                 | A-85 |
| Tabla A29: | Nivel de satisfacción por residir en el barrio.....                             | A-86 |
| Tabla A30: | Beneficios de residir en el barrio.....   | A-86 |
| Tabla A31: | Calificación de las empresas de turismo en el barrio.....                       | A-86 |
| Tabla A32: | Aspectos en que ha mejorado el ambiente urbano.....                             | A-87 |
| Tabla A33: | Aspectos en que se ha deteriorado el ambiente urbano.....                       | A-87 |
| Tabla A34: | Calificación sobre cambios sociales atribuibles a la presencia del turismo..... | A-88 |
| Tabla A35: | Opinión sobre aspectos observados en las dinámicas urbanas del barrio.....      | A-89 |

### 3.1 Antecedentes de encuestas/entrevistas a Empresas de Turismo

**Tabla A11: Tramo de edad administradores de empresas de turismo**

| Tramo edad | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|------------|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|            | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| 18-29      | 2                   | 18,2%      | 2                    | 10,0%      | 4                  | 12,9%      |
| 30-45      | 3                   | 27,3%      | 9                    | 45,0%      | 12                 | 38,7%      |
| 46-59      | 6                   | 54,5%      | 6                    | 30,0%      | 12                 | 38,7%      |
| 60 y +     | 0                   | 0,0%       | 3                    | 15,0%      | 3                  | 9,7%       |
| Total      | 11                  | 100%       | 20                   | 100%       | 31                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A12: Residencia de administradores de empresas de turismo**

| Residencia en el Barrio | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|-------------------------|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|                         | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Si                      | 7                   | 63,6%      | 18                   | 90,0%      | 25                 | 80,6%      |
| No                      | 4                   | 36,4%      | 2                    | 10,0%      | 6                  | 19,4%      |
| < 1                     | 0                   | 0,0%       | 0                    | 0,0%       | 0                  | 0,0%       |
| 1 ≥ 5                   | 3                   | 42,9%      | 5                    | 27,8%      | 8                  | 32,0%      |
| 5 ≥ 10                  | 3                   | 42,9%      | 4                    | 22,2%      | 7                  | 28,0%      |
| 10 ≥ 15                 | 0                   | 0,0%       | 2                    | 11,1%      | 2                  | 8,0%       |
| 15 >                    | 1                   | 14,3%      | 7                    | 38,9%      | 8                  | 32,0%      |
| Total                   | 7                   | 100%       | 18                   | 100%       | 25                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A13: Motivos para residir en el barrio de administradores de empresas de turismo**

| Motivo para residir en el barrio            | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|---|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|   | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Cercanía al trabajo y turismo               | 0                   | 0,0%       | 8                    | 47,1%      | 8                  | 33,3%      |
| Inversión familiar                          | 1                   | 14,3%      | 0                    | 0,0%       | 1                  | 4,2%       |
| Proyecto de vida y compromiso con el barrio | 4                   | 57,1%      | 3                    | 17,6%      | 7                  | 29,2%      |
| Valor patrimonial del barrio                | 2                   | 28,6%      | 1                    | 5,9%       | 3                  | 12,5%      |
| Seguir tradición familiar                   | 0                   | 0,0%       | 5                    | 29,4%      | 5                  | 20,8%      |
| Total                                       | 7                   | 100%       | 17                   | 100%       | 24                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A14: Propiedad de la edificación de empresas de turismo**

| Propiedad de la edificación | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|-----------------------------|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|                             | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Propia                      | 9                   | 81,8%      | 7                    | 36,8%      | 16                 | 53,3%      |
| Familia                     | 1                   | 9,1%       | 2                    | 10,5%      | 3                  | 10,0%      |
| Arrendada                   | 1                   | 9,1%       | 9                    | 47,4%      | 10                 | 33,3%      |
| Otro                        | 0                   | 0,0%       | 1                    | 5,3%       | 1                  | 3,3%       |
| Total                       | 11                  | 100%       | 19                   | 100%       | 30                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A15: Nivel de satisfacción de la empresa con el barrio**

| Nivel de satisfacción de la empresa con el barrio | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|---|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|   | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Alto  | 6                   | 54,5%      | 10                   | 50,0%      | 16                 | 51,6%      |
| Medio   | 4                   | 36,4%      | 8                    | 40,0%      | 12                 | 38,7%      |
| Bajo  | 0                   | 0,0%       | 1                    | 5,0%       | 1                  | 3,2%       |
| No se pronuncia                                   | 1                   | 9,1%       | 1                    | 5,0%       | 2                  | 6,5%       |
| Total   | 11                  | 100%       | 20                   | 100%       | 31                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A16: Motivos para instalar la empresa en el barrio**

| Motivos para instalar empresa en el barrio           | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|--|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|  | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Cercanía con el centro de Valparaíso                 | 1                   | 3,0%       | 4                    | 6,1%       | 5                  | 5,1%       |
| Facilidad de acceso al barrio y flujos de visitantes | 1                   | 3,0%       | 4                    | 6,1%       | 5                  | 5,1%       |
| Seguridad y tranquilidad                             | 1                   | 3,0%       | 2                    | 3,0%       | 3                  | 3,0%       |
| Calidad de plazas y miradores                        | 1                   | 3,0%       | 2                    | 3,0%       | 3                  | 3,0%       |
| Gusto y trabajar el turismo en la zona               | 0                   | 0,0%       | 3                    | 4,5%       | 3                  | 3,0%       |
| Calidad entorno patrimonial                          | 7                   | 21,2%      | 6                    | 9,1%       | 13                 | 13,1%      |
| Convivencia entre vecinos                            | 1                   | 3,0%       | 0                    | 0,0%       | 1                  | 1,0%       |
| Seguir tradición familiar                            | 2                   | 6,1%       | 6                    | 9,1%       | 8                  | 8,1%       |
| Oferta servicios turísticos y ocio                   | 8                   | 24,2%      | 18                   | 27,3%      | 26                 | 26,3%      |
| Oferta cultural y actividades afín                   | 8                   | 24,2%      | 18                   | 27,3%      | 26                 | 26,3%      |
| Inversión inmobiliaria o comercial                   | 1                   | 3,0%       | 3                    | 4,5%       | 4                  | 4,0%       |
| Proyecto de vida y compromiso con el barrio          | 2                   | 6,1%       | 0                    | 0,0%       | 2                  | 2,0%       |
| Total  | 33                  | 100%       | 66                   | 100%       | 99                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A17: Calificación de la presencia de servicios de turismo en el barrio**

| Presencia de servicios de turismo en el barrio | Hoteles y similares |            |          |            | Hostales y similares |            |          |            | Total Alojamientos |            |          |            |
|--|---------------------|------------|----------|------------|----------------------|------------|----------|------------|--------------------|------------|----------|------------|
|  | POSITIVO            |            | NEGATIVO |            | POSITIVO             |            | NEGATIVO |            | POSITIVO           |            | NEGATIVO |            |
|  | Cantidad            | Proporción | Cantidad | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad | Proporción | Cantidad           | Proporción | Cantidad | Proporción |
| Hoteles boutique                               | 10                  | 90,9%      | 1        | 9,1%       | 19                   | 95,0%      | 1        | 5,0%       | 29                 | 93,5%      | 2        | 6,5%       |
| Bares/Pubs                                     | 9                   | 81,8%      | 2        | 18,2%      | 16                   | 80,0%      | 3        | 15,0%      | 25                 | 80,6%      | 5        | 16,1%      |
| Restaurantes                                   | 11                  | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 18                   | 90,0%      | 2        | 10,0%      | 29                 | 93,5%      | 2        | 6,5%       |
| Cafés Fuentes de soda                          | 9                   | 81,8%      | 1        | 9,1%       | 17                   | 85,0%      | 2        | 10,0%      | 26                 | 83,9%      | 3        | 9,7%       |
| Circuitos guiados (city tours)                 | 10                  | 90,9%      | 1        | 9,1%       | 18                   | 90,0%      | 2        | 10,0%      | 28                 | 90,3%      | 3        | 9,7%       |
| Hospedajes (B&B)                               | 10                  | 90,9%      | 1        | 9,1%       | 18                   | 90,0%      | 2        | 10,0%      | 28                 | 90,3%      | 3        | 9,7%       |
| Galerías/Cultural                              | 9                   | 81,8%      | 2        | 18,2%      | 20                   | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 29                 | 93,5%      | 2        | 6,5%       |
| Artesanía/Souvenir                             | 10                  | 90,9%      | 1        | 9,1%       | 20                   | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 30                 | 96,8%      | 1        | 3,2%       |
| Tiendas/Comercio                               | 6                   | 54,5%      | 4        | 36,4%      | 16                   | 80,0%      | 4        | 20,0%      | 22                 | 71,0%      | 8        | 25,8%      |
| Estacionamientos                               | 2                   | 18,2%      | 9        | 81,8%      | 1                    | 5,0%       | 19       | 95,0%      | 3                  | 9,7%       | 28       | 90,3%      |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A18: Calificación de los cambios producidos en el barrio por la presencia del turismo**

| Sobre los posibles cambios sociales producidos en el barrio por la presencia del turismo    | Hoteles y similares |            |          |            | Hostales y similares |            |          |            | Total Alojamientos |            |          |            |
|---|---------------------|------------|----------|------------|----------------------|------------|----------|------------|--------------------|------------|----------|------------|
|   | POSITIVO            |            | NEGATIVO |            | POSITIVO             |            | NEGATIVO |            | POSITIVO           |            | NEGATIVO |            |
|   | Cantidad            | Proporción | Cantidad | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad | Proporción | Cantidad           | Proporción | Cantidad | Proporción |
| ¿Considera que el modo de vida del barrio ha cambiado en los últimos 5 a 10 años?           | 10                  | 90,9%      | 1        | 9,1%       | 18                   | 90,0%      | 1        | 5,0%       | 28                 | 90,3%      | 2        | 6,5%       |
| ¿Considera que los cambios producidos favorecen las relaciones entre los vecinos?           | 5                   | 45,5%      | 3        | 27,3%      | 7                    | 35,0%      | 7        | 35,0%      | 12                 | 38,7%      | 10       | 32,3%      |
| ¿Sabe si el valor de las propiedades en el barrio ha aumentado en los últimos 5 a 10 años?  | 11                  | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 20                   | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 31                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       |
| ¿El aumento del valor de las propiedades ha motivado que vecinos tengan que marcharse?      | 1                   | 9,1%       | 6        | 54,5%      | 11                   | 55,0%      | 4        | 20,0%      | 12                 | 38,7%      | 10       | 32,3%      |
| ¿Las relaciones entre los antiguos vecinos y los nuevos son conflictivas?                   | 1                   | 9,1%       | 8        | 72,7%      | 6                    | 30,0%      | 10       | 50,0%      | 7                  | 22,6%      | 18       | 58,1%      |
| ¿Las relaciones de los vecinos con las empresas de turismo que están en el barrio es buena? | 10                  | 90,9%      | 1        | 9,1%       | 8                    | 40,0%      | 6        | 30,0%      | 18                 | 58,1%      | 7        | 22,6%      |
| ¿Cree que es positivo que se instalen más empresas de turismo en el barrio?                 | 6                   | 54,5%      | 5        | 45,5%      | 7                    | 35,0%      | 12       | 60,0%      | 13                 | 41,9%      | 17       | 54,8%      |
| ¿Si un cliente le pregunta por un servicio complementario Ud. recomienda otro del barrio?   | 11                  | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 20                   | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 31                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A19: Aspectos del barrio que favorecen el desarrollo del turismo**

| Aspectos del barrio que favorecen el desarrollo de la empresa           | Hoteles y similares |             | Hostales y similares |             | Total Alojamientos |             |
|---|---------------------|-------------|----------------------|-------------|--------------------|-------------|
|   | Cantidad            | Proporción  | Cantidad             | Proporción  | Cantidad           | Proporción  |
| Seguridad y tranquilidad  | 1                   | 6,3%        | 3                    | 7,9%        | 4                  | 7,4%        |
| Ubicación y accesibilidad   | 1                   | 6,3%        | 6                    | 15,8%       | 7                  | 13,0%       |
| Flujo de visitantes   | 2                   | 12,5%       | 6                    | 15,8%       | 8                  | 14,8%       |
| Concentración de servicios turísticos                                   | 3                   | 18,8%       | 4                    | 10,5%       | 7                  | 13,0%       |
| Valor patrimonial y recuperación del barrio                             | 5                   | 31,3%       | 13                   | 34,2%       | 18                 | 33,3%       |
| Vistas y miradores  | 2                   | 12,5%       | 2                    | 5,3%        | 4                  | 7,4%        |
| Ambiente del barrio y desarrollo de actividades artísticas y culturales | 2                   | 12,5%       | 2                    | 5,3%        | 4                  | 7,4%        |
| Aumento de plusvalía del barrio   | 0                   | 0,0%        | 2                    | 5,3%        | 2                  | 3,7%        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>16</b>           | <b>100%</b> | <b>38</b>            | <b>100%</b> | <b>54</b>          | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A20: Aspectos del barrio que desfavorecen el desarrollo del turismo**

| Aspectos del barrio que afectan negativamente a la empresa                 | Hoteles y similares |             | Hostales y similares |             | Total Alojamientos |             |
|--|---------------------|-------------|----------------------|-------------|--------------------|-------------|
|  | Cantidad            | Proporción  | Cantidad             | Proporción  | Cantidad           | Proporción  |
| Gestión turística pública deficiente                                       | 3                   | 15,8%       | 0                    | 0,0%        | 3                  | 5,8%        |
| Aumento de basura - perros vagos - rayados de fachadas y mala señalización | 6                   | 31,6%       | 15                   | 45,5%       | 21                 | 40,4%       |
| Seguridad / delincuencia / vigilancia                                      | 6                   | 31,6%       | 7                    | 21,2%       | 13                 | 25,0%       |
| Bulla  | 1                   | 5,3%        | 1                    | 3,0%        | 2                  | 3,8%        |
| Problemas de convivencia y falta de cultura cívica y turística             | 0                   | 0,0%        | 2                    | 6,1%        | 2                  | 3,8%        |
| Estacionamientos y aumento congestión vehicular                            | 3                   | 15,8%       | 5                    | 15,2%       | 8                  | 15,4%       |
| Aumento alojamientos informales y saturación de servicios turísticos       | 0                   | 0,0%        | 3                    | 9,1%        | 3                  | 5,8%        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>19</b>           | <b>100%</b> | <b>33</b>            | <b>100%</b> | <b>52</b>          | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A21: Aspectos en el que se ha mejorado el ambiente urbano**

| Aspectos en el que se ha mejorado el ambiente urbano en los últimos 5 años | Hoteles y similares |             | Hostales y similares |             | Total Alojamientos |             |
|--|---------------------|-------------|----------------------|-------------|--------------------|-------------|
|  | Cantidad            | Proporción  | Cantidad             | Proporción  | Cantidad           | Proporción  |
| Luminarias veredas y otros infraestructura                                 | 3                   | 27,3%       | 13                   | 59,1%       | 16                 | 48,5%       |
| Pavimentación y accesibilidad  | 4                   | 36,4%       | 1                    | 4,5%        | 5                  | 15,2%       |
| Recuperación de edificaciones para turismo - mejoras estéticas urbanas     | 1                   | 9,1%        | 5                    | 22,7%       | 6                  | 18,2%       |
| Actividades artísticas y culturales - ambiente                             | 1                   | 9,1%        | 0                    | 0,0%        | 1                  | 3,0%        |
| Seguridad  | 1                   | 9,1%        | 0                    | 0,0%        | 1                  | 3,0%        |
| Aumento oferta turística   | 0                   | 0,0%        | 2                    | 9,1%        | 2                  | 6,1%        |
| Relaciones entre empresarios   | 1                   | 9,1%        | 1                    | 4,5%        | 2                  | 6,1%        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>11</b>           | <b>100%</b> | <b>22</b>            | <b>100%</b> | <b>33</b>          | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A22: Aspectos en el que se deteriorado el ambiente urbano**

| Aspectos en el que se ha deteriorado el ambiente urbano en los últimos 5 años | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|---|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|   | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Aumento de basura en las calles   | 4                   | 44,4%      | 2                    | 11,1%      | 6                  | 22,2%      |
| Rayados fachadas y perdida del patrimonio                                     | 1                   | 11,1%      | 4                    | 22,2%      | 5                  | 18,5%      |
| Bulla   | 0                   | 0,0%       | 2                    | 11,1%      | 2                  | 7,4%       |
| Congestión vehicular, estacionamientos y calles en mal estado                 | 2                   | 22,2%      | 2                    | 11,1%      | 4                  | 14,8%      |
| Seguridad y delincuencia  | 2                   | 22,2%      | 3                    | 16,7%      | 5                  | 18,5%      |
| Calidad de vida y relación entre vecinos                                      | 0                   | 0,0%       | 5                    | 27,8%      | 5                  | 18,5%      |
| TOTAL   | 9                   | 100%       | 18                   | 100%       | 27                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A23: Participación de la empresa en organizaciones comunitarias**

| Participación en organizaciones empresariales o comunitarias de Valparaíso | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|--|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|  | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Asociación empresarial   | 8                   | 72,7%      | 8                    | 40,0%      | 16                 | 51,6%      |
| Asociación social  | 1                   | 9,1%       | 4                    | 20,0%      | 5                  | 16,1%      |
| Asociación cultural  | 0                   | 0,0%       | 0                    | 0,0%       | 0                  | 0,0%       |
| Asociación ambiental   | 0                   | 0,0%       | 1                    | 5,0%       | 1                  | 3,2%       |
| No participa   | 3                   | 27,3%      | 8                    | 40,0%      | 11                 | 35,5%      |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A24: Participación de la empresa en redes comerciales**

| Acuerdo comercial (formal o informal) con otra empresa relacionada al turismo | Hoteles y similares |            | Hostales y similares |            | Total Alojamientos |            |
|---|---------------------|------------|----------------------|------------|--------------------|------------|
|   | Cantidad            | Proporción | Cantidad             | Proporción | Cantidad           | Proporción |
| Con tour operador - Sistemas de reservas on line                              | 4                   | 36,4%      | 7                    | 35,0%      | 11                 | 35,5%      |
| Con paquetes turísticos y agencias regionales                                 | 4                   | 36,4%      | 1                    | 5,0%       | 5                  | 16,1%      |
| Con guías turísticos y otros prestadores de servicios turísticos locales      | 1                   | 9,1%       | 3                    | 15,0%      | 4                  | 12,9%      |
| No tiene acuerdos comerciales con otras empresa del sector                    | 3                   | 27,3%      | 11                   | 55,0%      | 14                 | 45,2%      |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A25: Opinión sobre aspectos observados en las dinámicas urbanas del barrio**

| Califique como: Aspectos positivos<br>- Aspectos neutros - Aspectos<br>negativos los siguientes elementos<br>que se presentan en el Barrio | Hoteles y similares |        |        |       |          |       | Hostales y similares |       |        |       |          |       | Total alojamientos |       |        |       |          |       |
|--|---------------------|--------|--------|-------|----------|-------|----------------------|-------|--------|-------|----------|-------|--------------------|-------|--------|-------|----------|-------|
|  | POSITIVO            |        | NEUTRO |       | NEGATIVO |       | POSITIVO             |       | NEUTRO |       | NEGATIVO |       | POSITIVO           |       | NEUTRO |       | NEGATIVO |       |
|  | N°                  | %      | N°     | %     | N°       | %     | N°                   | %     | N°     | %     | N°       | %     | N°                 | %     | N°     | %     | N°       | %     |
| Ambiente en general del Barrio   | 9                   | 81,8%  | 2      | 18,2% | 0        | 0,0%  | 16                   | 80,0% | 2      | 10,0% | 2        | 10,0% | 25                 | 80,6% | 4      | 12,9% | 2        | 6,5%  |
| Edificación continua de baja altura con valor patrimonial del barrio   | 9                   | 81,8%  | 1      | 9,1%  | 1        | 9,1%  | 15                   | 75,0% | 2      | 10,0% | 3        | 15,0% | 24                 | 77,4% | 3      | 9,7%  | 4        | 12,9% |
| Limpieza, conservación y presentación de las edificaciones del barrio  | 6                   | 54,5%  | 4      | 36,4% | 1        | 9,1%  | 2                    | 10,0% | 0      | 0,0%  | 0        | 0,0%  | 8                  | 25,8% | 4      | 12,9% | 1        | 3,2%  |
| Convivencia y vida cotidiana (familiar) en el Barrio   | 11                  | 100,0% | 0      | 0,0%  | 0        | 0,0%  | 10                   | 50,0% | 5      | 25,0% | 5        | 25,0% | 21                 | 67,7% | 5      | 16,1% | 5        | 16,1% |
| Cantidad (concentración) de bares y pub en el Barrio   | 7                   | 63,6%  | 4      | 36,4% | 0        | 0,0%  | 12                   | 60,0% | 4      | 20,0% | 4        | 20,0% | 19                 | 61,3% | 8      | 25,8% | 4        | 12,9% |
| Cantidad (concentración) de restaurantes y gastronomía en el Barrio  | 10                  | 90,9%  | 0      | 0,0%  | 1        | 9,1%  | 17                   | 85,0% | 1      | 5,0%  | 2        | 10,0% | 27                 | 87,1% | 1      | 3,2%  | 3        | 9,7%  |
| Afluencia masiva de visitantes extranjeros al Barrio   | 11                  | 100,0% | 0      | 0,0%  | 0        | 0,0%  | 18                   | 90,0% | 2      | 10,0% | 0        | 0,0%  | 29                 | 93,5% | 2      | 6,5%  | 0        | 0,0%  |
| Aumento de tiendas de artesanías, souvenir y similares en el Barrio  | 8                   | 72,7%  | 2      | 18,2% | 1        | 9,1%  | 16                   | 80,0% | 2      | 10,0% | 2        | 10,0% | 24                 | 77,4% | 4      | 12,9% | 3        | 9,7%  |
| Presencia de vendedores ambulantes y comercio callejero en el Barrio   | 0                   | 0,0%   | 8      | 72,7% | 3        | 27,3% | 2                    | 10,0% | 14     | 70,0% | 4        | 20,0% | 2                  | 6,5%  | 22     | 71,0% | 7        | 22,6% |
| Afluencia masiva de visitantes nacionales al Barrio  | 11                  | 100,0% | 0      | 0,0%  | 0        | 0,0%  | 14                   | 70,0% | 5      | 25,0% | 1        | 5,0%  | 25                 | 80,6% | 5      | 16,1% | 1        | 3,2%  |
| Comportamiento diario de los visitantes al Barrio  | 11                  | 100,0% | 0      | 0,0%  | 0        | 0,0%  | 16                   | 80,0% | 2      | 10,0% | 2        | 10,0% | 27                 | 87,1% | 2      | 6,5%  | 2        | 6,5%  |
| Comportamiento nocturno de los visitantes al Barrio  | 6                   | 54,5%  | 4      | 36,4% | 1        | 9,1%  | 9                    | 45,0% | 4      | 20,0% | 7        | 35,0% | 15                 | 48,4% | 8      | 25,8% | 8        | 25,8% |
| Aumento de tránsito vehicular en el Barrio   | 3                   | 27,3%  | 3      | 27,3% | 5        | 45,5% | 6                    | 30,0% | 4      | 20,0% | 10       | 50,0% | 9                  | 29,0% | 7      | 22,6% | 15       | 48,4% |
| Conservación-Recuperación de veredas paseos y plazas en el Barrio  | 6                   | 54,5%  | 2      | 18,2% | 3        | 27,3% | 15                   | 75,0% | 2      | 10,0% | 3        | 15,0% | 21                 | 67,7% | 4      | 12,9% | 6        | 19,4% |
| Dotación de estacionamientos y usos de calles para este fin  | 2                   | 18,2%  | 2      | 18,2% | 7        | 63,6% | 1                    | 5,0%  | 1      | 5,0%  | 18       | 90,0% | 3                  | 9,7%  | 3      | 9,7%  | 25       | 80,6% |
| Realización de actividades masivas en el barrio (carnavales, fiestas, etc.)  | 6                   | 54,5%  | 2      | 18,2% | 3        | 27,3% | 8                    | 40,0% | 10     | 50,0% | 2        | 10,0% | 14                 | 45,2% | 12     | 38,7% | 5        | 16,1% |
| Seguridad pública en el Barrio   | 4                   | 36,4%  | 1      | 9,1%  | 6        | 54,5% | 6                    | 30,0% | 3      | 15,0% | 11       | 55,0% | 10                 | 32,3% | 4      | 12,9% | 17       | 54,8% |
| Cambio de uso residencial por comercial de sectores centrales del Barrio   | 5                   | 45,5%  | 4      | 36,4% | 2        | 18,2% | 9                    | 45,0% | 5      | 25,0% | 6        | 30,0% | 14                 | 45,2% | 9      | 29,0% | 8        | 25,8% |
| Presencia de publicidad y otras manifestaciones gráficas en fachadas   | 3                   | 27,3%  | 4      | 36,4% | 4        | 36,4% | 6                    | 30,0% | 9      | 45,0% | 5        | 25,0% | 9                  | 29,0% | 13     | 41,9% | 9        | 29,0% |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

### 3.2 Antecedentes de encuestas/entrevistas a Juntas de Vecinos

**Tabla A26: Tiempo de residencia en el barrio**

| Residencia en el Barrio | Juntas de Vecinos |            |
|-------------------------|-------------------|------------|
|                         | Cantidad          | Proporción |
| 1 ≥ 5                   | 0                 | 0,0%       |
| 5 ≥ 10                  | 1                 | 25,0%      |
| 10 ≥ 15                 | 2                 | 50,0%      |
| 15 >                    | 1                 | 25,0%      |
| Total                   | 4                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A27: Propiedad de la residencia**

| Propiedad de la edificación | Juntas de Vecinos |            |
|-----------------------------|-------------------|------------|
|                             | Cantidad          | Proporción |
| Propia                      | 3                 | 75,0%      |
| Familia                     | 0                 | 0,0%       |
| Arrendada                   | 1                 | 25,0%      |
| Otro                        | 0                 | 0,0%       |
| Total                       | 4                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A28: Principal motivo para residir en el barrio**

| Motivo para residir en el barrio | Juntas de Vecinos |            |
|----------------------------------|-------------------|------------|
|                                  | Cantidad          | Proporción |
| Seguridad del barrio             | 1                 | 25,0%      |
| Seguir tradición familiar        | 3                 | 75,0%      |
| Total                            | 4                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A29: Nivel de satisfacción por residir en el barrio**

| Nivel de satisfacción por residir en el barrio | Juntas de Vecinos |            |
|--|-------------------|------------|
|  | Cantidad          | Proporción |
| Alto   | 0                 | 0,0%       |
| Medio  | 1                 | 25,0%      |
| Bajo   | 2                 | 50,0%      |
| No se pronuncia                                | 1                 | 25,0%      |
| Total  | 4                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A30: Beneficios de residir en el barrio**

| Beneficios por residir en el barrio  | Juntas de Vecinos |            |
|--------------------------------------|-------------------|------------|
|                                      | Cantidad          | Proporción |
| Cercanía con el centro de Valparaíso | 4                 | 33,3%      |
| Facilidad de acceso al barrio        | 1                 | 8,3%       |
| Seguridad y tranquilidad             | 1                 | 8,3%       |
| Calidad entorno patrimonial          | 1                 | 8,3%       |
| Convivencia entre vecinos            | 1                 | 8,3%       |
| Seguir tradición familiar            | 3                 | 25,0%      |
| Vistas                               | 1                 | 8,3%       |
| Total                                | 12                | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A31: Calificación de las empresas de turismo en el barrio**

| Califique como positiva o negativa la presencia de servicios de turismo en el barrio | Juntas de Vecinos |            |          |            |
|--|-------------------|------------|----------|------------|
|  | POSITIVO          |            | NEGATIVO |            |
|  | Cantidad          | Proporción | Cantidad | Proporción |
| Hoteles boutique   | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Bares/Pubs   | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Restaurantes   | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Cafés Fuentes de soda  | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Circuitos guiados (city tours)   | 2                 | 50,0%      | 2        | 50,0%      |
| Hospedajes (B&B)   | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Galerías/Cultural  | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       |
| Artesanía/Souvenir   | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       |
| Tiendas/Comercio   | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Estacionamientos   | 0                 | 0,0%       | 4        | 100,0%     |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A32: Aspectos en que ha mejorado el ambiente urbano**

| Aspectos en el que se ha mejorado el ambiente urbano en los últimos 5 años | Juntas de Vecinos |            |
|--|-------------------|------------|
|  | Cantidad          | Proporción |
| No hay mejoras   | 2                 | 50,0%      |
| Infraestructura, luminarias, veredas y otros equipamientos del barrio      | 1                 | 25,0%      |
| Mayor seguridad policial   | 1                 | 25,0%      |
| TOTAL  | 4                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A33: Aspectos en que se ha deteriorado el ambiente urbano**

| Aspectos en el que se ha deteriorado el ambiente urbano en los últimos 5 años | Juntas de Vecinos |            |
|---|-------------------|------------|
|   | Cantidad          | Proporción |
| Se falsea el patrimonio para el turismo                                       | 1                 | 25,0%      |
| Calidad de vida ha empeorado por aumento del turismo                          | 1                 | 25,0%      |
| Aumento de sitios eriazos y abandonados                                       | 1                 | 25,0%      |
| Sin opinión   | 1                 | 25,0%      |
| TOTAL   | 4                 | 100%       |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A34: Calificación sobre cambios sociales atribuibles a la presencia del turismo en el barrio**

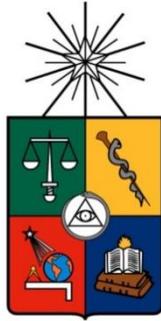
| Sobre los cambios sociales producidos en el barrio por la presencia del turismo                  | Juntas de Vecinos |            |          |            |          |            |
|--|-------------------|------------|----------|------------|----------|------------|
|  | POSITIVO          |            | NEUTRO   |            | NEGATIVO |            |
|  | Cantidad          | Proporción | Cantidad | Proporción | Cantidad | Proporción |
| ¿En los últimos 5 a 10 años ha aumentado significativamente los visitantes al barrio?            | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| ¿Si ha aumentado significativamente las vistas al barrio, los vecinos están de acuerdo con ello? | 2                 | 50,0%      | 0        | 0,0%       | 2        | 50,0%      |
| ¿Considera que el modo de vida del barrio ha cambiado en los últimos 5 a 10 años?                | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| ¿La afluencia de visitantes al barrio durante el día favorece la convivencia entre vecinos?      | 2                 | 50,0%      | 0        | 0,0%       | 2        | 50,0%      |
| ¿La afluencia de visitantes al barrio durante la noche favorece la convivencia entre vecinos?    | 2                 | 50,0%      | 0        | 0,0%       | 2        | 50,0%      |
| ¿Considera que los cambios producidos favorecen las relaciones entre los vecinos?                | 2                 | 50,0%      | 0        | 0,0%       | 2        | 50,0%      |
| ¿Existe preocupación y malestar entre los vecinos por los cambios del barrio?                    | 3                 | 75,0%      | 0        | 0,0%       | 1        | 25,0%      |
| ¿Sabe si el valor de las propiedades en el barrio ha aumentado en los últimos 5 a 10 años?       | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| ¿El aumento del valor de las propiedades ha motivado que vecinos tengan que marcharse?           | 2                 | 50,0%      | 1        | 25,0%      | 1        | 25,0%      |
| ¿En los últimos 5 a 10 años ha llegado mucha gente nueva a vivir al barrio?                      | 1                 | 25,0%      | 2        | 50,0%      | 1        | 25,0%      |
| ¿La gente que ha llegado a vivir al barrio se relaciona bien con los antiguos vecinos?           | 1                 | 25,0%      | 2        | 50,0%      | 1        | 25,0%      |
| ¿Las relaciones entre los antiguos vecinos y los nuevos son conflictivas?                        | 2                 | 50,0%      | 1        | 25,0%      | 1        | 25,0%      |
| ¿Las relaciones de los vecinos con las empresas de turismo que están en el barrio es buena?      | 1                 | 25,0%      | 1        | 25,0%      | 2        | 50,0%      |
| ¿Considera que la cantidad de empresas de turismo que funcionan en el barrio es adecuada?        | 1                 | 25,0%      | 0        | 0,0%       | 3        | 75,0%      |
| ¿La llegada de empresas de turismo ha ayudado a revitalizar la vida del barrio?                  | 1                 | 25,0%      | 3        | 75,0%      | 0        | 0,0%       |
| ¿Cree que es positivo que se instalen más empresas de alojamiento turístico en el barrio?        | 1                 | 25,0%      | 0        | 0,0%       | 3        | 75,0%      |
| ¿Cree que es positivo que se instalen más empresas de esparcimiento nocturno en el barrio?       | 1                 | 25,0%      | 0        | 0,0%       | 3        | 75,0%      |
| ¿Las empresas de turismo aportan de alguna manera en mejorar el barrio?                          | 1                 | 25,0%      | 2        | 50,0%      | 1        | 25,0%      |

Fuente: Elaboración propia, 2014.

**Tabla A35: Opinión sobre aspectos observados en las dinámicas urbanas del barrio**

| Califique como: Aspectos positivos - Aspectos neutros - Aspectos negativos los siguientes elementos que se presentan en el barrio | Juntas de Vecinos |            |          |            |          |            |
|---|-------------------|------------|----------|------------|----------|------------|
|   | POSITIVO          |            | NEUTRO   |            | NEGATIVO |            |
|   | Cantidad          | Proporción | Cantidad | Proporción | Cantidad | Proporción |
| Ambiente en general del Barrio  | 1                 | 25,0%      | 2        | 50,0%      | 1        | 25,0%      |
| Edificación continua de baja altura con valor patrimonial del barrio  | 3                 | 75,0%      | 0        | 0,0%       | 1        | 25,0%      |
| Limpieza, conservación y presentación de las calles del barrio  | 1                 | 25,0%      | 2        | 50,0%      | 1        | 25,0%      |
| Limpieza, conservación y presentación de las edificaciones del barrio   | 3                 | 75,0%      | 0        | 0,0%       | 1        | 25,0%      |
| Convivencia y vida cotidiana (familiar) en el Barrio  | 2                 | 50,0%      | 1        | 25,0%      | 1        | 25,0%      |
| Cantidad (concentración) de bares y pub en el Barrio  | 0                 | 0,0%       | 2        | 50,0%      | 2        | 50,0%      |
| Cantidad (concentración) de restaurantes y gastronomía en el Barrio   | 1                 | 25,0%      | 1        | 25,0%      | 2        | 50,0%      |
| Afluencia masiva de visitantes extranjeros al Barrio  | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| Aumento de tiendas de artesanías, souvenir y similares en el Barrio   | 1                 | 25,0%      | 2        | 50,0%      | 1        | 25,0%      |
| Presencia de vendedores ambulantes y comercio callejero en el Barrio  | 0                 | 0,0%       | 1        | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Afluencia masiva de visitantes nacionales al Barrio   | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| Comportamiento diurno de los visitantes al Barrio   | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| Comportamiento nocturno de los visitantes al Barrio   | 4                 | 100,0%     | 0        | 0,0%       | 0        | 0,0%       |
| Aumento de tránsito vehicular en el Barrio  | 1                 | 25,0%      | 0        | 0,0%       | 3        | 75,0%      |
| Conservación-Recuperación de veredas paseos y plazas en el Barrio   | 1                 | 25,0%      | 0        | 0,0%       | 3        | 75,0%      |
| Dotación de estacionamientos y usos de calles para este fin   | 0                 | 0,0%       | 1        | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Realización de actividades masivas en el barrio (carnavales, fiestas, etc.)   | 0                 | 0,0%       | 1        | 25,0%      | 3        | 75,0%      |
| Seguridad pública en el Barrio  | 2                 | 50,0%      | 1        | 25,0%      | 1        | 25,0%      |
| Cambio de uso residencial por comercial de sectores centrales del Barrio  | 1                 | 25,0%      | 1        | 25,0%      | 2        | 50,0%      |
| Presencia de publicidad y otras manifestaciones gráficas en fachadas  | 0                 | 0,0%       | 3        | 75,0%      | 1        | 25,0%      |

Fuente: Elaboración propia, 2014.



**UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE POSTGRADO  
MAGÍSTER EN URBANISMO**

**BARRIOS RESIDENCIALES PATRIMONIALES, CAMBIO Y RESISTENCIA  
ANTE LA IRRUPCIÓN DEL TURISMO**

El caso de los cerros Alegre y Concepción del “Sitio Patrimonio Mundial Área  
Histórica de Ciudad Puerto de Valparaíso”

**ANEXO IV**

**ANÁLISIS PROGRAMA GUBERNAMENTAL:  
PROGRAMA DE RECUPERACIÓN Y DESARROLLO URBANO DE  
VALPARAÍSO (PRDUV)**

Santiago de Chile

Enero de 2015

## INDICE DE CONTENIDOS

|       |   |       |
|-------|---|-------|
| 1     | Antecedentes del Programa.....  | A-92  |
| 1.1   | Justificación de la selección del programa.....                           | A-92  |
| 1.2   | Aspectos a analizar.....  | A-92  |
| 1.3   | Principal fuente de información para este documento.....                  | A-92  |
| 1.4   | Breve descripción del Programa.....                                       | A-93  |
| 2     | Estado de situación del programa PRDUV a la fecha de la evaluación.....   | A-94  |
| 2.1   | Estado de situación del Programa PRDUV al año 2009.....                   | A-94  |
| 2.2   | Estado de situación del Programa PRDUV al término de su intervención..... | A-98  |
| 2.3   | Identificación de los criterios de análisis.....                          | A-102 |
| 2.4   | Revisión de la evaluación realizada por el panel SUBDERE 2009.....        | A-102 |
| 2.4.1 | El enfoque de la puesta en valor del patrimonio cultural.....             | A-102 |
| 2.4.2 | Lógica y eficiencia de la estructura operativa del Programa.....          | A-105 |
| 2.4.3 | Efectiva participación ciudadana.....                                     | A-106 |
| 2.5   | Reflexión general sobre el programa.....                                  | A-107 |
| 2.6   | Bibliografía consultada.....  | A-108 |

## INDICE DE CUADROS

|             |   |      |
|-------------|---|------|
| Cuadro A8:  | Actuaciones del Programa PRDUV 1. Recuperación Urbana – Año 2009.....                           | A-94 |
| Cuadro A9:  | Actuaciones del Programa PRDUV 2. Desarrollo económico y socio-cultural – Año 2009.....         | A-96 |
| Cuadro A10: | Actuaciones del Programa PRDUV 3. Componente Desarrollo institucional de la IMV – Año 2009..... | A-97 |
| Cuadro A11: | Actuaciones del Programa PRDUV 4 Comunicación y participación – 2009.....                       | A-97 |
| Cuadro A12: | Situación Actuaciones Programa PRDUV – Año 2012.....  | A-98 |

## INDICE DE FIGURAS

|             |   |       |
|-------------|---|-------|
| Figura A14: | Territorio de actuación del programa.....                         | A-93  |
| Figura A15: | Obras del PRDUV años 2006 – 2012.....                             | A-100 |
| Figura A16: | Proyectos emblemáticos PRDUV.....                                 | A-101 |
| Figura A17: | Usos de suelo Cerros Alegre – Concepción 2003.....                | A-103 |
| Figura A18: | Usos de suelo Cerros Alegre – Concepción 2008.....                | A-104 |
| Figura A19: | Cambios uso del suelo cerros Alegre – Concepción 2003 – 2008..... | A-104 |

## **1. Antecedentes del Programa**

### **1.1 Justificación de la selección del programa**

Con la declaración del “Sitio Patrimonio Mundial Área Histórica de Ciudad Puerto de Valparaíso”, el Estado de Chile adquiere un compromiso en el rescate y revalorización de los bienes culturales presente en este Sitio, como en el conjunto de la ciudad de Valparaíso. Para ello se crea el “Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso”, que pretende dar respuesta a los compromisos ante la UNESCO.

Analizar los resultados de este Programa a la luz de sus propios objetivos y su consecuencia con la Declaratoria de Sitio Patrimonio Mundial, es clave para poder entender cuan sincronizado están los instrumentos públicos con los objetivos de fondo que las respectivas intervenciones persiguen. Además de poder identificar el grado de flexibilidad que estos logran ensayar ante las circunstancias y necesidades locales.

También interesa conocer si este instrumento que fuera diseñado aparentemente ad hoc al caso, efectivamente responde a una lógica de intervención local y cuán descentralizado y participativo pudo ser, dado que el tema de fondo de estas intervenciones es el rescate de los valores intangibles de la identidad local que subyacen en las estructuras urbanas físicas.

### **1.2 Aspectos a analizar**

Junto con analizar los aspectos formales (identificar y caracterizar) de los diversos instrumentos utilizados en este programa, interesa pesquisar los resultados esperados con la aplicación de los mismos, su consecuencia con los objetivos de la declaratoria de Sitio Patrimonio Mundial y sus potenciales efectos sobre lo residencial. Ámbito que se estima es el más frágil ante este tipo de intervenciones, focalizadas en la revalorización y rentabilidad económica urbana. Ya que como se ha visto, todo este proceso ha traído un creciente interés en la zona por el desarrollo de iniciativas turísticas, especialmente en los cerros Alegre y Concepción, generando un recambio de usos y muy probablemente con los habituales procesos de gentrificación. Aspecto que complota contra la búsqueda del rescate y preservación de los valores culturales locales.

### **1.3 Principal fuente de información para este documento**

DRIRES, Minuta Ejecutiva Evaluación Programas Gubernamentales. Programa Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso, 2009.

#### 1.4 Breve descripción del Programa

Programa creado en 2006, dependiente de la SUBDERE, concebido para intervenir de manera integral la ciudad puerto de Valparaíso, y más específicamente la porción del territorio urbano declarado “Sitio Patrimonio Mundial” (UNESCO, 2003), como una respuesta institucional para enfrentar el proceso sostenido de declinación y deterioro que ha afectado a la ciudad de Valparaíso y de la necesidad de recuperarla dado su valor histórico y cultural, su potencial económico ligado al patrimonio y su fuerte identidad urbana. Centrándose fundamentalmente en sectores con infraestructuras y preexistencias de valor histórico e identidad cultural (SUBDERE, 2009).

El presupuesto total del Programa es de US\$ 73.000.000, de los cuales US\$ 25.000.000 (34%) corresponden a un préstamo BID y US\$ 48.000.000 (66%) son aporte local (Chile).

El programa se propone contribuir a la revitalización de la ciudad de Valparaíso, donde se entiende como revitalización “La instalación de actividades comerciales en el área patrimonial y típica de Valparaíso”; lo que implica poner en valor su patrimonio urbano, mediante “La habilitación de inmuebles en el área patrimonial y típica correspondientes a requerimientos actuales”, como fundamento de nuevas actividades económicas, culturales y sociales que beneficien a la población local. (SUBDERE, 2009).

El territorio de actuación del programa comprende siete “Entornos Patrimoniales Integrados” (EPIs):

**Figura N° A14: Territorio de actuación del programa**



Fuente: SUBDERE, 2009

La Unidad Ejecutora del Programa (UEP), depende de la SUBDERE. Adicionalmente, actuó como co-ejecutor principal la Ilustre Municipalidad de Valparaíso y también son co-ejecutores, DAMOP, MINVU, SERVIU y SERCOTEC.

**El PRDUV consta de 4 componentes:** Recuperación Urbana; Desarrollo Económico y Socio-Cultural; Desarrollo Institucional de la IMV; Comunicación y Participación.

**2. Estado de situación del programa PRDUV a la fecha de la evaluación**

**2.1 Estado de situación del Programa PRDUV al año 2009 (fecha de evaluación por la SUBDERE).**

El programa tenía una extensión de 6 años (2006-20012) y la evaluación se realiza en su etapa intermedia (2009), por lo que se detecta que el programa ha tenido importantes retrasos en la ejecución presupuestaria respecto de los programas de operación, más aún cuando el “Plan Director de Gestión del Patrimonial de Valparaíso”, que debió haber sido la piedra angular de todo este proceso, recién fue entregado en el mes de septiembre de 2012, prácticamente al cierre del Programa PRDUV.

**Cuadro N° A8: Actuaciones del Programa PRDUV  
1. Recuperación Urbana – Año 2009**

| Programa  | Proyecto                            | Situación   |
|---|-------------------------------------|---|
| <b>a) Entornos Patrimoniales Integrados (EPI)</b> |                                     |   |
| (i) Mejoramiento de vías y espacios públicos      | Espacios públicos vecinales         | No se ha ejecutado ningún proyecto. Se encuentran 2 con diseño terminado.   |
| (ii) Recuperación de bienes inmuebles públicos    | Ascensores de propiedad pública     | Se concluyó el mejoramiento de 1 ascensor y otro proyecto se encuentra con diseño terminado.  |
|   | Edificios emblemáticos - relevantes | No se ha materializado ningún proyecto ni hay diseño terminado.   |
| (iii) Recuperación de bienes inmuebles privados   | Ascensores de propiedad privada     | El programa eliminó esta línea programática.  |
|   | Edificios emblemáticos              | Se han comprado y entregados al municipio 2 edificios. Los edificios no cuentan con diseños realizados. Uno de ellos en proceso de venta con un privado para su rehabilitación. |
|   | Conventillos                        | Ningún proyecto terminado y 7 diseños concluidos.   |
|   | Viviendas deterioradas              | No se han materializado proyectos ni hay diseños realizados.  |
|   | Edificaciones con fines productivos | El programa eliminó esta línea programática.  |
|   | Sitios eriazos                      | No se han realizado proyectos.  |

Fuente: SUBDERE, 2009.

**Cuadro N° A8 (continuación): Actuaciones del Programa PRDUV  
1. Recuperación Urbana – Año 2009**

| Programa                                  | Proyecto          | Situación  |
|---|-------------------|--|
| b) Servicios y equipamientos de la ciudad | Residuos sólidos  | <p>Edificio Dirección de Operaciones:<br/>Se elaboraron TTR y perfil y prefactibilidad del edificio.</p> <p>Plan Global de Residuos Sólidos:<br/>- Adquisición 2 eleva-contenedores, 21 contenedores, 11 camiones, camión plano hidrolavadora, camiones mini compactadores.<br/>- Adquisición de equipamiento oficina DIMR.<br/>- Contratación de servicios: asesoría residuos sólidos domiciliarios, ITO.</p>   |
|   | Control de plagas | <p>Esterilizado 500 perros, Asesoría Control de Plagas, Supervisor programa y compra de Collares.</p> <p>Consultorías Canil (ITO), Estudio Prefactibilidad, compra de Vehículos, Diseño.</p> <p>Adquisición equipamiento.</p> <p>Otros servicios: Formulario Certificado de Residencia, Diseñador gráfico y/o ilustrador de material gráfico, Educadores Ambientales, Impresión de Material Gráfico.</p>   |
|   | Equipamientos     | <p>Adquisición de vehículos policiales: 4 furgones, 8 motos y transceptores.</p> <p>Habilitación de sistema de televigilancia de la Prefectura Valparaíso.</p> <p>Construcción de 10 centros comunitarios.</p> <p>Estudio plan señalización y sistema de información urbana y ejecución de señalética vial y carretera.</p> <p>Otras acciones: consultoría diseño iluminación exterior de edificios, estudio de lineamientos de diseño color, mobiliario e iluminación, diseño de estrategia de modernización alumbrado público, diseño de mobiliario urbano (paraderos y quioscos), diseño de 27 centros comunitarios, plan de seguridad ciudadana, asesoría de troles y estacionamientos Valparaíso.</p> |

Fuente: SUBDERE, 2009.

**Cuadro N° A9: Actuaciones del Programa PRDUV  
2. Desarrollo económico y socio-cultural – Año 2009**

| <b>Programa</b>              | <b>Proyecto</b>                             | <b>Situación</b>   |
|------------------------------|---|--|
| a) Desarrollo económico      | Incentivos para la MyPE                     | Al año 2008 no se ha realizado ninguna acción. En proceso programa habilitación de locales comerciales, (SERCOTEC co-ejecutor).  |
|                              | Plan de Turismo                             | No se ha formulado plan de turismo.<br>Otras acciones: Contratación coordinación área turismo; Desarrollo productos turísticos de Valparaíso; Capacitación operadores; investigación levantamiento información turística; Servicios Portal WEB; Servicios publicitarios. |
|                              | Plan “Ciudad Universitaria”                 | Estudio Ciudad Universitaria.<br>Habilitación de Residencias Universitarias, Etapa Piloto.   |
|                              | Capacitación turístico patrimonial          | Consultoría Capacitación Gerencia de Barrios   |
|                              | Sistema de información productiva y laboral | No se ha realizado iniciativa.   |
| b) Desarrollo socio-cultural | Educación Escolar Patrimonial               | Revisión del proyecto de capacitación de profesores y elaboración de material de apoyo.  |
|                              | Capacitación líderes comunitarios           | Consultoría Capacitación Gerencia de Barrios   |
|                              | Iniciativas comunitarias                    | Estudio de prefactibilidad del Museo del juguete, y los Programas Culturales de Valparaíso 2007 y 2008.<br>Para estos programas culturales se ha contratado: animación de espectáculos, presentaciones artísticas y, servicios de producción.                            |

Fuente: SUBDERE, 2009.

**Cuadro N° A10: Actuaciones del Programa PRDUV**  
**3. Componente Desarrollo institucional de la IMV – Año 2009**

| Programa      | Proyecto  | Situación   |
|---------------|---|---|
| RRHH          | Contratación de personal                              | Se ha contratado 89 profesionales en el período de evaluación (permanecen 50 al 2009).  |
|               | Incentivos retiro de personal                         | Se ha desvinculado a profesionales de educación (n° no indicado).   |
| Tecnología    | Sistemas informáticos                                 | Se ha adquirido equipamiento informático en distintas fases del programa y se han levantado los requerimientos del Portal Web de la IMV.  |
| Planificación | Plan director área patrimonial                        | DIA modificaciones PRC; Contratación 3 profesionales para modificación PRC; Estudio de capacidad vial de modificaciones PRC; Plan Director Área Patrimonial (en desarrollo).  |
| Otros         | Otras acciones no considerada en el programa original | 1. Modernización y Capacitación IMV: capacitación abogados; Diversas jornadas de capacitación personal; Compra de equipamiento tecnológico y mobiliario diverso.<br>2. Diseño remodelación edificio Consistorial Av. Argentina. |

Fuente: SUBDERE, 2009.

**Cuadro N° A11: Actuaciones del Programa PRDUV**  
**4 Comunicación y participación – 2009**

| Programa                     | Proyecto   | Situación  |
|------------------------------|--|--|
| Comunicación y participación | Plan de comunicaciones   | No se ha realizado un plan de comunicaciones. Acciones ejecutadas:<br>Asesorías de comunicación (años 2007 y 2008); asesoría para impresión de objetos de promoción de Valparaíso, Book, grabación y edición de notas de TV; Contratos para la sitio WEB; Imprenta e insertos de publicidad; Oficina Difusión Plan Valparaíso. |
|                              | Plan de participación ciudadana  | Plan Marco de Participación Ciudadana en el año 2008.<br>Consultoría Proceso de Participación Ciudadana Modificación IPT.  |
|                              | Otras acciones no considerada en el programa original o mal clasificadas | Diseño de Material de Difusión del Estudio de Lineamientos de Diseño, Color, Mobiliario e Iluminación para la Ciudad de Valparaíso<br>Edición Levantamiento de Información Barrio Puerto.<br>Consultoría Sistematización Experiencia Unión Obrera.   |

Fuente: SUBDERE, 2009.

## 2.2 Estado de situación del Programa PRDUV al término de su intervención

No obstante lo anterior y como resultado del análisis crítico realizado en la Evaluación del Programa, por parte del Panel de Evaluadores contratado por la SUBDERE para tales efectos, se realizaron cambios significativos en su estructura de ejecución, lo que permitió mejorar el desempeño del mismo en la ejecución de proyectos.:

**Cuadro N° A12: Situación Actuaciones Programa PRDUV – Año 2012**

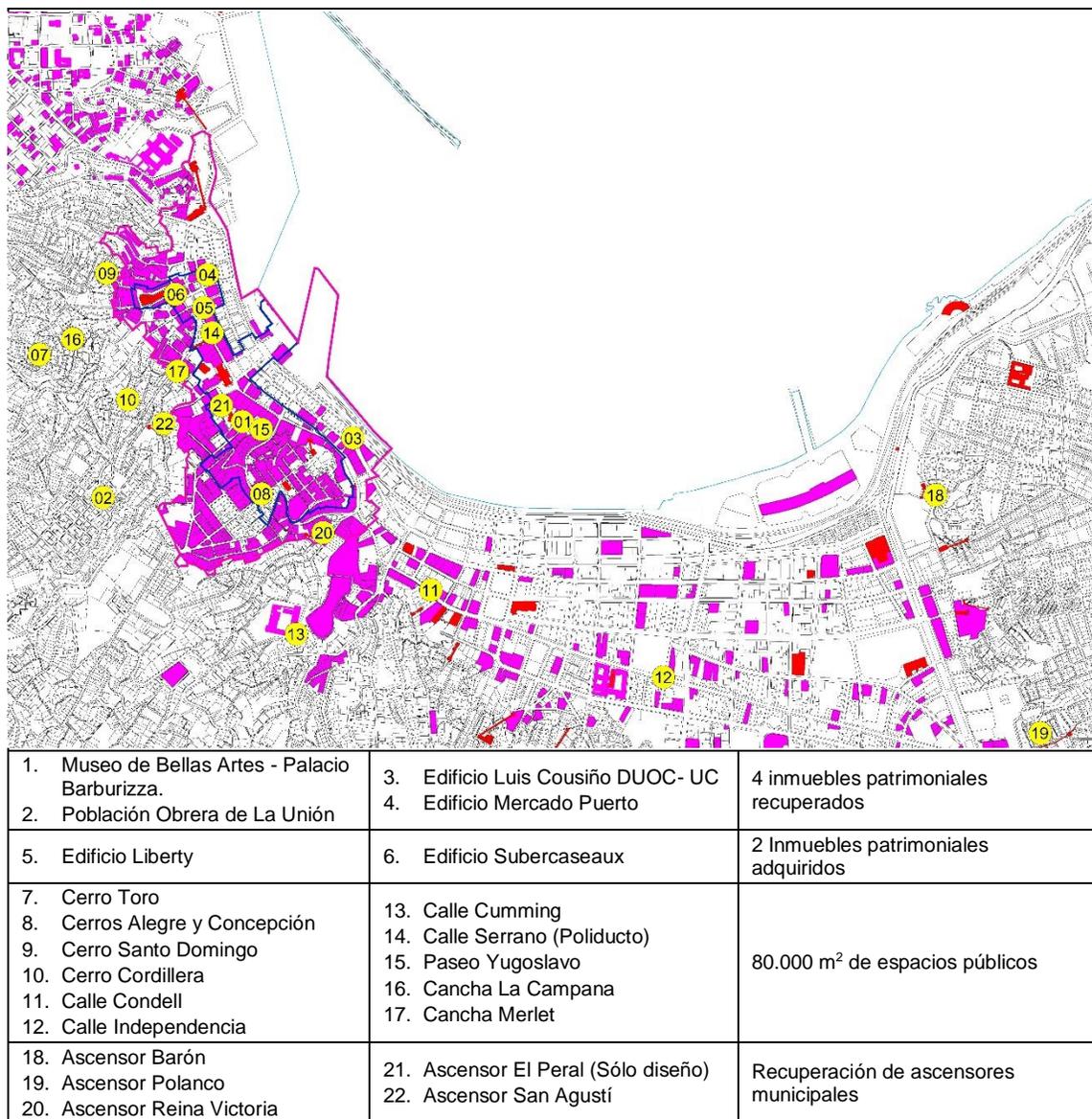
| LINEAS   | PROGRAMAS  | INTERVENCIÓN  | MM\$  |
|--|--|---|-------|
| 1. Trama Urbana y Protección Patrimonio Residencial. | 1.1 Mejoramiento de Viviendas en Cerros Patrimoniales.   | Rehabilitación de nueve viviendas en Cerros Santo Domingo, Artillería y Cordillera. Ejecutado entre 2006 y 2010.  | 187   |
|  | 1.2 Recuperación de Fachadas.  | Calles Victoria, Almirante Montt, Independencia, Simpson, Ecuador, Urriola, Clave, Tomás Ramos, Merlet, Víctor Hugo, Purcell, Sócrates, Serrano, Poblaciones Empart, Barros Borgoño, Márquez, Balmaceda, San Luis, Explanada, Villa Munich, Sexto Sector de Playa Ancha, Almirante Montt, Ecuador y Clave; además del Teatro Municipal y la Iglesia de La Matriz. Se recuperar fachadas de 153 inmuebles. | 1.000 |
|  | 1.3 Regularización Eléctrica.  | Barrio Puerto abarcó 80 propiedades con 458 recintos comerciales.   | 221   |
|  | 1.4 Habilitación de Conventillos.  | Estudio de rehabilitación de conventillos sectores: Plaza Aduana - Artillería; Plaza de la Justicia - Cerro Cordillera y Barrio Puerto - Santo Domingo.   | 43    |
|  | 1.5 Reciclaje de Sitios Eriazos.   | Estudio plan de recuperación de sitios eriazos en: Plaza Aduana - Artillería; Barrio Puerto - Santo Domingo; Plaza de la Justicia - Cordillera; Barrio Financiero - Cerros Alegre y Concepción; Barón - Brasil.   | 40    |
|  | 1.6 Habilitación de Residencias Universitarias y; Locales Comerciales Casco Histórico, (SERCOTEC). | Fondo Concursable: Estudio y ejecución de obras mejoramiento de la gestión con plan de negocios e imagen corporativa, equipamiento, infraestructura y dirigido a dueños de residencias universitarias, hospedajes familiares y residenciales y; dueños de locales comerciales en las calles Serrano, Prat, Esmeralda y Condell.   | 580   |
|  | 1.7 Rehabilitación Edificio Población Obrera de la Unión.  | Restauración del Edificio Población Obrera.   | 148   |

| LÍNEAS                              | PROGRAMAS   | INTERVENCIÓN  | MM\$         |     |
|-------------------------------------|---|---|--------------|-----|
| 2. Espacios Públicos                | 2.1 Recuperación de los espacios públicos del plan y de los cerros patrimoniales. | <b>CERRO ALEGRE</b><br>Calles Montealegre, Miramar, Álvaro Besa, Santa Isabel, San Enrique, Lautaro Rosas, Urriola.<br><b>CERRO CONCEPCIÓN</b><br>Calles Almirante Montt, Capilla, Galos, Middleton, Grossi, Pasaje Dimalow incluyendo Pasaje Reyes, Pasaje Caracoles y Escalera Elías. | <b>3.630</b> |     |
| 3. Obras Emblemáticas               | 3.1 Restauración Mercado Puerto.  | Restauración del edificio en ejecución.   | 722          |     |
|                                     | 3.2 Restauración Museo Municipal de Bellas Artes de Valparaíso.                   | Restauración, ampliación y museología Museo Baburizza.  | 1.453        |     |
|                                     | 3.3 Recuperación de Ascensores Municipales  | Reina Victoria San Agustín, El Peral Barón y Polanco.   | 585          |     |
| 4. Calidad Urbana y Medio Ambiente. | 4.1 Manejo de Residuos Sólidos  | Contratación Asesoría en gestión de residuos.<br>Instalación 872 papeleros plan y cerros; 1.600 papeleros; 600 contenedores; bateas 72 puntos críticos; Retiro de basuras en 100 microbasurales.  | 1.700        |     |
|                                     | 4.2 Control de Plagas: Perros, roedores y garrapatas.                             | Esterilización 20.000 canes. Desparasitación de canes y desinfección de barrios.<br>Desratización de 22 cauces, 84 microbasurales y los esteros de Laguna Verde y Placilla.<br>Construcción Ecocanil en Laguna Verde.   | S/I          |     |
|                                     | 4.3 Seguridad Urbana.   | Instalación 95 cámaras de televigilancia en Plan, miradores y puntos turísticos.  | S/I          |     |
|                                     | 4.4 Señalética urbana.  | Estudio "Plan de Señalización y Sistema de Información Urbana para la Ciudad.   | S/I          |     |
|                                     | 4.5 Mobiliario Urbano.  | Estudio propuesta mobiliario urbano.<br>Mejoramiento de mobiliario en 14 locales del sector comercial; 13 paraderos en Avda. Pedro Montt y 40 quioscos para la Zona Histórica.  | S/I          |     |
|                                     | 4.6 Aceras y Luminarias.  | Iluminación y Aceras del Casco Histórico.   |              |     |
|                                     |   | Mantenión Calle Condell.  |              | 548 |
| Obras en Barrio Puerto.             |   |   |              |     |
|                                     | Alumbrado Público de Valparaíso.  |   | 4.308        |     |
| 4.7 Mejoramiento Avda. Errázuriz.   | Diseño del bandejón desde el nudo Barón hasta Plaza Sotomayor.                    |   | S/I          |     |

| LINEAS               | PROGRAMAS                           | INTERVENCIÓN   | MM\$ |
|----------------------|-------------------------------------|--|------|
| 5. Turismo y Cultura | 5.1 Mapas                           | Sectores de interés histórico y cultural de la ciudad. | S/I  |
|                      | 5.2 Puntos de información turística | En Plazas Cívicas y Sotomayor y Rodoviario.            | S/I  |
|                      | 5.3 Portal de la ciudad             | www.ciudaddevalparaíso.cl                              | S/I  |

Fuente: Elaboración propia en base a información de: Pozo, N. 2012; SUBDERE y PRDUV.

**Figura A15: Obras del PRDUV años 2006 - 2012**



Fuente: Elaboración propia en base a información coberturas MINVU e información SUBDERE, 2009.

**Figura A16: Proyectos emblemáticos PRDUV**



### **2.3 Identificación de los criterios de análisis**

Interesa reconocer en esta evaluación si efectivamente se enfrenta el desafío de la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural de esta ciudad puerto y, si se logra asegurar una plataforma de gestión de dicho patrimonio que permita dar continuidad a esta labor una vez concluida la intervención del Programa.

Interesa entonces reconocer:

- El enfoque de la puesta en valor del patrimonio cultural;
- Lógica y eficiencia de la estructura operativa del Programa;
- Efectiva participación ciudadana;

### **2.4 Revisión de la evaluación realizada por el panel (SUBDERE, 2009)**

En general se puede constatar que el Panel Evaluador (Marisol Saborido, Daniel Jadue y Humberto Zamorano) en adelante el Panel, fue especialmente crítico con el desempeño de este Programa, a tal punto que la SUBDERE tuvo que emitir un oficio en el cual argumenta que la mayoría de las observaciones realizadas por este panel “son inexactas”. No obstante, el mismo informe provocó una reestructuración profunda del programa en su segunda mitad de ejecución, lo que mejoró notablemente su desempeño, al menos en su componente relativa a ejecución de obras físicas y programas operativos; no así en lo que correspondía a los aspectos intangibles posibles.

#### **2.4.1 El enfoque de la puesta en valor del patrimonio cultural**

La crítica más dura que realiza el Panel al Programa, es a lo que éste entiende como revitalización: “La instalación de actividades comerciales en el área patrimonial y típica de Valparaíso”; lo que implica poner en valor su patrimonio urbano, mediante “La habilitación de inmuebles en el área patrimonial y típica correspondientes a requerimientos actuales”, como fundamento de nuevas actividades económicas, culturales y sociales que beneficien a la población local. (SUBDERE, 2009).

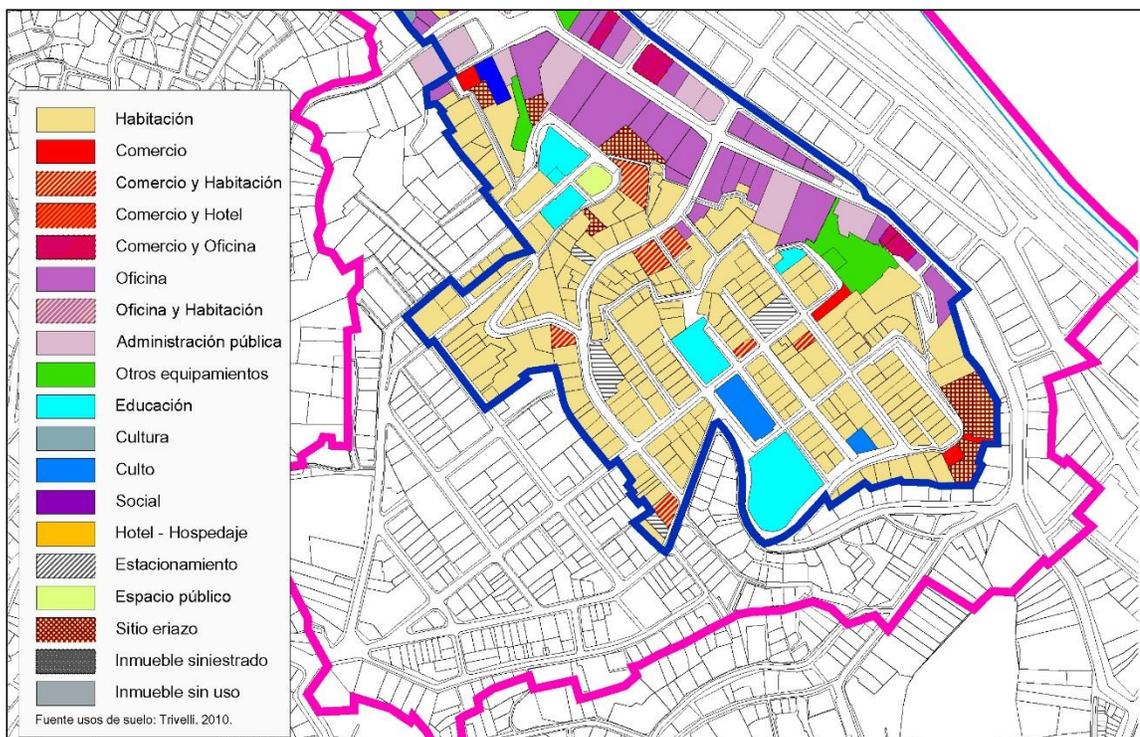
Para el Panel la definición del concepto de “puesta en valor” es insuficiente; ya que no se explicita qué se entiende por “habilitación” ni qué significa “requerimientos actuales”.

Argumentando que esto sería clave para definir qué hacer en cada lugar de manera fundada; ya que al tratarse de un bien patrimonial, “la intervención debe realizarse con conocimiento de estos valores y en concordancia con ellos, apoyándose en información, testimonios y diversas fuentes”.

El Panel también declara que “El propósito del Programa, de poner en valor patrimonio urbano de Valparaíso es un desafío complejo y ambicioso y obviamente no se reduce a la habilitación de inmuebles”. Ya que toda intervención sobre este tipo de espacios urbanos debe hacerse cargo tanto de su dimensión material como inmaterial. Concluyendo que “El diseño del Programa es inapropiado para abordar la causa del problema que le da origen”, aduciendo que “Los componentes 1 y 2 no son suficientes por si solos, para poner en valor el patrimonio, ya que requieren una institucionalidad que de sostenibilidad al programa y a sus estrategias”.

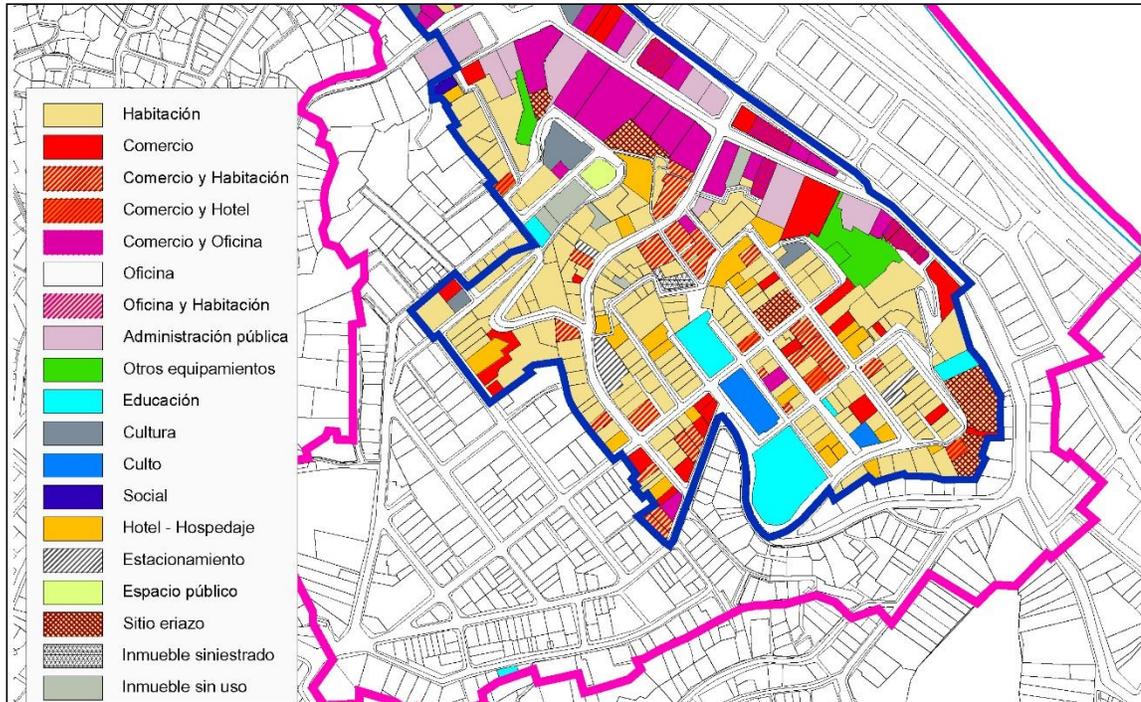
Consecuentemente y tomando en consideración el recambio del uso de suelo producido en sectores de alto valor patrimonial de Valparaíso (Ver mapas 3, 4 y 5) desde la declaratoria del casco histórico de esta ciudad puerto como Sitio Patrimonio Mundial, podemos concluir que efectivamente las dinámicas económicas perseguidas por este Programa han sucedido. No obstante, no hay suficiente claridad como para asegurar que éstas son producto, al menos en parte, de los esfuerzos del mismo. Ya que a la fecha de esta evaluación (2009), las principales intervenciones del PRDUV aún no se encontraban ejecutadas y ya el dinamismo comercial de sectores como el Cerro Alegre y Cerro Concepción eran evidentes.

**Figura A17: Usos de suelo Cerros Alegre – Concepción 2003**



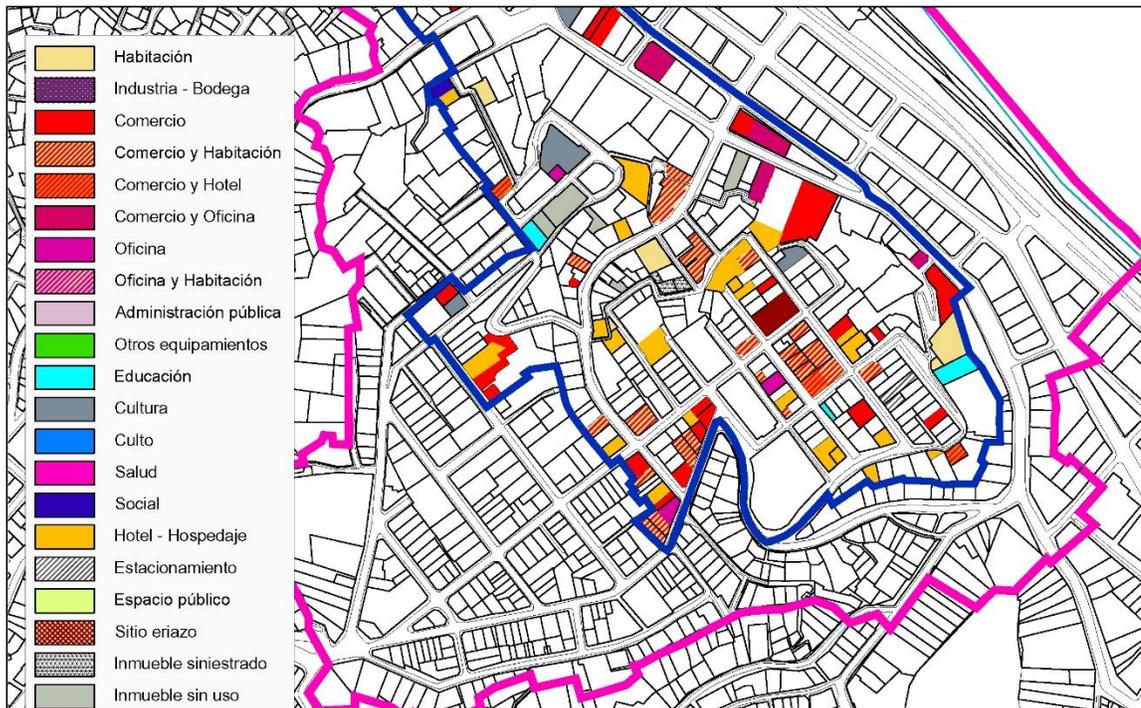
Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información Trivelli, 2010.

**Figura A18: Usos de suelo Cerros Alegre – Concepción 2008**



Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información Trivelli, 2010.

**Figura A19: Cambios uso del suelo cerros Alegre – Concepción 2003 – 2008**



Fuente: Elaboración propia en base a coberturas MINVU e información Trivelli, 2010.

La crítica al enfoque, entendiendo que no es dable una intervención sin pensar en su sustentabilidad económica en el tiempo, es la visión unilateral y mercantilista de la misma.

Estas dinámicas de recambio acelerada, que promueven la concentración productiva turística en determinados sectores de alto valor patrimonial, necesariamente vienen acompañadas de fenómenos de gentrificación, los que complotan en contra de la salvaguarda de los valores patrimoniales intangibles, presente en los tejidos sociales originarios de los barrios afectados por estas dinámicas. Con todo, se produce inevitablemente una pérdida de esos valores inmateriales, los que en definitiva son los más frágiles y quizás más valiosos e imposibles de recuperar una vez desnaturalizados de su lugar de origen.

#### **2.4.2 Lógica y eficiencia de la estructura operativa del Programa**

La estructura de operación y gestión del Programa es fundamental para su eficiente ejecución, más aún cuando se requiere dejar establecida una instancia de gestión local que le dé sostenibilidad al propósito de poner en valor el patrimonio cultural de Valparaíso.

En este ámbito, el Panel ha realizado un juicio lapidario respecto la validación del órgano ejecutivo del Programa (UEP) y su incapacidad de articulación de las iniciativas que contempla él mismo y, con las que ejecutan otros programas e instituciones en el mismo escenario.

Es así como se da cuenta que “La estructura organizacional, a lo largo de los dos años y medio de funcionamiento del Programa, no ha logrado desarrollar eficazmente las tareas y atribuciones encomendadas y contempladas por el contrato del préstamo y por el ROG del Programa”. Esto se manifiesta en una deficiente ejecución presupuestaria, la cual se concentra a la fecha de la evaluación (2009) básicamente en gastos de administración, estando todos los proyectos operativos atrasados. Peor aún, la carta de navegación necesaria para la intervención, no verá la luz hasta finales de la intervención general del Programa (2012)

La coordinación interinstitucional es también un problema no resuelto para el Programa. Esto da cuenta de un problema de validación del ente ejecutivo del mismo, ya que se detectan problemas incluso a nivel entre la UEP y su contraparte en el municipio.

Peor aún, el municipio utilizó recursos del programa para subsanar carencias propias de esa entidad, sin que ello necesariamente tuviera relación con los objetivos de intervención del Programa en su componente municipal.

Los cambios de dirección en las prioridades del Programa, también lo afectaron seriamente, ya que “Durante el desarrollo del programa, el Directorio y la UEP, han realizado una serie de cambios, y definido nuevas prioridades y despriorizaciones” con el consecuente impacto negativo en el desempeño del programa en su conjunto.

Los resultados finales de esta falta de coordinación, que muy probablemente tienen su origen en la incapacidad de los actores públicos locales para llegar a acuerdos, es que finalizada la intervención del Programa no exista una instancia de gestión local válida que permita dar continuidad a los objetivos del mismo.

### **2.4.3 Efectiva participación ciudadana**

A pesar que el Programa explícitamente declara en su “Componente 4 - Comunicación y Participación que tiene por objeto difundir la información referente al Programa y sus beneficios y *estimular la participación ciudadana para la definición de sus acciones*”, este aspecto es claramente deficiente.

Partiendo por la definición de los beneficiarios, ya que la clara visión mercantilista que prima en las políticas públicas de la época, centran el quehacer del Programa en la revitalización económica del patrimonio como respuesta a su puesta en valor y conservación, sin mediar los efectos nocivos que esta potencial dinámica conlleva sobre aspectos esenciales de los valores identitarios locales.

Se detecta una clara indefinición de los beneficiarios del programa. Así mismo, los criterios establecidos para las intervenciones, descontextualizan el bien inmueble de valor patrimonial de sus legítimos herederos y custodios de dichos valores patrimoniales, ya que “el programa no tiene una focalización en la población beneficiaria, sólo establece condiciones para la elegibilidad de los proyectos según el grado de deterioro de los elementos a intervenir; valor histórico y arquitectónico de los inmuebles y rentabilidad de las intervenciones” (SUBDERE, 2009), lo que resta legitimidad a dicha intervenciones.

Es por ello que el Panel concluye que “a pesar que en el diseño del programa la participación se plantea como tema de importancia, los mecanismos de participación en la práctica son más de tipo informativo y de “marketing”.

Es entonces paradójico a dieciséis años de recuperada la democracia en Chile y estando en ejercicio durante todo el periodo de ejecución del Programa un gobierno de centro izquierda y un alcalde de la coalición de gobierno; que la participación ciudadana no fuera considerada como un tema clave de este proceso.

## **2.5 Reflexión general sobre el programa**

De la evaluación del PRDUV analizada, es destacable la independencia con que actúa el Panel Evaluador, ya que se exponen en forma descarnada las falencias encontradas.

También parece de sumo valor que esta evaluación no sólo se limita a analizar la eficiencia en la ejecución presupuestaria, sino que discute los principios ideológicos que fundan la intervención.

Efectivamente, compartimos que una intervención del patrimonio urbano desde una mirada mercantilizante del mismo, provoca efectos negativos sobre las componentes inmateriales, que de por sí son frágiles. Más aún cuando la participación ciudadana declarada como una línea de acción específica, no se ejecuta en forma adecuada, pasando más bien a ser un proceso de “información y marketing”.

Del análisis se puede deducir que el ámbito de la participación ciudadana, al ser incluida como una línea de trabajo específica, le resta importancia a la misma en la ejecución de las demás componentes del programa; es decir, la participación ciudadana no puede ser presentada como una acción en sí misma, ya que se desvincula de su objeto, que es ser participe efectivos en la toma de decisiones sobre los diferentes aspectos que aborda el Programa. Es por ello que necesariamente la participación ciudadana debe ser una componente transversal, donde los espacios participativos democráticos y vinculantes en la toma de decisiones, son esenciales para su validación.

Respecto a los aspectos metodológicos, en general se comportan de buena forma en sus aspectos cuantitativos, donde el mayor énfasis está en la ejecución presupuestaria, lo que tiene sentido dado que se encuentran comprometidos recursos públicos. No obstante, Son los aspectos cualitativos y sus impactos sobre la población local, los que no aparecen reflejados adecuadamente.

Llama la atención que no se analizaran impactos colaterales conocidos y que son de gran relevancia en los procesos de renovación urbana, tales como: la gentrificación, los cambios de usos de suelo; en particular cuando la creciente concentración de actividades de turismo y ocio, provocan cambios significativos en los modos de vida cotidianos y usos de los espacios urbanos de valor patrimonial.

## **2.6 Bibliografía consultada**

**ANDUEZA**, Pablo: "La política de activación patrimonial en Valparaíso: crítica y propuestas". En: Boletín de Mercado de Suelo, Área Metropolitana de Santiago, primer trimestre, 2010.

**ANDUEZA**, Pablo: Interrogantes sobre la gestión del patrimonio cultural en Valparaíso planteadas en las evaluaciones realizadas en período 2009-2011, 2011.

**CONSEJO DE MONUMENTOS NACIONALES** - Ilustre Municipalidad de Valparaíso: Postulación de Valparaíso como sitio del patrimonio mundial. Texto central, 2001.

**DRIRES**, Minuta Ejecutiva Evaluación Programas Gubernamentales. Programa Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso, 2009.

**POZO**, Nélida: Imaginario Social sobre la Incorporación de Valparaíso en la lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad de UNESCO. Tesis presentada para obtener el grado de Magíster en Antropología y Desarrollo, 2012.

**SUBDERE**, Evaluación Final Programa Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso, 2009.

**SUBDERE** (Ministerio del Interior): Comentarios y observaciones al informe final de evaluación por parte de la institución responsable, 2009.

**TRIVELLI**, Pablo y Nishimura, Yasuyo, The sustainability of urban heritage preservation: interventions to support economical and residential investments in urban heritage areas of Latin America and the Caribbean (RG-T1620): Case study Valparaiso. Schedule 1: Preservation Level and Institutional Setting of the Case y Schedule 2: Economic sustainability, 2010.