



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**PROPUESTA DE PLAN DE INTERVENCIÓN DE FOMENTO DEL TURISMO  
EN EL BARRIO PUERTO DE VALPARAÍSO**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERA CIVIL INDUSTRIAL**

**MARÍA FRANCISCA CANALES MORENO**

PROFESOR GUÍA:  
JUAN PABLO ZANLUNGO MATSUHIRO

MIEMBROS DE LA COMISIÓN:  
MATÍAS COCIÑA VARAS  
ESTEBAN ZÁRATE ROJAS

SANTIAGO DE CHILE

ABRIL 2008

RESUMEN DE LA MEMORIA  
PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
INGENIERA CIVIL INDUSTRIAL  
POR: FRANCISCA CANALES  
FECHA: 31/03/2008  
PROF. GUÍA: JUAN PABLO ZANLUNGO

PROPUESTA DE PLAN DE INTERVENCIÓN DE FOMENTO DEL TURISMO EN EL  
BARRIO PUERTO DE VALPARAISO

El presente trabajo de título tuvo como objetivo la elaboración de un plan de fomento del turismo en el Barrio Puerto de la ciudad de Valparaíso, pretendiendo contribuir con una nueva mirada a los esfuerzos que hace varios años se vienen dando en pro de la rehabilitación del centro histórico de la ciudad, ubicado en el centro del Barrio Puerto y que desde el año 2003 es Patrimonio de la Humanidad.

El trabajo contempló la construcción de un estudio comparado con otras ciudades que han vivido procesos de rehabilitación, como soporte teórico y antecedente al diseño del plan de fomento de turismo. Luego, la observación en terreno, las entrevistas con actores locales involucrados y la colaboración con otras unidades académicas, consultores y servicios públicos, como el Observatorio de ciudades de la Universidad Alberto Hurtado, el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso y CORTAL Consultores, fueron las fuentes desde las que se diseñó el plan de fomento.

El desarrollo del plan se articuló en torno de la Imagen del Barrio Puerto. El reconocimiento de esta imagen y la puesta en valor de sus activos patrimoniales, fueron los elementos base de la construcción del resto del trabajo. En la puesta en práctica de este plan, el mejoramiento y medición de la calidad de servicio se propone a través del diseño de un sistema de construcción de capital social llamado MMEDCAL.

El plan de fomento del turismo en el Barrio Puerto finalmente resultó articulado desde cinco aspectos principales: el concepto de Imagen del Barrio Puerto de Valparaíso, la creación de una comunidad deliberante del Barrio que congregue a todos los actores involucrados, la intervención pública simple a través de la creación de productos nuevos, la intervención privada a través del mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos existentes y, finalmente, la creación de un nuevo producto de gran envergadura.

Para la implementación de este plan es recomendable contemplar un análisis completo del contexto político. La factibilidad de su aplicación dependerá de la voluntad y diálogo de todos los actores implicados

*Dedicado a mi mamá, Olga  
Y a la siempre presente memoria de mi papá, Antonio.*

# Agradecimientos

Este trabajo, significa mucho más de lo que parece. No solo he puesto todo mi sincero interés en colaborar a la ciudad de Valparaíso con sus resultados, sino que es el hito final de muchos años, algunos de ellos no tan buenos, en los que pasé por la Escuela de Ingeniería.

Por tanto mis gratitudes, inevitablemente, exceden los límites de este trabajo y de quienes colaboraron en él.

Agradezco a Dios haber nacido en la familia en la que nací y por todos los dones.

Agradezco en primer lugar a la Olguita, mi mamá. Muchas veces pienso que solo ella y yo sabemos realmente, lo mucho que me costó llegar hasta aquí. A mi hermana Marité, por tu incondicional amor, preocupación, compañía, y sobre todo presencia y apoyo desde siempre. A mi hermana Maricarmen, por tu amor incondicional y tu perseverancia irrenunciable en mi formación desde que tengo memoria, desde tus clases a las que me llevabas feliz, hasta la edición minuciosa que hiciste de este trabajo. A mi hermano Alfredo, por tu conversación siempre astuta y atrayente, por tu linda sonrisa, porque te quiero más de lo que te digo y por el tremendo orgullo que siento de tener un hermano como tú. A mi amigo Eduardo, que desde la torre de Babel hasta hoy día, no has dejado de estar presente en mi vida, y creo que no hay nada que no te agradezca. A mi Catita, a tu linda sonrisa desde que naciste y tu prematura sabiduría en las cosas de la vida. A Angie, por haber llegado y haberte acomodado con gracia y feliz en un rincón del corazón de todos nosotros. A la más linda cuñada que nunca pude imaginar, Marce, y esto también como un envío de fortaleza y amor en estos tiempos difíciles, más difíciles. A mi otro cuñado Carlos, porque aún en el casi desconocimiento, pareces siempre estar presente a través de mi hermana.

Agradezco también a mi nueva familia, al amor y preocupación con la que me han recibido y acogido desde el primer día: Nori, Sergio, Matías y Diego.

A mis profesores. A Juan Pablo, por su palabra siempre mesurada y asertiva, y por ser lejos, el mejor profesor que he tenido en todos estos muchos años en la Escuela. A Esteban, por todo lo que aprendí trabajando con él y por su enorme colaboración en la forma y fondo de este trabajo. A Matías, por sus siempre rigurosas y minuciosas revisiones, opiniones y reflexiones.

A quienes motivaron y ayudaron concretamente en este trabajo: José Manuel Corttinez, a Valpómio, al Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado y el equipo de ellos que ocupó mucho de su tiempo en conversar conmigo y mostrarme sus reflexiones acerca del Barrio Puerto. A los comerciantes del Barrio por permitirme escuchar y participar de sus inquietudes.

A mis amigos, todos ellos. A Johanna, Paola, Andrés y Roberto, por ser parte de mis mejores recuerdos de infancia y estar siempre en mi vida. A mis amigas en el paso por el colegio, sobre todo ahora en tiempos de reencuentro: Ambar y Johana. A mis amigas Ochi y Gaby, por haber hecho de su casa mi casa. A los amigos que hice en mi paso por la Escuela: Fran, Karlita y muchos otros que a pesar de no ser hoy parte de mi vida, significaron mucho en distintas etapas. Sobre todo agradezco a mis amigas Loly y Petty, que a pesar de encontrarnos tarde en la vida, fuimos capaces de formar el mejor y más eficiente equipo que pude imaginar.

Sergio, contigo conocí Valparaíso, tu me enseñaste a querer el susurro de sus calles, hoy día trato de rendirle un tributo con este trabajo. Agradezco tu presencia en todo este proceso, agradezco tu ayuda, tu paciencia, tu apoyo, tu amor inconmensurable, pero por sobre todas las cosas te agradezco ser siempre, siempre, mi más grande y mejor inspiración.

# Índice de contenidos

<b>Capítulo 1: Presentación del Trabajo .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1 Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2 Objetivos .....</b>	<b>11</b>
1.2.1 Objetivo General.....	11
1.2.2 Objetivos Específicos .....	11
<b>1.3 Planteamiento General.....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo 2: Valparaíso y Barrio Puerto: Historia, Caracterización Actual y Proyecciones. ....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Historia: el Barrio Puerto, origen de Valparaíso .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 Contexto y entorno .....</b>	<b>17</b>
2.2.1 Valparaíso.....	17
Barrio Puerto.....	19
2.2.2 Síntesis .....	26
<b>2.3 Demanda Turística.....</b>	<b>26</b>
2.3.1 Llegadas de turistas extranjeros.....	27
2.3.2 Llegadas de turistas de cruceros.....	27
2.3.3 Llegadas, pernoctaciones y tasa de ocupabilidad en establecimientos de la Región de Valparaíso	28
2.3.4 Turistas de Valparaíso .....	29
<b>2.4 Oferta Turística .....</b>	<b>30</b>
<b>2.5 Síntesis.....</b>	<b>31</b>
<b>Capítulo 3: Marco Teórico .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Estudio Comparado.....</b>	<b>32</b>
3.1.1 Definición de Estudio Comparado .....	32
3.1.2 Características del Estudio Comparado .....	32
3.1.3 Objetivos del Estudio Comparado .....	32
<b>3.2 Turismo .....</b>	<b>33</b>
3.2.1 Producto turístico .....	33
3.2.2 Turismo Sostenible .....	39
3.2.3 Imagen de Marca de los Países .....	44
<b>3.3 Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio.....</b>	<b>49</b>
3.3.1 Supuestos fundamentales .....	50
3.3.2 Fases .....	51

3.3.3	Protocolos conversacionales .....	53
<b>Capítulo 4:</b>	<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>55</b>
4.1	Elaboración del Estudio Comparado .....	56
4.2	Elaboración Plan de Fomento de Turismo .....	59
4.3	Elaboración del sistema MMEDCAL: Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio .....	61
<b>Capítulo 5:</b>	<b>Estudio Comparado .....</b>	<b>61</b>
5.1.1	Justificación para un Estudio Comparado .....	61
5.1.2	Estructuración del proceso de Estudio Comparado .....	65
5.1.3	Aplicación del proceso de Estudio Comparado .....	68
5.1.4	Puntos relevantes en común .....	79
5.1.5	Resultados del Estudio Comparado .....	79
<b>Capítulo 6:</b>	<b>Plan de Intervención de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso. 81</b>	
6.1	Barrio Puerto, una propuesta en pos del Turismo Sostenible. ....	81
6.2	Imagen Barrio Puerto .....	83
6.2.1	Fase de Posicionamiento IBP:.....	85
6.2.2	Fase Inicial IBP .....	88
6.3	Plan de Intervención.....	92
6.3.1	Comunidad Deliberante del Barrio Puerto de Valparaíso .....	96
6.3.2	Intervención Pública .....	100
6.3.3	Intervención Público Privada: Fomento Productivo de Disponibilidad y Calidad de Servicios Existentes. ....	103
6.3.4	Creación y Generación de Nuevos Atractivos: Museo del Barrio Puerto.....	105
6.3.5	Síntesis del Plan de Fomento de Turismo.....	108
<b>Capítulo 7:</b>	<b>Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio (MMEDCAL) .....</b>	<b>109</b>
7.1.1	Instrumentos para la elaboración del MMEDCAL. ....	110
7.1.2	Flujo de información capturada en el MMEDCAL en la industria turística del Barrio Puerto.....	112
<b>Capítulo 8:</b>	<b>Conclusiones y Palabras Finales. ....</b>	<b>114</b>
<b>Capítulo 9:</b>	<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>117</b>
<b>Capítulo 10:</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>120</b>
10.1	Ilustraciones .....	120
10.2	Gráficos.....	127

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1: Descripción de Variables para el Estudio Comparado.....</i>	65
<i>Tabla 2: Tipología del producto Museo del Barrio Puerto.....</i>	106
<i>Tabla 3: Diseño del Producto Turístico.....</i>	107
<i>Tabla 4: Estructuración del Producto Turístico.....</i>	108
<i>Tabla 5: Principales Problemáticas Identificadas por la Comunidad del Barrio Puerto.....</i>	131
<i>Tabla 6: Cifras históricas de cruceros, pasajeros y tripulantes en Valparaíso.....</i>	134
<i>Tabla 7: Llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Región de Valparaíso.....</i>	135
<i>Tabla 8: Pernoctación pasajeros en establecimientos de alojamiento turístico Región de Valparaíso.....</i>	135
<i>Tabla 9: Ocupabilidad por tipo de alojamiento y estadía media.....</i>	135
<i>Tabla 10: Llegada de pasajeros chilenos y extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.....</i>	135
<i>Tabla 11: Tasa de ocupabilidad de habitaciones en establecimientos de alojamiento turístico.....</i>	135
<i>Tabla 12: Crecimiento de las llegadas de turistas a Valparaíso.....</i>	135
<i>Tabla 13: Pernoctación en establecimientos de alojamiento turístico.....</i>	136
<i>Tabla 14: Promedio de Pernoctaciones de chilenos y extranjeros en establecimientos de alojamiento turístico (noches).....</i>	136
<i>Tabla 15: Llegadas y pernoctaciones en febrero 2007, según encuesta SERNATUR.....</i>	136
<b>Tabla 16: Promedio de Pernoctaciones de chilenos y extranjeros en establecimientos de alojamiento turístico.....</b>	136
<i>Tabla 17: Actividades realizadas con mayor frecuencia visitantes de Valparaíso.....</i>	136
<i>Tabla 18: Atractivos que más gustaron a los visitantes de Valparaíso.....</i>	137
<i>Tabla 19: Estudio de Oferta turística de Valparaíso.....</i>	137
<i>Tabla 20: Catastro de oferta turística en la ciudad de Valparaíso (por orden alfabético).....</i>	140
<i>Tabla 21: Datos de Delincuencia en la Región de Valparaíso y en la Comuna de Valparaíso.....</i>	141
<i>Tabla 22: Tabulación del Estudio Comparado.....</i>	142

## Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1: Ascensores de Valparaíso.....</i>	120
<i>Ilustración 2: Vista de Valparaíso.....</i>	120
<i>Ilustración 3: Iglesia de la Matriz.....</i>	121
<i>Ilustración 4: Valparaíso en 1842.....</i>	121
<i>Ilustración 5: Plano de la Bahía de Valparaíso en 1838.....</i>	121
<i>Ilustración 6: Vista de la Bahía de Valparaíso en 1906.....</i>	122
<i>Ilustración 7: Quebrada Márquez.....</i>	122
<i>Ilustración 8: Plaza Echaurren.....</i>	122

<i>Ilustración 9: Mercado Central</i> .....	123
<i>Ilustración 10: Iglesia de la Matriz</i> .....	123
<i>Ilustración 11: Ascensor Artillería</i> .....	123
<i>Ilustración 12: Ascensor Cordillera</i> .....	124
<i>Ilustración 13: Incendio en la Calle Serrano, 3 de Febrero de 2007</i> .....	124
<i>Ilustración 14: Muestra del Estado de Mobiliario Urbano</i> .....	124
<i>Ilustración 15: Muestra del Estado de Mobiliario Urbano</i> .....	125
<i>Ilustración 16: Frontis del Mercado Puerto</i> .....	125
<i>Ilustración 17: Mirada interior desde el Segundo Piso del Mercado Puerto</i> .....	125
<i>Ilustración 18: Circuito de Conexión de Atractivos Turísticos e Históricos en la Ciudad de Boston, Estados Unidos</i> .....	126
<i>Ilustración 19: Trabajos en la Calle Serrano</i> .....	126
<i>Ilustración 20: Hoteles Existentes en el Barrio Puerto</i> .....	126

## Índice de Figuras

<i>Figura 1: Áreas de la Tesis</i> .....	12
<i>Figura 2: Estructura General del Trabajo</i> .....	12
<i>Figura 3: Estructura específica del Informe</i> .....	13
<i>Figura 4: Benchmarking</i> .....	33
<i>Figura 5: Cadena de Servicios Turísticos</i> .....	35
<i>Figura 6: Componentes del producto turístico</i> .....	37
<i>Figura 7: Estructuración de un producto turístico</i> .....	38
<i>Figura 8: Tipología de nuevos productos</i> .....	39
<i>Figura 9: Turismo Sostenible</i> .....	42
<i>Figura 10: Fases en la creación de la Imagen de Marca de los Países</i> .....	49
<i>Figura 11: Fases del Sistema MMEDCAL</i> .....	52
<i>Figura 12: Protocolos Conversacionales</i> .....	54
<i>Figura 13: Esquema de la Justificación para el Estudio Comparado</i> .....	57
<i>Figura 14: Proceso del Estudio Comparado</i> .....	58
<i>Figura 15: Comparación de Variables</i> .....	59
<i>Figura 16: Patrimonio Cultural</i> .....	64
<i>Figura 17: Deficiencias Identificadas en el Barrio Puerto de Valparaíso</i> .....	88
<i>Figura 18: Imagen Marca del Barrio Puerto de Valparaíso</i> .....	92
<i>Figura 19: Áreas de Intervención en los ámbitos de competencia</i> .....	93
<i>Figura 20: Funcionamiento esquemático de la Comunidad Deliberante del Barrio Puerto de Valparaíso; Integrantes y Normativa</i> .....	99
<i>Figura 21: Propuesta de Plan de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso</i> .....	108
<i>Figura 22: Encuesta de Entrada</i> .....	111
<i>Figura 23: Encuesta de Salida</i> .....	111
<i>Figura 24: Flujo de Información producto de la aplicación del MMEDCAL en la Industria Turística</i> .....	113

## Capítulo 1: Presentación del Trabajo

### 1.1 Introducción

El Casco Histórico de la Ciudad Puerto de Valparaíso, fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 2003 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Dicho reconocimiento, junto con otros de envergadura nacional que involucran tanto al Casco Histórico como a otras zonas del Puerto, han significado que en torno a la ciudad de Valparaíso se hayan movilizad o iniciativas tanto públicas como privadas para la mantención de sus zonas típicas. Revisando su historia, el Puerto fue testigo de una época de crecimiento y grandiosidad durante el siglo XIX. Sin embargo, y por distintas razones, derivó en decaimiento durante el siglo XX.

En la actualidad, Valparaíso es reconocido mundialmente por su valor histórico y cultural. Es en este sentido que se liga un potencial desarrollo económico en la ciudad, por su valor como destino turístico y por su calidad de patrimonio de la humanidad. Además, es uno de los centros universitarios más importantes del país. Es este el motivo por el que el Gobierno de Chile, en el año 2002, creó la Comisión Presidencial “Plan Valparaíso”, que cumplía la misión de asesorar al gobierno en las iniciativas orientadas al desarrollo de la ciudad. Bajo el análisis de que aún se necesitaban mayores esfuerzos para revitalizar Valparaíso, nació el “Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso”, financiado por un crédito que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) otorgó al Estado de Chile “...el Programa viene a culminar todo el esfuerzo por revitalizar la ciudad con una estrategia que busca concentrar las inversiones en el territorio y los sectores que mejor apoyen el valor de las ventajas competitivas propias de la ciudad para crear nuevas actividades económicas y atraer nuevos residentes de aquí al Bicentenario”<sup>1</sup>

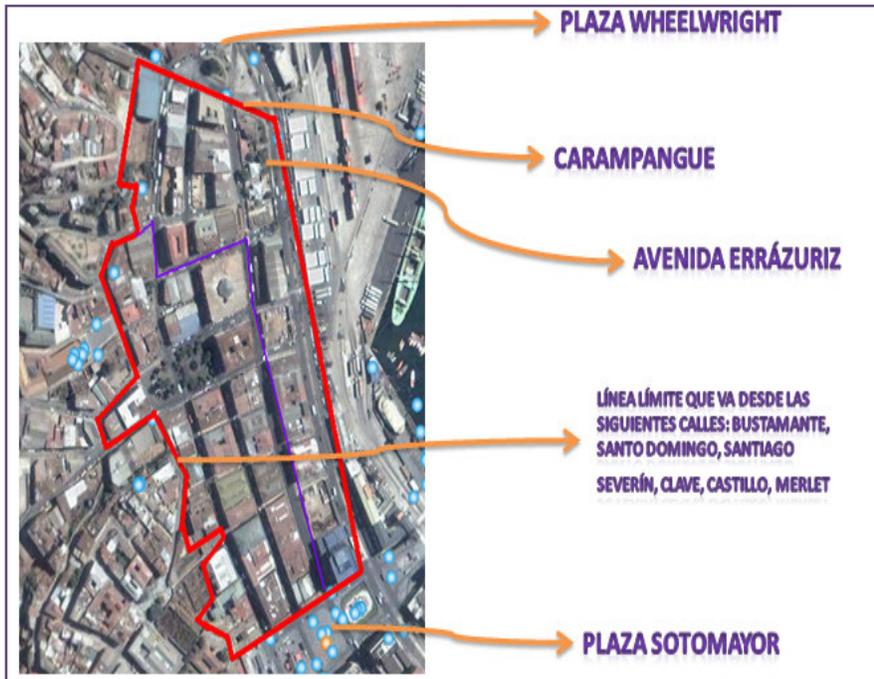
El Casco Histórico de la Ciudad Puerto de Valparaíso, conocido como Barrio Puerto, además de ser declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, Zona de Conservación Histórica del Plan Regulador Comunal de Valparaíso y Zona Típica del Consejo de Monumentos Nacionales. Sus calles se extienden desde la Plaza Wheelwright hasta la Plaza Sotomayor. Es un barrio de altísimo valor arquitectónico, urbano y cultural, que moviliza en la actualidad muchas iniciativas específicas en pos de su recuperación como centro histórico y como ciudad puerto. Es un sector principalmente residencial pero con una

---

<sup>1</sup> Misión de Valpomio ( nombre con el que se conoce el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso)

intensa actividad comercial y presencia de servicios públicos. El Mapa 1, es una vista satelital de la zona. En él, están indicados los límites del Barrio Puerto.

**Mapa 1: Límites del Barrio Puerto**



**Fuente: Vista satelital a través de Google Earth e intervención propia.**

El Barrio Puerto, sus calles, sus edificaciones, sus instituciones y las dinámicas sociales que allí tienen lugar, son el contexto del trabajo a continuación. Los antecedentes históricos y los sucesos que ahí han acontecido, son motivo de diversas iniciativas que parten del principio de rescatar y rehabilitar el Puerto, por el evidente contraste entre lo que significa para el país y para Valparaíso y las condiciones en las que se encuentra. No es motivo de este trabajo de tesis analizar en profundidad lo bien o mal gestionado que ha estado el Barrio y los recursos para él disponibles, sin embargo, la evidencia del fracaso de la mayoría de las iniciativas, son las que motivan la propuesta de un plan de fomento del turismo, como una colaboración que, junto con otras, puedan efectivamente, y en un mediano plazo, ver surgir al fin el Barrio Puerto, para los habitantes y convertirlo en un lugar atractivo para los visitantes.

Como se verá, esta propuesta de un plan de fomento del turismo en el Barrio Puerto, es un esfuerzo por modelar variables disímiles y darle coherencia a una serie de acciones de intervención. La ingeniería industrial y la gestión turística son un aporte en esta dirección y se

convierten en herramientas indispensables para el crecimiento y desarrollo de la industria turística, cada vez más relevante para la economía del país.<sup>2</sup>

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

El objetivo central de este trabajo, es elaborar y proponer un plan de intervención turística para el Barrio Puerto de Valparaíso, que incorpore un estudio comparado con experiencias exitosas de rehabilitación en otras ciudades y el diseño de un sistema de evaluación de satisfacción, permitiendo además incorporar e implementar nuevas inversiones públicas y privadas en la zona objetivo, que signifiquen un positivo impacto en la rehabilitación de la zona y que sean sustentables desde el punto de vista patrimonial, medioambiental, social y económico.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

El objetivo central, se logra a través de la realización de los siguientes objetivos específicos.

- Identificar las mejores prácticas en términos de rehabilitación de centros históricos, que sean aplicables al turismo, a través de un estudio comparado.
- Fomentar el turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso, por medio en una propuesta de un plan de intervención de fomento del turismo en el mismo.
- Promover una evaluación de satisfacción de los turistas del Barrio Puerto de Valparaíso, mediante el diseño de un sistema de Medición y Mejoramiento Continuo de Calidad: MMEDCAL.

## **1.3 Planteamiento General**

El trabajo tiene, como se ha establecido en los objetivos, tres grandes hitos: el estudio comparado, el plan de fomento turístico y el sistema de evaluación y satisfacción.

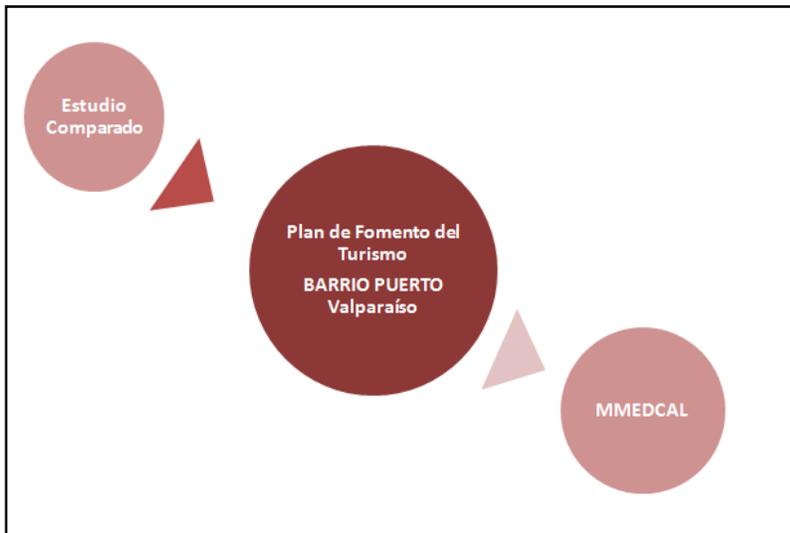
Como se muestra en la Figura 1, las tres áreas mencionadas que constituyen los objetivos específicos, se comportan de manera distinta en términos del resultado final. Por un lado, el estudio comparado, constituye un antecedente que permitirá instalar el Barrio Puerto en el contexto de otras ciudades que han vivido procesos de rehabilitación, y que presentan características similares, en términos de su condición histórica y patrimonial, y en términos de su progresivo deterioro. El antecedente del estudio comparado, resultará un insumo

---

<sup>2</sup> La actividad turística dejó ganancias por 2.223 millones de dólares el año 2003, representando el 3,01% del PIB. Cuenta satélite de Turismo 2003. SERNATUR

necesario para el objetivo principal del trabajo de título: la propuesta de diseño de un plan de fomento del turismo en el Barrio Puerto (BP) de Valparaíso, que es producto de la reflexión resultante de la teoría, casos en otras ciudades y las necesidades particulares detectadas en el BP. Finalmente el diseño del sistema de evaluación MMEDCAL, es concebido como una herramienta para medir y mejorar continuamente el plan propuesto.

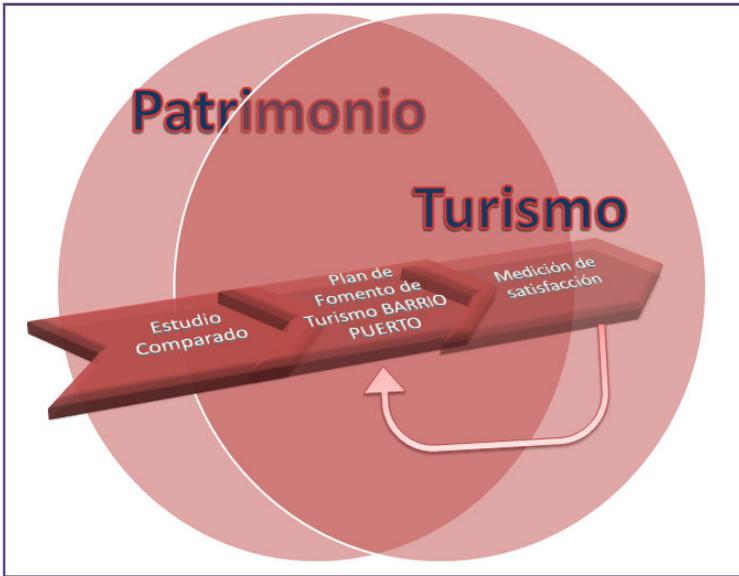
**Figura 1: Áreas de la Tesis.**



**Fuente: Elaboración Propia**

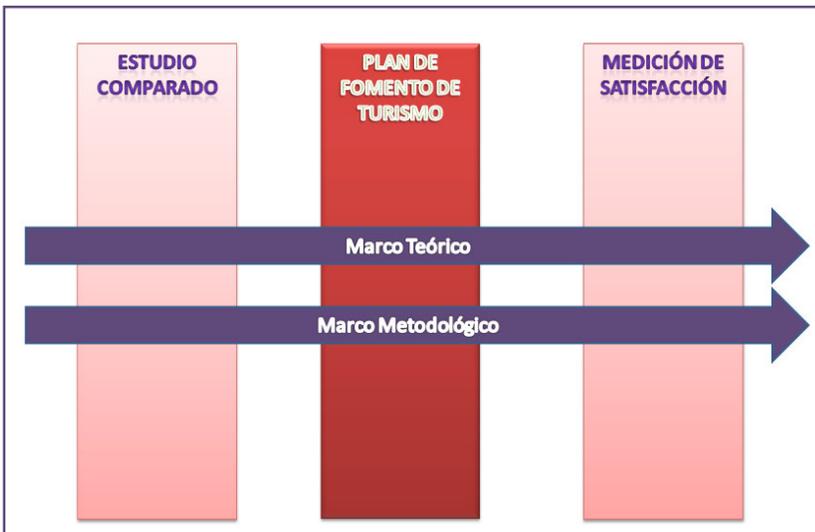
Es así como a través de la comparación con rehabilitaciones en otras ciudades históricas o puertos en el mundo, herramientas teóricas de gestión turística, el análisis de las cifras asociados al turismo en la zona y herramientas de medición de satisfacción, el producto que se espera es un plan que, con la participación integrada de los distintos actores involucrados, sea capaz de fomentar la actividad turística en el Barrio Puerto. El informe está estructurado según los tres objetivos específicos que se declaran en su momento, dentro de los cuales se encuentra el Plan de Fomento de Turismo. Para cada uno de dichos objetivos, existe teoría y metodología asociada. En la Figura 2, se muestra como los tres grandes temas a tratar, cruzarán los espacios del Turismo y Patrimonio. Por otra parte, el informe se estructura como se muestra en la Figura 3 los tres temas a tratar son vistos desde la teoría, la metodología y los resultados.

**Figura 2: Estructura General del Trabajo**



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3: Estructura específica del Informe



Fuente: Elaboración Propia

## Capítulo 2: Valparaíso y Barrio Puerto: Historia, Caracterización Actual y Proyecciones.

### 2.1 Historia: el Barrio Puerto, origen de Valparaíso

*“Pero no sé si incluso tú eres cierto,  
Valparaíso,  
O fui yo quien te soñó.”*

**Patricio Manss**

**“Escenas de olvido en Valparaíso”**

No existe total coincidencia en cuanto a la data de fundación de Valparaíso. Lo que si está claro, es que la bahía de Quintil<sup>3</sup> fue avistada desde mucho antes del asentamiento de chilenos y de la fundación de la ciudad, por tropas de avanzada de Diego de Almagro. Mucho antes, sus habitantes eran los nativos *Changos*, labradores y afanosos en el “humilde ejercicio del mar”<sup>4</sup>. En esos orígenes, el nombre mapuche de la bahía de Valparaíso, era *Aliampu*<sup>5</sup>, que significa: tierra muy seca, caliente y quemada.

El nombre Valparaíso fue dado en honor a “Valparaíso de Arriba”, en la cuenca de España, ciudad natal del Juan de Saavedra, expedicionario de Diego de Almagro y primero en divisar la bahía.

También es conocido popularmente como *Pancho*, atribuido este nombre a los marineros que tenían como referencia obligada de la ciudad, la Iglesia de San Francisco, construida en el cerro Barón, en el año 1846.

Es así como, a pesar de ser Juan de Saavedra quién en el año 1536 bautizó la ciudad, su fundación oficial tuvo lugar el año 1544, cuando Pedro de Valdivia definió el puerto como “*Puerto Natural de Santiago de Nueva Extremadura*”.

---

<sup>3</sup> Primer nombre de la bahía de Valparaíso, por el valle de Quintil que correspondía a la zona que hoy se conoce como Valparaíso.

DÍAS MEZA, AURELIO. *El almirante Pastene, fundador de Valparaíso*. En: CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p

<sup>4</sup> BENJAMÍN VICUÑA MACKENNA. Aborígenes: Los Changos. En: CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p

<sup>5</sup> LEOPOLDO SÁEZ G. Cuando a Valparaíso se le llamaba *Aliampu*. En: CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p

No obstante ser el puerto de Santiago, Valparaíso se reducía a “*un caserío, con algunas bodegas*”<sup>6</sup>. Se relacionan las primeras líneas de la ciudad con la fundación de la primera capilla, que ocupaba el lugar que tendría después, la Iglesia de la Matriz.<sup>7</sup> Este sector es el que hoy se conoce como Barrio Puerto.

Su fundación bordea el año 1559<sup>8</sup>. Ya en el año 1578 fue saqueada, como principio de una seguidilla de asaltos, por parte de corsarios y piratas ingleses y holandeses<sup>9</sup>, que se extendió hasta el año 1615.

A mediados del siglo XVIII, se incrementaba la actividad portuaria, por el aumento de las exportaciones al Perú. Hacia el año 1712, M. Frezier, Ingeniero Ordinario del Rey, relataba acerca del puerto:

*“Valparaíso está compuesto de un centenar de pobres casas. De ciento cincuenta familias que puede haber, apenas se cuentan treinta de blancos, el resto se compone de negros, mulatos i mestizos: el número de hombres capaces de tomar armas es poco considerable”*<sup>10</sup>

El 17 de abril de 1792, se creó el primer Cabildo de Valparaíso, y este día con el tiempo, se considerará el día oficial de la ciudad. Su primer alcalde fue José Santiago de Moya. En 1802, Madrid otorga al puerto la Real Cedula, dándole oficialmente el título de ciudad: “*Ciudad de Nuestra Señora de las Mercedes de Puerto Claro*”, autorizando el escudo de la misma.<sup>11</sup>

En el siglo XIX, arriban a la ciudad inmigrantes de países mercantiles, como Alemania, Inglaterra, Francia y EEUU, atraídos por las posibilidades de comerciar desde el que en ese entonces ya era, el mayor puerto del hemisferio sur.

En el año 1828, el capitán francés Jacques Antoine Moerenhut<sup>12</sup>, va a describir la ciudad como poseedora de atributos únicos en el mundo. Anuncia una imagen de Valparaíso que permanece vigente hasta éstos días:

---

<sup>6</sup> FRANCISCO LE DANTEC. *Orígenes del culto religioso en Valparaíso*. En CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p

<sup>7</sup> Una imagen antigua de la Iglesia de la Matriz, puede verse en la Ilustración 3, en el apartado de Ilustraciones de los anexos.

<sup>8</sup> Se atribuye la orden de su construcción al primer cura foráneo de Santiago, Rodrigo Marmolejo. *Ibíd.*

<sup>9</sup> *Ibíd.*

<sup>10</sup> *Descripción de la Bahía de Valparaíso*. M. Frezier. Ingeniero Ordinario del Rey.

<sup>11</sup> [En línea] [www.iglesia.cl](http://www.iglesia.cl), [consulta: diciembre de 2007]

<sup>12</sup> Antiguo oficial de ejército de Napoleón, que llegó a Valparaíso como representante de “Doursther, Serruys y Compañía”

*“Valparaíso es, en verdad, dentro de la gran república donde cada cual vive como quiere, sin contradicciones, de una manera más libre que en cualquier país del mundo”*<sup>13</sup>

Es por estos tiempos, con la llegada de inmigrantes de muchas partes del mundo y la consolidación de Valparaíso como ciudad y puerto más importante del país, que comenzaron las construcciones emblemáticas, muchas de ellas conservadas hasta hoy.

En el año 1840, la ciudad comienza a quitarle terreno al mar.

Todavía por esos años, el mar ocupaba mucho de lo que hoy es ciudad; la actual plaza Victoria, era parte de la playa. La plaza Echaurren, corazón del actual Barrio Puerto, en ese entonces tenía un enorme poste en el que se amarraban los buques. A los pies del Cerro Concepción había solo rocas que formaban una cueva donde está ahora el diario El Mercurio.

Se construyeron elegantes edificios: El edificio de la aduana, que hoy está en los límites del Barrio Puerto, es construido por el arquitecto estadounidense John Brown. Lucien Renault, arquitecto francés, edifica la Iglesia de los Padres Franceses. Otto Anwandter, arquitecto alemán, construye la chocolatería Hucke. A partir de la declaración de independencia de Chile y de la Libertad de Comercio, Valparaíso fue declarado como puerto franco. Así fue como se transformó en el paso obligado de las embarcaciones que venían a las costas pacíficas, desde el Atlántico, y que debían cruzar por el Estrecho de Magallanes o el Cabo de Hornos.

El esplendor de la ciudad comenzó a decaer con la construcción del canal de Panamá, el 14 de Agosto de 1914. Éste se transformó en un paso más cercano del océano Atlántico al Pacífico, para los barcos provenientes de Europa.

El Mercado Puerto, albergado en un edificio entre las calles Blanco y Cochrane, en pleno Barrio Puerto, fue construido por esos años. El edificio fue construido entre los años 1922 y 1924, “para dar cabida a un mercado municipal, tras el colapso de la antigua Recova a causa del terremoto de 1906.”<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Puede verse en la Ilustración 4, una vista de Valparaíso hacia el año 1842. Esto en el apartado de Ilustraciones de los anexos

<sup>14</sup> [En línea] [www.barriopuerto.cl](http://www.barriopuerto.cl) [consulta: diciembre de 2007]

El Mercado, es un emblema de la actividad del puerto: “es un testimonio de lo que ha sido una actividad y un modo de vida de uno de los barrios más antiguos y emblemáticos de la ciudad de Valparaíso.”<sup>15</sup>

Pese al sucesivo decaimiento económico, la ciudad con sus calles, sus cerros, sus formas, sus habitantes y su cultura, seguía encantando a viajeros e ilustres visitantes. Valparaíso adquiere una singularidad que es fuente de inspiración desde entonces hasta hoy.

Hacia la mitad del siglo pasado, el investigador viajero Oreste Plath,<sup>16</sup> escribía del puerto:

*“Valparaíso y sus cerros. ¡Sus cerros!. Esto es lo característico, lo lleno de color y hasta sus nombres: Playa Ancha, Artillería, Arrayán, Santo Domingo, Toro, Loceras, Cordillera, Alegre, Reina Victoria, Panteón, La Cárcel, Jiménez, San Juan de Dios, Florida, Yungay, Bellavista, Mariposa, La Cruz, Las Monjas, del Litre, de las Cañas, Pajonales, La Virgen, La Merced, Las Zorras, El Molino, Polanco, Larraín, Rodríguez, Lecheros, Barón, Los Placeres y Esperanza.*

*Todos estos nombres evocan... ¿qué evocan? Mejor es no saberlo, sino que ellos son como islas en que vive el autentico porteño gozando de su mar.”<sup>17</sup>*

Por su parte, el historiador Benjamín Subercaseux, le otorga a Valparaíso una imagen que confunde su particularidad geografía con el carácter de sus rincones y sus habitantes:

“En una bahía muy ancha, con una amplia boca que mira al norte, Valparaíso aparece en la noche como un admirable collar de pedrerías... ()...Cada sector tiene un carácter tan propio y definido: su aspecto responde tan exactamente a una época determinada, que podemos afirmar, resueltamente, que en Chile no hay otra ciudad como ésta, donde se puede abrazar todo un trozo de vida palpitante y sentirlo vibrar junto a nuestra propia vida”<sup>18</sup>

## 2.2 Contexto y entorno

### 2.2.1 Valparaíso

La ciudad de Valparaíso es la capital regional de la Región de Valparaíso.

---

<sup>15</sup> [En línea] [www.barriopuerto.cl](http://www.barriopuerto.cl) [consulta: diciembre de 2007]

<sup>16</sup> Seudónimo de César Octavio Müller Leiva. Folclorista Nacional.[En línea] [www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl). [consulta: diciembre 2007]

<sup>17</sup> ORESTE PLATH .*Valparaíso, la ciudad barco. En viaje N° 184, febrero 1949* En CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p.

<sup>18</sup> SUBERCASEUX, BENJAMÍN. *Dónde veremos Valparaíso con menos riesgo para la Ilusión, que si permanecemos en él.* En: CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p

Forma parte del llamado Gran Valparaíso. Limita en su lado norte con las comunas de Viña del Mar y Quilpue; al sur con la comuna de Casablanca, al oeste con el Océano Pacífico y al este con Quilpué y Casablanca.

La geografía de Valparaíso está caracterizada por 42 cerros<sup>19</sup> que rodean la Bahía. La urbanización de los cerros fue desarrollándose de acuerdo a sus habitantes. Es así como había algunos pobres y otros pintorescos que recibieron en su seno a inmigrantes extranjeros, como el Cerro Alegre y el Cerro Concepción.

En el Plan, o sector plano de la ciudad, se encuentra el Barrio del Puerto, y el sector llamado “El Almendral”, donde están los servicios públicos, el Congreso Nacional, etc.<sup>20</sup>

Existen además 15 ascensores, que suben desde el Plan a los distintos cerros, y que hacen la ciudad aún más llamativa y pintoresca. La Ilustración 1<sup>21</sup>, indica todos los ascensores de la ciudad. Todos los ascensores de Valparaíso, son Monumentos Históricos, declarados así por el Consejo de Monumentos Nacionales.<sup>22</sup> Cinco de los ascensores son de la municipalidad y los otros pertenecen a cuatro compañías privadas.

Según el censo del año 2002,<sup>23</sup> la comuna de Valparaíso tiene 275.982 habitantes (140.765 son mujeres y 135.217 son hombres), y tiene una superficie de 402 Km<sup>2</sup>.

Según el mismo censo, prácticamente la mitad de la población pertenece a los dos estratos económicos más bajos y en menor medida de un estrato socioeconómico medio.<sup>24</sup>

La ciudad de Valparaíso fue declarada el 02 de Julio de 2003 como Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

También fue nombrada Capital Cultural de Chile el 06 de mayo del mismo año. Esto ha significado un reconocimiento oficial y universal de que Valparaíso constituye una riqueza

---

<sup>19</sup> Esperanza, Placeres, Barón, Lecheros, Larraín, Rodelillo, Rodríguez, Polanco, Molino, Ramaditasn, Rocuant, San Roque, O'Higgins, Santa Elena, Merced, Pajonal, Litre, Virgen, Las Cañas, La Cruz, Monjas, Mariposa, San Juan de Dios, Florida, Jiménez, Bellavista, Yungay, La Loma, Cárcel, Panteón, San Francisco, Alegre, Concepción, Cordillera, Delicias, Toro, Santo Domingo, Carretas, Arrayán, Perdices, Artillería y Playa Ancha.

<sup>20</sup> [En línea] <http://revistaurbanismo.uchile.cl/n5/urbina5.html>. [consulta: diciembre 2007 ]

<sup>21</sup> Ver Anexo de Ilustraciones

<sup>22</sup> *Nómina de Monumentos Nacionales declarados entre 1925 y 2004*. Segunda serie N° 90, 2005. 1ª edición. Cuadernos del Consejo de Monumentos Nacionales.

<sup>23</sup> Instituto Nacional de Estadísticas. INE

<sup>24</sup> Un 5,6% de habitantes que corresponden al estrato ABC1; un 17,8% al C2; un 27,6% al C3; un 38,6% al D y un 10,7% al E.



Por otro lado, un 91,9% de la población es alfabeto, sin embargo un 32% solo alcanzó como último curso, la enseñanza básica.<sup>29</sup>

Un dato importante en el contexto del Barrio Puerto, es que el tipo de vivienda más utilizada es el Edificio-Departamento, y en el 79% de los casos son arrendadas.<sup>30</sup>

### **2.2.1.1 Límites del Barrio**

---

El área de Barrio Puerto está conformada por un área delimitada que se extiende desde la Plaza Sotomayor por el Sur, hasta la Plaza Wheelwright por el Norte, la Avenida Errázuriz por el Oriente hasta una línea límite que va desde las siguientes calles: Bustamante, Santo Domingo, Santiago Severín, Clave, Castillo, Merlet y Museo Lord Cochrane por el Poniente o sector de Pie de Monte.<sup>31</sup>

### **2.2.1.2 Sitios emblemáticos del Barrio Puerto que constituyen sus atractivos.**

---

La zona del Barrio Puerto, posee sitios emblemáticos en términos históricos y culturales. Este conjunto es el que, junto con su gente, da al lugar atractivo y particularidad. Como una forma de distinguir estos lugares, ubicarlos física e históricamente y comprenderlos en su peso dentro del Barrio, se enumerarán con una reseña en esta parte del trabajo.

#### **Quebrada Márquez**

---

La quebrada Márquez corresponde a un área de ocupación planificada en los años ´50, y cuyo destino fue la Vivienda Social. Aquí se emplaza un conjunto de edificios de arquitectura moderna, de cuatro a cinco pisos de altura, cuyo desarrollo tiene la característica de reconocer y adaptarse a la profunda topografía de esta quebrada.<sup>32</sup>

#### **Plaza Echaurren:**

---

En este preciso lugar en 1536 atracó la pequeña nave Santiaguillo, razón por la cual se cuenta que Valparaíso nació a en esta plaza. Hoy se mantiene como el sector más antiguo del Puerto, donde se encuentran los edificios más notables, bodegas y anticuarios marítimos.

Esta plaza se ha relacionado con la Iglesia de La Matriz y el mercado del puerto, generando una trilogía de gran vitalidad.

---

<sup>29</sup> Ver Gráfico 3 y Gráfico 4, en el apartado de Gráficos de los Anexos.

<sup>30</sup> Ver Gráfico 6 en el apartado de Gráficos de los Anexos.

<sup>31</sup> [www.barriopuerto.cl](http://www.barriopuerto.cl). Consultado en Diciembre de 2007. En el Mapa 1, se han mostrado ya los límites del BP.

<sup>32</sup> Se puede ver la Quebrada Márquez en la Ilustración 7 que se encuentra en el apartado de Ilustraciones de los Anexos.

Tanto la calle Serrano como la Plaza Echaurren, están enmarcadas por una gran cantidad de edificios monumentales de fines del Siglo XIX y comienzos del XX que revelan el esplendor de este sector y de la ciudad de Valparaíso en su período de mayor puerto del Pacífico.<sup>33</sup>

### **Mercado Puerto**

---

Característica edificación del Barrio del Puerto de Valparaíso. Ubicado a pasos de la Plaza Echaurren, entre Calle Blanco y Calle Cochrane, casi llegando a la Aduana.

En el Mercado Puerto se encuentran variadas verdulerías, una importante oferta de productos típicos del mar a un bajo precio, así como también cocinerías. Dentro del Mercado, y en las calles que lo circundan, tienen lugar dinámicas de relaciones sociales que caracterizan las tradiciones del Barrio. Su atractivo no solo tiene que ver con su construcción que a pesar de los intentos de remodelación, continúa en un estado deplorable, sino que también con las dinámicas de relación comercial en su esencia.<sup>34</sup>

### **Iglesia de La Matriz**

---

Una de las Iglesias más importantes y antiguas del Puerto, declarada Monumento Nacional en 1971.

En 1554 se levantó una capilla que fue destruida por un maremoto, luego de ser reconstruida fue arrasada por el pirata inglés Sir Francis Drake y luego fue saqueada por corsarios irlandeses. La capilla fue restaurada nuevamente, pero sucesivos cataclismos y vendavales volvieron a destruir la iglesia principal y “matriz” de Valparaíso.

En 1837 se coloca la primera piedra de la Iglesia que se conoce actualmente, su primer nombre fue Iglesia de Nuestra Señora de las Mercedes del puerto Claro, pero debido a lo extenso del nombre pasó a llamarse parroquia Matriz del Salvador.

La Iglesia se caracteriza por el atrio o explanada que se ajusta a la pendiente del cerro, su fachada es de estilo neoclásico, con tres puertas coronadas con ventanas circulares y una característica de torre octogonal.

En el interior de la iglesia hay un tallado de Cristo de la Agonía<sup>35</sup> donado por los reyes de España.<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Se puede ver la Plaza Echaurren en la Ilustración 8 que se encuentra en el apartado de Ilustraciones de los Anexos.

<sup>34</sup> Se puede ver el Mercado Puerto en la Ilustración 9 que se encuentra en el apartado de Ilustraciones de los Anexos.

<sup>35</sup> Cuenta la leyenda que este Cristo fue guardado temporalmente en esta Iglesia para posteriormente ser trasladado a la Iglesia de Santiago, sin embargo, cuando se procedió al traslado el Cristo se negó a salir de la Iglesia, fue imposible que los bueyes avanzaran ni un centímetro de la carreta, los vecinos atribuyeron al hecho un milagro y desde entonces el Cristo nunca más se ha movido de la Matriz.

## **Calle Serrano**

---

Antiguamente esta Calle se denominó “La Planchada” y fue el primer centro comercial de importancia de la ciudad. En la mitad de ella se encuentra el acceso al ascensor Cordillera. Junto a éste se ubica la escala Cienfuegos, que es una de las más largas del puerto.

En la Calle Serrano hay viejos edificios de principios de siglo. Sus límites son, por el Sur la Plaza Sotomayor y por el norte la Plaza Echaurren, dos importantes centros de atracción de Valparaíso. La calle lleva el nombre de Serrano, en recuerdo a uno de los héroes del Combate Naval de Iquique, es la calle propiamente tal más antigua de Valparaíso, ya que las otras crecieron alrededor de La Matriz y de la que hoy es Plaza Echaurren, eran sólo callejuelas y callejones.

## **Ascensores**

---

Valparaíso cuenta en la actualidad con 15 ascensores en funcionamiento, todos ellos declarados Monumentos Históricos por el Consejo de Monumentos Nacionales. De ellos, el ascensor artillería y el cordillera pertenecen al Barrio Puerto.

### **Ascensor Artillería**

---

Pertenece a la Compañía de Ascensores Mecánicos de Valparaíso y fue construido en 1912. Se ubica entre los 2 y los 50 metros sobre el nivel del mar. Sus rieles tienen un largo de 1,75 metros y su trayecto es de 1 minuto 20 segundos. Comunica la Plaza Aduana del plan de la ciudad, con el Paseo 21 de Mayo del cerro Artillería.

Es uno de los ascensores de mayor presencia urbana de Valparaíso. Desemboca, su estación superior, en uno de los paseos miradores más significativos de la ciudad, ubicado inmediatamente sobre los recintos portuarios de la Bahía.

### **Ascensor Cordillera**

---

De propiedad de la Compañía de Ascensores Mecánicos de Valparaíso fue construido en 1894. Se ubica entre los 5 y los 30 metros sobre el nivel del mar en el cerro Cordillera, con un largo de rieles de 60 metros.

Este ascensor une la calle Serrano del plan de la ciudad, con la plazuela Eleuterio Ramírez del cerro. Su tiempo de desplazamiento es de 30 segundos. Fue el segundo que se construyó en Valparaíso. A través de él se puede llegar Museo Lord Cochrane.

---

<sup>36</sup> Se puede ver la Iglesia de la Matriz en la Ilustración 10 que se encuentra en el apartado de Ilustraciones de los Anexos.

## **Museo Lord Cochrane**

Antiguamente se levantó como fuerte “Castillo San José”, terminado de construir en el año 1692, justo al borde del acantilado. Posteriormente, el astrónomo y relojero John Mouat construyó la casa entre 1840 y 1843 conociéndose como el observatorio por la gran cantidad de instrumentos para la medición del cielo.

Es una casa colonial con murallones de adobe, declarada Monumento Nacional desde 1979, con ventanas de rejas, corredores con pilares de roble y ciprés sobre bases de piedra y tejado de teja española. Tienen una terraza con cañones. Hoy en día es un museo con muebles históricos.

### **2.2.1.3 Proyectos en el Barrio Puerto**

Actualmente en el Barrio Puerto se están desarrollando proyectos de dos tipos: algunos específicos para el casco histórico, y otros transversales.<sup>37</sup>

#### Proyectos en el Barrio Puerto

- Mejoramiento en la calle Serrano
- Habilitación/Rehabilitación, Mejoramiento del Edificio Santo Domingo
- Mejoramiento Edificio Mercado Puerto
- Diagnóstico y Estrategias Soterramiento cableado Caso Histórico
- Mejoramiento Pasaje Matriz y Entorno
- Restauración Antigua Aduana de Valparaíso
- Mejoramiento Plaza Justicia, Sotomayor y Muelle Prat
- Mejoramiento entorno Plaza Echaurren
- Mejoramiento Espacios públicos Plaza Aduana: Cº Artillería

#### Proyectos transversales Barrio Puerto

- Habilitación Sistema de Televigilancia Prefecturas
- Control de plagas Urbanas de Valparaíso
- Diagnóstico Señalización Urbana Patrimonial y Plan de Intervención
- Adquisición de vehículos policiales
- Diagnóstico y plan de intervención viviendas Barrio Puerto
- Mejoramiento Plaza Aduana

---

<sup>37</sup>[En línea] [www.barriopuerto.cl](http://www.barriopuerto.cl). [consulta: diciembre de 2007]

Como puede apreciarse, y se verá más adelante, la correcta implementación de éstos proyectos harán sinergia con un plan de fomento del turismo en la zona.

#### **2.2.1.4 Barrio Puerto: “Zona cero” y su actual deterioro.**

---

El estado de deterioro en que se encuentra el Barrio Puerto de Valparaíso no solo salta a la vista de cualquier visitante, sino que ha sido fuente de reflexiones para especialistas en distintos medios. Esto no solo por un afán desmoralizante en torno a lo que se trata de hacer en el Barrio Puerto, sino que ha sido el resultado de hechos que han sido lo suficientemente elocuentes en cuanto al deterioro progresivo de la zona.

Una de estas muestras son los dos incendios que han tenido lugar en el Barrio Puerto durante el año 2007.

El primero de ellos ocurrió el día 3 de febrero y además de afectar a cinco edificios emblemáticos del Barrio en la calle Serrano, dejó un saldo de 4 muertos, 40 heridos y 50 damnificados.<sup>38</sup> Se destruyó en esa ocasión, el edificio Subercaseaux<sup>39</sup>, así como otras emblemáticas edificaciones.

El segundo tuvo lugar en Noviembre, y afectó a 4 pubs y un centro de formación técnica. En esta ocasión nuevamente quedaron en evidencia la falta de cumplimiento a las normativas, pues los lugares poseían permisos ilegales para su funcionamiento.<sup>40</sup>

Ha sido mucha la conmoción causada por el incendio en la calle Serrano: transformó la calle en una prioridad de rehabilitación, y ha sido llamada popularmente como “Zona Cero” de Valparaíso. Los vecinos culpan de los sucesos a las autoridades por la falta de preocupación y de cumplimientos de normativas para edificaciones como las afectadas en el incendio.

El Mercado, otro punto emblemático del Barrio Puerto, se encuentra en franco deterioro, a pesar de existir presupuesto e iniciativas destinadas a él.<sup>41</sup> El Mercado fue pensado para albergar en su piso subterráneo a bodegas y frigoríficos; el primer y segundo piso a almacenes y el tercero a venta de abastos. Actualmente la situación es que el subterráneo se encuentra abandonado, en el primer piso hay venta de abastos, el segundo cocinerías, y el tercer piso está abandonado.<sup>42</sup>

---

<sup>38</sup> [En línea] [www.cooperativa.cl](http://www.cooperativa.cl). 4 de marzo de 2007. [consulta: diciembre 2007]

<sup>39</sup> Ver Ilustración 13 en el apartado de Ilustraciones de los Anexos.

<sup>40</sup> [En línea] <http://valparaisoposible.blogspot.com/>. [consulta: Diciembre de 2007].

<sup>41</sup> [En línea] [www.mercadopuerto.cl](http://www.mercadopuerto.cl). [consulta: Diciembre de 2007]

<sup>42</sup> Ídem. Ver Ilustración 17 en el apartado de Ilustraciones de los Anexos.

La delincuencia también es foco de atención. Los vecinos y comerciantes del sector, han reunido sus percepciones, vivencias e intenciones de mejoras a través de 12 talleres que se realizaron en el Barrio Puerto.<sup>43</sup> En ellos se aprecia que, tanto los comerciantes como la sociedad civil, denuncian altos niveles de delincuencia en el Barrio Puerto.<sup>44</sup>

Consultando los datos acerca de éstas percepciones, se ha elaborado la Tabla 21<sup>45</sup>, con datos del Anuario de Estadísticas Criminales<sup>46</sup>. En ella se puede observar que en el año 2005:

El 10,1% de las denuncias criminales hechas en el país, corresponden a denuncias realizadas en la Región de Valparaíso. De ellas, el 18,9% corresponden a la comuna de Valparaíso. Es decir, 662,6 denuncias por cada 100.000 habitantes en la comuna.

El 10,5% de las aprehensiones hechas en el país, se realizaron en la Región de Valparaíso, y de ellas, el 25,5% fueron realizadas en la comuna de Valparaíso. Es decir, 77,1 aprehensiones por cada 100.000 habitantes en la comuna.

En los últimos 3 años, la denuncias criminales han tenido una tasa de crecimiento del 0,18% en la comuna de Valparaíso, sin embargo las detenciones han decrecido los últimos 3 años en un 3,62%.

Los datos expuestos son hechos concretos acerca de una parte de la imagen que tiene Valparaíso como comuna. Pero por otro lado, u otra manera de leer los datos, los índices de delincuencia no son abismantemente distintos a los de las otras regiones. Incluso la comuna de Santiago exhibe un índice que triplica y más, el de la comuna de Valparaíso.<sup>47</sup>

---

<sup>43</sup> Los talleres, son parte del Programa de Participación Ciudadana Barrio Puerto. Este programa fue realizado por un Equipo Consultor multidisciplinario del Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado (OSUAH). El programa de participación ciudadana tiene como meta “fortalecer la identidad de la comunidad del barrio Puerto y el rol que tiene en su propio desarrollo”. Para hacer efectiva la participación, se contó con la colaboración conjunta de la Municipalidad de Valparaíso, en conjunto con URB-AL (oficina de ayuda externa de la Unión Europea en América Latina) y la Universidad Alberto Hurtado). Se realizaron 12 talleres sociales, donde participaron 143 personas del Barrio Puerto. Los resultados que se mostrarán en ésta tesis, provienen del “Taller Final de Validación para el Diagnóstico de Imagen Objetivo y Propuestas para el Desarrollo del Barrio Puerto de Valparaíso”, que tuvo como objetivo presentar y validar con la comunidad los resultados obtenidos a lo largo de los talleres. Será referencia constante a lo largo de éste trabajo de título.

<sup>44</sup> Ver **Tabla 5 en el apartado de Tablas de los Anexos.**

<sup>45</sup> Ver Tabla 21 en el apartado de Tablas de los Anexos.

<sup>46</sup> Hecho por Paz Ciudadana con datos de Carabineros de Chile y del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

<sup>47</sup> En el mismo Anuario de Estadísticas Criminales, el índice en las denuncias es para Santiago de 602,6, y en Valparaíso, como muestra la Tabla 21, es 174

## 2.2.2 Síntesis

En síntesis y tomando como referencia toda la información ya expuesta en cuanto a historia, fisonomía y antecedentes del Barrio Puerto y de Valparaíso, se puede decir que cualquier tratamiento o propuesta que haga referencia a él, debe tomar muchas variables en cuenta; se trata de un sector que, como ya se ha visto, alberga mucha historia, no solo en sus edificios sino que en su gente y es el corazón histórico de la ciudad. Además, la evidencia de su deterioro indica la urgencia de intervenir adecuadamente la zona para poder ver su recuperación antes de que el crepúsculo caiga inexorablemente sobre sus calles.

Parece indiscutible en este sentido, y dados todos los antecedentes, de que nada puede diseñarse en abstracto, sin que nazca desde el propio barrio, precisamente por las características que tiene. La singularidad del Barrio Puerto, lo que lo hacen distintivo, es también lo que en un primer intento resulta chocante o desperfecto, en fin, la mezcla de sus calles y su gente. Sin una o la otra, no sería lo mismo. El patrimonio del Barrio es también un patrimonio cultural. El ya citado Subercaseaux y Moerenhut, lo expresan de la mejor manera: Valparaíso posee en cada uno de sus sectores una particularidad que hace que no exista en Chile otra ciudad como ésta y que llame la atención para visitantes de todas partes del mundo.<sup>48</sup>

## 2.3 Demanda Turística

En Valparaíso el turismo se ha convertido en una importante industria para la actividad económica regional, por ejemplo, en el año 2002, generó 2.650 trabajos permanentes en establecimientos turísticos y 440 temporales. Estos números solo han sido superados por la región de Los Lagos y la Región Metropolitana.<sup>49</sup>

La importancia de la actividad económica que se genera en torno al turismo, tiene, o al menos tendría que tener relación con estudios de la demanda de la región. Lamentablemente, no existen muchos datos al respecto. Se considerarán entonces dos fuentes de datos al respecto: estadísticas institucionales provenientes del Servicio Nacional de Turismo<sup>50</sup> y Consejo Superior de Turismo de Chile<sup>51</sup>, y datos provenientes de una encuesta realizada a turistas en la Región de Valparaíso.<sup>52</sup>

---

<sup>48</sup> Ver Nota al Pie N° 12 y 18

<sup>49</sup> "Empleo en los establecimientos de alojamiento turístico, año 2004". Departamento. de planificación de SERNATUR

<sup>50</sup> SERNATUR. [En línea] [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl) [consulta: diciembre 2007]

<sup>51</sup> CONSETUR. [En línea] [www.cns.cl/consetur](http://www.cns.cl/consetur) [consulta: diciembre 2007]

<sup>52</sup> Estos datos son gentileza de los alumnos de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad de Chile: Alexis Aguirre, Mauricio Durán, Natalia Espinoza, Francisco Estévez y Sergio Marambio. Ellos desarrollaron en el semestre de Primavera de 2007 el

### 2.3.1 Llegadas de turistas extranjeros

---

En base a cifras de SERNATUR, entre los destinos preferidos de los turistas extranjeros se encuentra la zona de Valparaíso, Viña del Mar y Reñaca, representando un 35.4% del total nacional para el año 2006. Santiago es la ciudad que capta el mayor porcentaje, con un 44.1% de las preferencias. Considerando que el total de turistas extranjeros que llegaron a Chile en el 2006 fue de 2.284.232, se infiere que la cantidad de visitantes extranjeros que llegaron a la zona alcanzó la cifra de 808.618 turistas.<sup>53</sup>

### 2.3.2 Llegadas de turistas de cruceros

---

En las estadísticas de turismo de los visitantes internacionales se incluye a los turistas que pernoctan y a los visitantes del día (denominados excursionistas), entre los cuales están los pasajeros de cruceros.

Según la información de Valparaíso Terminal de Pasajeros S.A. (VTP), durante la temporada 2006-2007 arribaron al puerto 41 cruceros. El número de pasajeros y de tripulantes movilizados por el puerto fue de 83.980 personas. De este total, 55.445 pasajeros fueron de embarque y desembarque, 9.555 pasajeros en tránsito y 18.980 tripulantes<sup>54</sup>. Además, la mayor proporción de pasajeros proviene de EEUU (47%), Alemania (12%), Inglaterra (11%) y México (9%)<sup>55</sup>.

Estos visitantes son turistas del crucero, no de Valparaíso<sup>56</sup>, sin embargo son viajeros con un alto potencial de consumo cuando visitan la ciudad. Además, los cruceros desembarcan en el

---

trabajo: *"Análisis de Percepciones y Posicionamiento de la Oferta Turística de Entretenimiento, Cultura y Ocio para Valparaíso"*, en el contexto del curso electivo *"Modelos de Gestión Turística"* del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile. Los resultados usados en este trabajo corresponden a los datos obtenidos por una encuesta en la que se capturan información socio demográfica de los visitantes, los motivos de su viaje y su evaluación general de los atractivos de la ciudad. Por otro lado, en el contexto del trabajo citado, se realizó también una encuesta a establecimientos de alojamiento turístico para capturar información del perfil general de sus clientes.

<sup>53</sup> Anuario de Turismo 2006, SERNATUR. Cabe mencionar que este dato se obtiene del cálculo propuesto, pues, no existen datos de registro de paso de extranjeros por la zona. El único dato disponible además de las pernoctaciones (que puede tener sesgo pues Valparaíso es un destino muy cercano a Santiago y los turistas pueden desde aquí, llegar por el día a la región. Otro dato disponible es el número de llegadas de extranjeros a la región por paso fronterizos. Este dato está disponible en [www.sernatur.cl/estadísticas](http://www.sernatur.cl/estadísticas). Para el año 2006, se tiene que llegaron 77.916 extranjeros a la región, de un total de 323.412 del país.

<sup>54</sup> Ver Tabla 6

Tabla 6 en el apartado de Tablas de los Anexos. Además ver Gráfico 7 en el apartado de Gráficos de los Anexos.

<sup>55</sup> Ver Gráfico 8 en el apartado de Gráficos de los Anexos.

<sup>56</sup> Los viajeros de un crucero, son turistas de éste, pues compran un viaje de crucero, no un viaje a Valparaíso, ni a otra ciudad en particular.

Barrio Puerto, pero no lo visitan pues posee una imagen de peligroso<sup>57</sup>. Son un público importante al que atraer a largo plazo.

### **2.3.3 Llegadas, pernoctaciones y tasa de ocupabilidad en establecimientos de la Región de Valparaíso**

---

Con los datos proporcionado por el Servicio Nacional de Turismo se han construido tablas de las llegadas, pernoctaciones y tasas de ocupabilidad. Estos datos darán luces acerca de quiénes son los visitantes que llegan a la región.

El primer dato relevante, es que durante el año 2006, llegaron a establecimientos de alojamiento en la Región de Valparaíso un total de 463.644 personas, de las cuales el 80,8% corresponden a chilenos<sup>58</sup>. Esta cifra, concuerda con los resultados mostrados por la Cuenta satélite de Turismo 2003, publicada por SERNATUR, en la que se da cuenta de que el 68,7% del consumo turístico, proviene del Turismo Interno.

Así mismo, de las 690.532 pernoctaciones de pasajeros en establecimientos de alojamientos en la región, el 75,01% corresponden a turistas chilenos<sup>59</sup>. Las pernoctaciones corresponden al número de noches de alojamiento que se cuentan en la Región. Es este el motivo de que los números entre llegadas y pernoctaciones sean diferentes, resultando de esto, el promedio de noches es 1,5. Este número tiene sentido con el hecho de que Valparaíso sea un destino de turistas nacionales, y por ende un destino frecuente de fin de semana.

Como una forma de acercarse más al Barrio Puerto, los datos referentes a la comuna de Valparaíso y a la comuna de Viña del Mar, son también elocuentes; mientras la llegada de pasajeros extranjeros y chilenos a establecimientos de alojamiento turístico en la comuna de Valparaíso es de 22.039, en la comuna de Viña del Mar son 209.520. Valparaíso significa a penas el 10,52% de las cantidades de Viña del Mar. Estas cifras muestran una gran diferencia, sin embargo, la cercanía es tal, y la movilización entre una comuna y otra es tan fluida, que no significa que las llegadas limiten a los pasajeros a esa comuna. Sin embargo no hay duda de la brecha, en términos de recursos por concepto de alojamiento, que esto significa.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup> Ver **Tabla 5** en el apartado de tablas de los Anexos.

<sup>58</sup> Ver **Tabla 7** en el apartado de Tablas de los Anexos.

<sup>59</sup> Ver **Tabla 8** en el apartado de tablas de los Anexos.

<sup>60</sup> Ver **Tabla 10** en el apartado de Tablas de los Anexos.

Como dato global, la llegada de turistas a la Región de Valparaíso, ha crecido en promedio un 2% los últimos 5 años, teniendo una explosión del 8% el año 2005. Estos resultados pueden verse en la Tabla 12<sup>61</sup>

## **2.3.4 Turistas de Valparaíso**

---

### **2.3.4.1 Monitoreo anual de actividad turística**

---

La ciudad de Valparaíso está posicionada como una ciudad turística, por sus muchos atractivos y por la afluencia de turistas que anualmente llegan a ella. En la ruta constituida por la Plaza Sotomayor, el Muelle Prat y el Paseo 21 de Mayo; en la ruta del Paseo Atkinson, Gervasoni y el Yugoslavo; y en la ruta del Terminal Rodoviario, el Congreso y el Muelle Barón, se ha realizado un monitoreo en el mes de febrero del 2005 y 2006, con el objeto de analizar la demanda y el comportamiento de los turistas.<sup>62</sup>

Los datos obtenidos de esta muestra, dan luces del comportamiento promedio del visitante a la ciudad.<sup>63</sup>

#### **Origen de los turistas**

---

El 56% de la muestra corresponden a chilenos, y de éstos el 55% proviene de la región Metropolitana.

Dentro de los extranjeros, Estados Unidos lideró con un 23.7%. Le siguen Argentina con el 22.9% y Francia con un 8.5%.

#### **Motivos de visita**

---

El 84% de los extranjeros visita Valparaíso por vacaciones, mientras que en el caso de los chilenos, lo hacen en un 73%.

#### **Medios de transporte y fuente de información**

---

Para llegar a la ciudad, el medio de transporte más utilizado es el bus interprovincial, en un 65.3% de los casos seguido por el automóvil (25%).

---

<sup>61</sup> Ver en el apartado de Tablas de los Anexos.

<sup>62</sup> Este monitoreo lo ha llevado a cabo anualmente el Consejo Superior de Turismo: CONSETUR. Los datos aquí expuestos son gentileza del Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (conocido como Valpomio). Este monitoreo, que se realizó en el mes de Febrero del 2005 y 2006, consiste en un sondeo a una muestra de 292 y 268 turistas respectivamente, con un nivel de confianza del 90%

<sup>63</sup> Si bien es cierto, existen mejores herramientas para estudiar el comportamiento de los turistas, dentro de los límites y alcances de este trabajo, no está considerado un estudio así, y más bien son tomados como un contexto general de la situación de la ciudad, como marco del Barrio Puerto.

Además, el 31% se informó de la ciudad por Internet, seguido de los que utilizaron como medio de información la Televisión (18%).

### **Alojamiento**

Los extranjeros, en un 61% prefieren alojarse en Valparaíso, mientras los chilenos, en un 40% prefieren alojarse en Viña del Mar.

Por su parte los chilenos se alojan en casa de familiares en un 56%, mientras los extranjeros prefieren los hoteles en un 36% de los casos, seguidos de las residenciales y los bed and breakfast con un 24% y 18% respectivamente.

Sobre la evaluación del lugar de alojamiento, el 93% de los turistas que hospedaban en hotel lo evalúan bueno, el 88% de los bed and breakfast y el 74% de las residenciales también fueron calificadas buenas.

### **Gasto promedio diario individual**

El gasto promedio diario de los turistas nacionales fue de US\$30 en el 2006, versus US\$26 en el 2005; en el caso de los extranjeros el 2006 el monto gastado fue US\$59 versus US\$50 en el 2005. El crecimiento fue de 15% y 18% respectivamente.

### **Rango etéreo y actividad profesional**

El 31% de los turistas de la muestra, pertenecen a los rangos de edad de 25 a 34 años. El 26% entre 35 y 44 años y el 22% entre 45 y 54 años.

Los chilenos, en un 36% son empleados particulares, mientras en el caso de los extranjeros, un 31% son trabajadores independientes.

### **Motivaciones**

El tercer motivo mencionado en relevancia para escoger Valparaíso como destino turístico fue la arquitectura y los lugares históricos: un 54% de las personas lo mencionó. Más mencionados solamente fueron el Paisaje y el Mar<sup>64</sup>, que sin duda son factores menos distintivos.

## **2.4 Oferta Turística**

Se han tomado dos estudios de oferta, traducidos en catastros: uno presentado por el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso, presentado en la Tabla 20<sup>65</sup>,

<sup>64</sup> Se pueden apreciar gráficos y tablas de todos los datos expuestos en los Anexos.

<sup>65</sup> Apartado de Tablas en los Anexos.

y otro citado por el estudio *“Análisis de Percepciones y Posicionamiento de la Oferta Turística de Entretención, Cultura y Ocio para Valparaíso”*<sup>66</sup>.

En los estudios mencionados se registran el número de ascensores, monumentos, plazas, restaurante, etc. Entre estos datos, destacan los 15 ascensores de la ciudad, atractivo indiscutible de Valparaíso; todos ellos son monumentos nacionales. Junto con esto, destacan más de 100 restaurantes de distintos tipos. En este sentido, existe una iniciativa de crear en la ciudad una ruta gastronómica, con estándares de calidad establecidos y con el objetivo de establecer una identidad gastronómica de la ciudad.<sup>67</sup>

Como datos adicionales, existen cerca de 100 locales de alojamiento registrados, 27 monumentos, 10 plazas, 5 circuitos turísticos, etc.

## **2.5 Síntesis**

Como síntesis, en cuanto a su demanda, Valparaíso recibió en el último registro anual 808.618 turistas, de los cuales el 56% son turistas nacionales y el 44% son extranjeros. Los datos demuestran que Valparaíso es un importante destino a nivel nacional e internacional y tiene las posibilidades de consolidarse en el futuro. El Barrio Puerto, por ser su casco histórico y patrimonio de la humanidad, debería ser un punto estratégico para el desarrollo turístico de la comuna en el futuro.

Por el lado de la oferta, presenta innumerables atractivos, sin embargo los servicios articulados en torno a ellos no son suficientes en cantidad y calidad, representando esto, innegables posibilidades de crecimiento.

## **Capítulo 3: Marco Teórico**

Luego de especificar todos los antecedentes necesarios acerca de la ciudad de Valparaíso, del Barrio Puerto, y de los objetivos esperados de éste trabajo de tesis, corresponde estipular los sustentos teóricos y metodológicos sobre los cuales se asientan los resultados. Como se ha mostrado ya en la Figura 3: Estructura del Informe, cada uno de los objetivos específicos tiene un marco teórico y metodológico asociado.

Como es de esperar, mucha de la teoría consultada no se ve reflejada en este marco teórico, por la necesidad de estructurarlo en torno a los objetivos, sin embargo, en las Referencias Bibliográficas están disponibles todos los textos consultados.

---

<sup>66</sup> Ver nota al pie 51. Además ver éstos resultados en la Tabla 19 en el apartado de Tablas de los Anexos.

<sup>67</sup> [En línea] [www.gastronomíavalparaíso.cl](http://www.gastronomíavalparaíso.cl). [consulta: diciembre de 2007]. Este portal no presenta actualizaciones recientes, por lo que es probable que sea una más de las iniciativas inconclusas.

El Marco teórico, está compuesto por tres sub capítulos: Estudio Comparado, Turismo y Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio. En cada uno de ellos se encuentran las referencias necesarias para construir los resultados esperados y acordes con los objetivos.

### **3.1 Estudio Comparado**

El estudio comparado, en esencia, tiene como objetivo primordial, rescatar las mejores prácticas de otras experiencias pertinentes al interés particular.

El benchmarking o estudio comparado, es una técnica, un procedimiento que tiene como fin rescatar las mejores prácticas de otras experiencias, para adaptarlas en pro de un mejor desempeño, en cualquier área.<sup>68</sup>

Un estudio comparado que se proyecta a largo plazo de manera continua y sistematizada se convierte en un importante estrategia que ha de ser utilizado para entender y medir practicas, productos y /o servicios foráneos, que sean de interés, y que pertenezcan a otra compañías, organizaciones o instituciones. Estos, han sido previamente identificados o reconocidos como los mejores representantes de prácticas pertinentes para el interés de quien realiza el estudio comparado. El propósito de este procedimiento es poder realizar finalmente la comparación y establecer metas en torno a las mejores prácticas observadas.<sup>69</sup>

#### **3.1.1 Definición de Estudio Comparado**

Un estudio comparado es un proceso continuo y estructurado. La sistematización debe tener un componente temporal una estructura que se formaliza a través del tiempo y de las variables escogidas como las relevantes para la organización que realiza el estudio.<sup>70</sup>

#### **3.1.2 Características del Estudio Comparado**

El estudio comparado debe evaluar prácticas de negocios o de productos y servicios, de instituciones u organizaciones que sean reconocidas como las mejores de su clase.

#### **3.1.3 Objetivos del Estudio Comparado**

Finalmente, el objetivo de aplicar el proceso de estudio comparado para evaluar las prácticas reconocidas como las mejores, es poder hacer una comparación, entendimiento o evaluación organizacional que lleve a un mejoramiento y al establecimiento de metas.

En la Figura 4, se presenta esquemáticamente la definición, características y objetivos del estudio comparado.

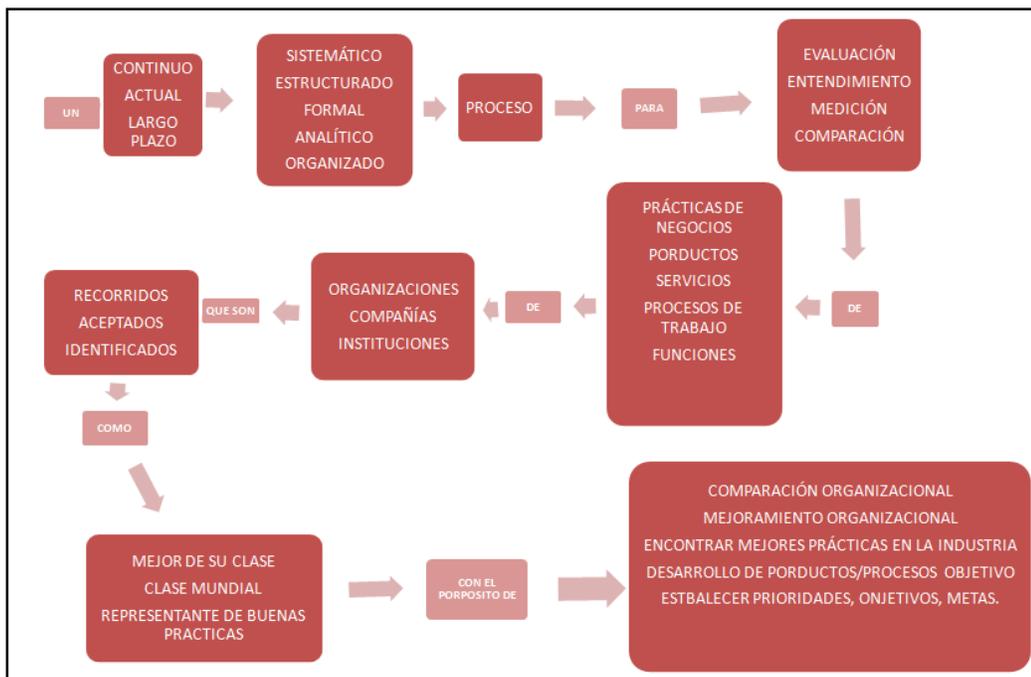
---

<sup>68</sup> MUSSONS, JAUME. 1997. La empresa y la competitividad. Catalunya, Ediciones UPC. 186p. Pág. 83

<sup>69</sup> Ibíd.

<sup>70</sup> Ibíd. Pág. 85

**Figura 4: Benchmarking**



Fuente: “Developing a balance scorecard based benchmarking for tourist destinations”

## 3.2 Turismo

Los conceptos teóricos del turismo relevantes para los objetivos específicos de este trabajo de título, serán abordados desde tres perspectivas: Producto Turístico, Turismo Sustentable e Imagen de Marca de los Países.

### 3.2.1 Producto turístico

La primera distinción teórica relevante al momento de diseñar productos turísticos son las definiciones o los conceptos que se asocian, desde distintas miradas, a un producto turístico.

La actividad turística, tiene su primera esencia en los atractivos turísticos, sean éstos naturales, culturales, sociales o de otro tipo. Convertir los atractivos en productos, pasa por asociar elementos, actividades o servicios que puedan ser percibidos y valorados económicamente. Valls, citando a Middleton, define un producto turístico como:

“...la suma de componentes, tangibles e intangibles, basados en una serie de actividades en destino, que es percibido por los visitantes como una experiencia y que es valorada a un cierto precio”<sup>71</sup>

El producto turístico, en definitiva, es posible entenderlo como una mezcla, exitosa o no, de servicios y de accesos a los atractivos, o a los destinos como se cita a continuación:

“una amalgama de componentes de atracción, de facilidades y de accesibilidad del destino”<sup>72</sup>

El producto turístico, así como cualquier otro producto, puede ser entendido desde la oferta y desde la demanda, como dos visiones contrapuestas. Por un lado, el producto puede nacer como una necesidad directa de la demanda; analizar el comportamiento de los clientes, clasificarlos, agruparlos e identificarlos hasta descubrir cuáles son sus necesidades y construir productos a partir de ellas. Por otro lado, el producto turístico puede nacer como una suma de productos individuales, que, en la medida que los clientes los conciben como un producto asociado a un destino, se convierte en un producto turístico, aún cuando nazca desde la imaginación, creación u olfato de sus agentes.

“Middleton completa el concepto desglosando dos visiones...la visión vertical, según la cual entiende el producto turístico como un servicio específico, organizado en torno a las necesidades y deseos del público objetivo [...] por otra parte, la visión horizontal se entiende como una serie de productos individuales, sobre los cuales los agentes del sector, y los propios clientes operan para crear un producto turístico, ensamblándolo”<sup>73</sup>

Lo anterior puede verse de manera aún más drástica entendiendo que desde la oferta, se busca en la articulación de un producto, un ensamblaje de la ingeniería asociada. Por otro lado, desde la demanda interesa capturar la esencia de lo que hace feliz o el imaginario del turista y crear a partir de ésta comprensión, los productos.

“En la primera (visión del producto turístico desde la oferta), incluye la ingeniería de productos, a partir del ensamblaje de las infraestructuras, los equipamientos, los servicios y la gestión. En la segunda (visión del producto turístico desde la demanda), incluye el desarrollo de la experiencia, a partir de la fantasía del

---

<sup>71</sup> Citado En: VALLS, JOSEP-FRANCESSC. 2003. Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno. Barcelona. Ediciones Deusto. 287p

<sup>72</sup> *Ibíd.*

<sup>73</sup> *Ibíd.*

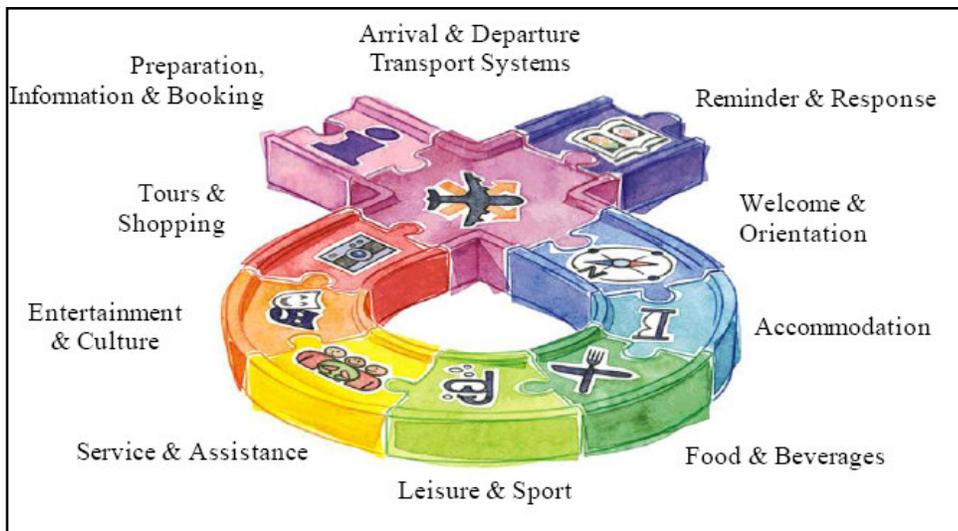
consumidor, quien combina una serie de actividades por medio de unos servicios recibidos, generando unas vivencias”<sup>74</sup>

El producto turístico, debería incluso considerarse como un todo, el destino genera percepciones en el consumidor por la totalidad de servicios y productos turísticos que consume. Es decir, la satisfacción o insatisfacción estará involucrada con la experiencia completa del viaje. En definitiva es un sistema que hace el viaje en su totalidad.

“...es un sistema (complejidad, subsistemas) capaz de hacer viajar a la gente (magnetismo), para hacer actividades de ocio (experiencias, vivencias), que satisfacen necesidades (utilidad). A ello hay que añadir la característica...de que el turista contempla la satisfacción de la necesidad de forma completa desde la partida hasta el retorno”<sup>75</sup>

En la Figura 5 se ve la cadena de servicios turísticos en un destino determinado. La percepción total del turista involucra desde el acceso a la información sobre el destino, hasta su partida. Entender la oferta turística como un sistema, permite identificar con mayor claridad cuáles son las fortalezas o debilidades de un destino y así potenciar la imagen y percepción general que se tiene de él.

**Figura 5: Cadena de Servicios Turísticos**



**Fuente: “Developing Balanced Scorecard based benchmarking approach for tourist destinations”.**

<sup>74</sup> Ibíd.

<sup>75</sup> Ibíd. Pág. 198

Entonces, el producto turístico cumple con ciertas características generales a todo producto. Es posible concebirlo desde la demanda o desde la oferta. Concebir el conjunto de servicios y productos turísticos como un sistema que en su totalidad incidirá en la percepción individual y colectiva de un destino, ha puesto en evidencia la preocupación acerca de cómo funciona este conjunto de agentes turísticos en su territorio y cómo convertir finalmente un producto en un sistema que funcione de forma eficaz, eficiente y atractiva como destino turístico. En este camino interviene todo un entorno social que puede verse afectado o beneficiado, pero siempre involucrado. Luego, el considerar un producto competitivo, necesariamente tendrá relación con el beneficio que es capaz de reportar económica, social y medioambientalmente.

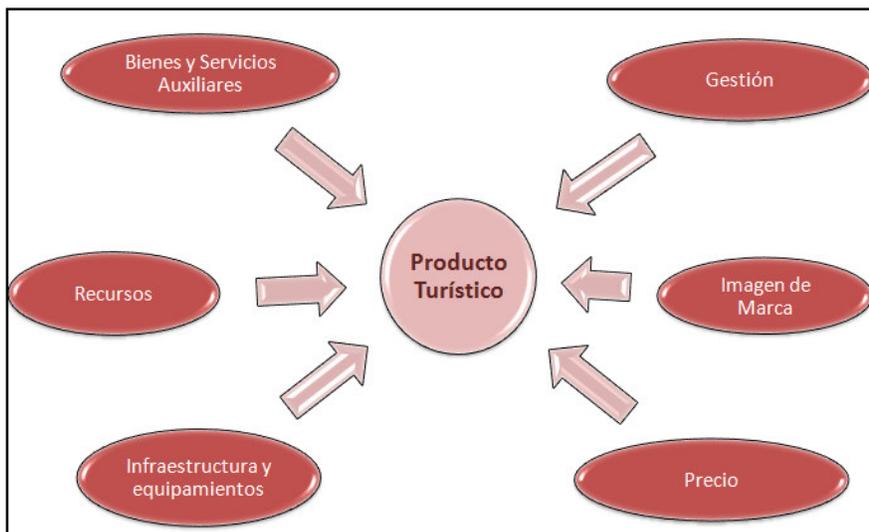
“el producto turístico, para ser competitivo, además de la rentabilidad inherente a todo negocio, exige la consideración de otros aspectos adicionales. Dado que junto a los negocios propios intervienen recursos naturales, socioculturales, infraestructuras y equipamientos, es decir, se halla implicado todo el entorno social, el producto turístico será competitivo si, además del beneficio económico, comporta un beneficio social (creación de riqueza, equilibrio territorial, mantenimiento de la propia identidad...) un beneficio medioambiental (preservación del medio natural), organizado todo ello de una manera sostenible a largo plazo”<sup>76</sup>

Se han establecido elementos generales en la concepción teórica de un producto turístico, y de un conjunto de ellos. Sin embargo en términos concretos, un producto turístico posee componentes que es preciso tener claros para la elaboración primitiva de ellos. En la Figura 6, se muestran éstos componentes: Bienes y Servicios auxiliares, Gestión, Recursos, Infraestructura y equipamientos, precio, Imagen de Marca.

---

<sup>76</sup> Ibíd

**Figura 6: Componentes del producto turístico**



Fuente: Valls, Joseph Francesc: "Gestión de empresas de turismo y Ocio". Ediciones Deusto, 2003. Pág. 198

### **3.2.1.1 Propiedades del Producto Turístico**

Los productos turísticos poseen propiedades que los caracterizan y definen. Valls anuncia 5 propiedades<sup>77</sup>:

- Intangibilidad
- Caducidad
- Simultaneidad de producción y consumo
- Heterogeneidad
- Baja elasticidad de la oferta

Además, se puede estructurar según el beneficio que reporta al consumidor.

Se distinguen tres tipos de beneficios:

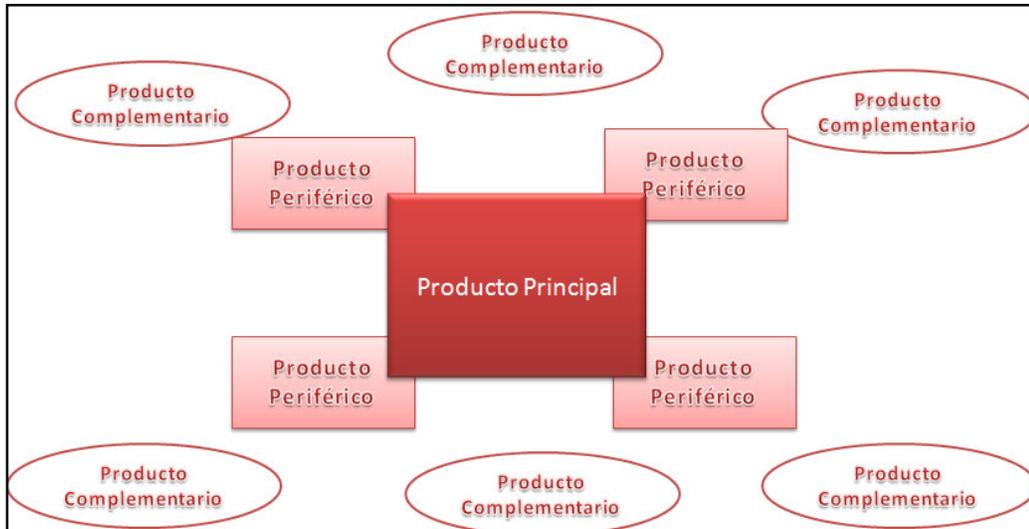
- El ofrecido por el producto principal, es el beneficio principal que piensa encontrar el consumidor en la categoría de producto comprado y en la marca escogida.
- El ofrecido por los productos periféricos, que es la prolongación natural del beneficio principal.

---

<sup>77</sup> VALLS, JOSEP-FRANCESC. 2003. Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno. Barcelona. Ediciones Deusto. 287p. Pág. 217

- El ofrecido por los productos complementarios, que amplía el campo de satisfacción de ambos. Es el elemento de diferenciación

Figura 7: Estructuración de un producto turístico



Fuente: Valls, Joseph Francesc: "Gestión de empresas de turismo y Ocio". Ediciones Deusto, 2003. Pág. 219

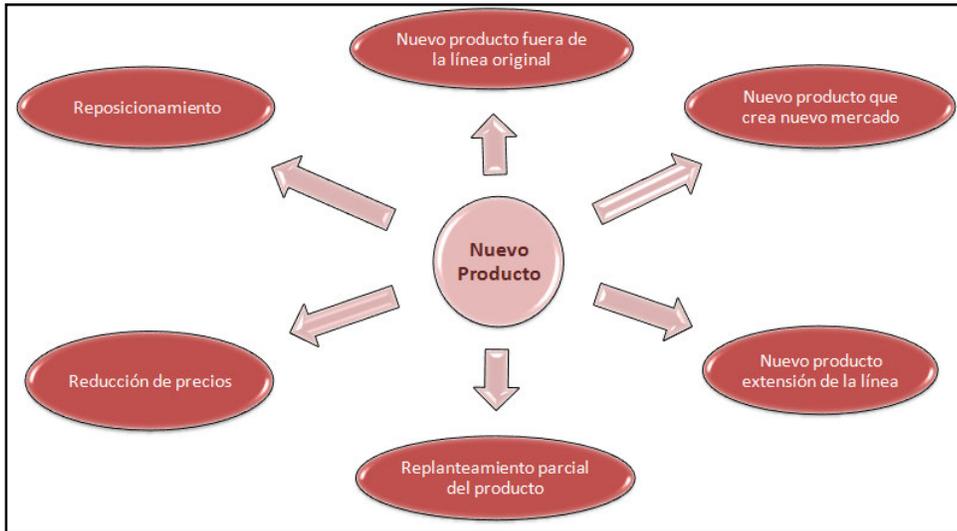
### 3.2.1.2 Desarrollo de nuevos productos turísticos

Para Josep Francesc Valls, el desarrollo de nuevos productos turísticos, se puede agrupar en seis fases:

- Función prospectiva permanente: la primera fase corresponde a analizar las condiciones externas e internas involucradas en la creación de un nuevo producto. Involucra un diseño preliminar de todo el sistema que involucrará.
- Análisis de rentabilidad y sostenimiento: al plantear un nuevo producto, será necesario hacer un análisis económico que permita evaluar la conveniencia o riesgos que en este sentido tendrá el nuevo producto turístico.
- Desarrollo del producto: Corresponde a la fase en la que se diseña el producto con las características que ya han sido explicitadas en el punto: Propiedades del producto Turístico.
- Prueba de comercialización: Luego de diseñar el producto, y hecho su análisis económico, debe realizarse una prueba con fines de comercialización para identificar las posibles dificultades antes del lanzamiento.
- Lanzamiento: Corresponde a la fase en que el producto es puesto en el mercado.
- Fase de control: fase posterior al lanzamiento que estipula términos de control para el correcto funcionamiento según lo propuesto.

En la Figura 8, se muestran diferentes categorías a las que puede pertenecer un nuevo producto: fuera de la línea original; que crea un nuevo mercado; extensión de la línea; como replanteamiento parcial de otro producto; resultado de una reducción de precios y como reposicionamiento.

**Figura 8: Tipología de nuevos productos**



Fuente: Valls, Joseph Francesc: "Gestión de empresas de turismo y Ocio". Pág. 233

### 3.2.2 Turismo Sostenible

El diseño de productos o servicios turísticos en general, ha de ser consecuencia del desarrollo sistemático de la teoría que se ha expuesto en los puntos anteriores.

La identificación de atractivos, el diseño de servicios que en torno de ellos se puedan crear y el encadenamiento en algunos casos de dichos servicios, darán origen a la actividad turística en torno a los atractivos.

Sin embargo, este diseño en el caso de sitios o ciudades con una importante carga patrimonial y cultural como es el caso del Barrio Puerto, ha de considerar otros factores que se hagan cargo del contexto del barrio, de la infraestructura, de los habitantes y de la dinámica social que allí mismo se da.

Conciliar el desarrollo de la industria turística con la conservación de sitios patrimoniales y de gran valor cultural es un desafío creciente para comunidades y gestores turísticos y de patrimonio. McKercher y du Cros<sup>78</sup>, autores que han realizado importantes esfuerzos en la

<sup>78</sup> MC KERCHER, BOB y DU CROS, HILARY. 2002. Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. USA. THHP. 262p.

investigación de esta relación señalan que el turismo cultural o patrimonial se convierte en un arma de doble filo para las comunidades y gestores que desean conservar el patrimonio. Por un lado la demanda turística es una fuerte validación económica para que los gobiernos nacionales y locales inviertan y generen políticas públicas de conservación patrimonial. Pero por otro lado, el incremento de visitantes produce un desgaste de los activos patrimoniales y una sobre comercialización de la cultura, lo que en unos casos puede provocar daños irremediables.

"El turismo cultural no pasó desapercibido para el sector de la gestión del patrimonio cultural. De hecho, el crecimiento del turismo cultural coincidió con la aparición de una mayor conciencia social sobre la necesidad de proteger y conservar nuestros sitios culturales y patrimoniales. Sin embargo, el turismo cultural ha sido como una espada de doble filo para la comunidad de gestores del patrimonio cultural. Por un lado, el aumento de la demanda turística provee una poderosa justificación política y económica para ampliar las actividades de conservación del patrimonio. Por otro lado, el aumento de las visitas, la sobreexplotación, el uso inadecuado, y la mercantilización de los mismos bienes, sin tener en cuenta sus valores culturales, constituye una verdadera amenaza para la integridad - y, en casos extremos, a la supervivencia misma - de los activos patrimoniales. Entonces, casi al mismo tiempo, los defensores de la gestión del patrimonio cultural comenzaron a promulgar políticas para proteger los valores culturales de los usos inadecuados del turismo".<sup>79</sup>

En este sentido es necesario que las propuestas de nuevos productos o encadenamiento de servicios turísticos en sectores de valor patrimonial, tengan en cuenta estos riesgos y costos asociados al incremento de los visitantes. Es decir es necesario el desarrollo de un turismo sostenible. En particular para efectos de este trabajo de título, el desafío en el Barrio Puerto es un diseño turístico sostenible.

---

<sup>79</sup> Texto original: "Cultural tourism did not go unnoticed by the cultural heritage management sector either. In fact, the growth of cultural tourism coincided with the emergence of a broader societywide appreciation of the need to protect and conserve our dwindling cultural and heritage assets. However, cultural tourism was been as a double-edged sword by the cultural heritage management community. On the one hand, increased demand by tourist provided a powerful political and economic justification to expand conservation activities. On the other hand, increased visitation, overuse, inappropriate use, and the commodification of the same assets without regard for their cultural values posed a real threat to the integrity – and in extreme cases, to the very survival – of the assets. At about the same time, then, cultural heritage management advocates began to promulgate policies to protect cultural values from inappropriate tourism uses." Traducción propia. MC KERCHER, BOB y DU CROS, HILARY. 2002. Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. USA. THHP. 262p. Pág.2

El turismo sostenible como tal, es un término que comienza a utilizarse en los años 90. Es una manera ideal de concebir el turismo: responsable con el medio y que no signifiquen impactos negativos en el medio ambiente y en la sociedad.

La Organización Mundial de Turismo (OMT), en este sentido, ha definido el turismo sostenible como:

“el desarrollo que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”<sup>80</sup>

Se identifican entonces como puntos críticos para diseñar productos que se enmarquen dentro del turismo sostenible:

- Mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora.
- Facilitar a los visitantes una experiencia de calidad.
- Mantener las condiciones ambientales del destino.

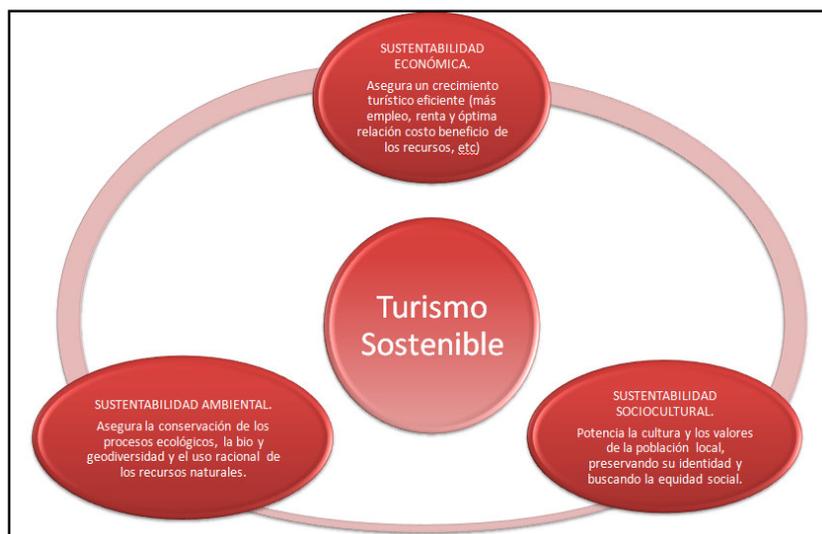
En un sentido amplio, se habla de una actividad turística “ambientada” o “ecologizada”, no significando esto un tipo de turismo alternativo.

La Figura 9 grafica los tres conceptos que afirman el turismo sostenible.

---

<sup>80</sup> SALINAS E. y LA OSORIO, J. 2006. Turismo y Sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba. Cuadernos de Turismo (17): 201-221

**Figura 9: Turismo Sostenible**



**Fuente: Salinas Chávez, Eduardo; La Osorio, José Alberto: “Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba”**

La implementación y desarrollo de un turismo de estas características, aún no es asunto en extenso estudiado en la bibliografía disponible. Sin embargo, existe el antecedente de la presencia de estudios, que en el mejor de los casos a sido a escala local, donde la planificación se hace desde el propio territorio receptor y adecuándolo a las condiciones ambientales y sociales existentes.<sup>81</sup>

Los autores del documento “Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba”<sup>82</sup>, han identificado alternativas para la inclusión de la sustentabilidad al desarrollo turístico.

- Establecer límites o umbrales del soporte del territorio, en cuanto a número de turistas que es posible recibir y a crecimiento posible en infraestructura. Éste limite debe establecerse en función de la capacidad de autorregulación del medio ambiente.
- Buscar aquellas modalidades de turismo acordes con las potencialidades del territorio, y que por ende, causen mínimo impacto. En otras palabras se trata de diseñar una oferta turística en función del territorio y la comunidad y adaptar la oferta a dicha demanda.
- Actuar sobre los recursos que ya están siendo explotados. Que éstos puedan soportar presiones futuras y sobre todo posibilitando la transición de éstos destinos,

<sup>81</sup> Ibíd.

<sup>82</sup> Ibíd.

especialmente relacionados con sitios patrimoniales hacia formas sustentables de turismo. (se establecen límites de visitas, de horarios etc.)

- Incrementar la educación de los turistas, empresarios, anfitriones y gobiernos, para reducir el impacto y controlar el desarrollo. En esto, hay muchas instituciones involucradas.

McKercher y du Cros, enfatizan la importancia que tiene, en el uso del patrimonio cultural, la consideración de la población y los grupos de interés que convivirán rutinariamente con los turistas. Para cada uno estos grupos, incluidos los turistas, la aproximación y beneficios obtenidos de los activos patrimoniales y culturales son diferentes y pueden entrar constantemente en conflicto.

"Una de las paradojas del turismo cultural es que, aunque la decisión de entrar en éste sector debe ser impulsada por consideraciones turísticas, los activos son administrados por los principios de la gestión del patrimonio cultural. Además, los activos culturales y patrimoniales pueden servir a una multitud de grupos de usuarios, incluidos los turistas, pero también a los escolares locales, los "propietarios tradicionales" (indígenas o grupos de las comunidades étnicas que poseen la propiedad intelectual, cultural o derechos relacionados con la tierra de un bien cultural), y residentes locales. Estos grupos pueden valorar el activo por diferentes razones y ver diferentes beneficios en su uso, haciendo más difícil la tarea de presentar adecuadamente el activo. Estos enfoques competitivos pueden ser fuentes de fricciones entre los intereses del turismo y de la gestión del patrimonio cultural"<sup>83</sup>

En base al análisis de casos reales en diferentes continentes, siete posibles relaciones entre el turismo y la gestión del patrimonio cultural son las que McKercher y du Cros señalan para clasificarlas entre relaciones en un extremo de plena colaboración y en otra de pleno conflicto<sup>84</sup>:

---

<sup>83</sup> Texto original: "One of the paradoxes of cultural tourism is that although the decision to enter his sector must be driven by tourism consideration, assets are managed by the principles of cultural heritage management. In addition, cultural or heritage assets may serve a multitude of user groups, including tourist, but also including local schoolchildren, "traditional owners" (indigenous or ethnic community groups that own the intellectual cultural property or land rights associated with a cultural asset), and local resident. These groups may value the asset for different reason and seek different benefits from its use, making the task of presenting the asset appropriately more difficult. These competing approaches can be source of friction between tourism and cultural heritage management interest." Traducción propia. MC KERCHER, BOB y DU CROS, HILARY. 2002. Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. USA. THHP. 262p. Pág.7

<sup>84</sup> *Ibíd.* Pág. 16

- Cooperación total. Existe verdadera cooperación y los beneficios son mutuos para ambos sectores. Existen relaciones sólidas y sistemas de gestión claros.
- Relaciones de trabajo. Existen ciertas metas y necesidades comunes, el diálogo es reciente.
- Coexistencia pacífica. Se comparten recursos comunes y los beneficios son según usos independientes. Existe dialogo, pero poca colaboración y reconocimiento.
- Funcionamiento paralelo e ignorancia mutua. Trabajo separado y completamente independiente, no existe contacto ni tampoco reconocimiento.
- Leves molestias. Los objetivos de uno intervienen en los del otro, bajo niveles de entendimiento y diálogo.
- Conflictos nacientes. Surgen pequeños y constantes conflictos de fácil solución. Existe notoria asimetría entre los agentes, alto poder dominante de uno sobre otro.
- Conflicto total. Conflicto abierto entre los agentes, las soluciones son de alta complejidad.

Las consideraciones recién expuestas acerca del turismo sostenible, son pertinentes para el caso del Barrio Puerto de Valparaíso, además de fundamentar parte de los objetivos de este trabajo.

### **3.2.3 Imagen de Marca de los Países**

---

Para completar la teoría necesaria desde el punto de vista del turismo, se harán algunos alcances acerca de la Imagen de Marca de los Países.<sup>85</sup>

La imagen, desde cualquier punto de vista, no necesita de verbalización, es decir, cualquier explicación racional, no pretenderá más que tratar de explicar la percepción de un alguien, o sujeto, sobre algún algo, que puede ser desde un objeto hasta un país.

“La configuración de la imagen ni exige ningún tipo de verbalización, y como explica Habermas, se establece una relación dialéctica entre el emisor y el receptor en torno al mensaje”<sup>86</sup>

Continúa Valls, dando a ésta imagen, desprovista de verbalización y que habita en el plano de las percepciones, dos acepciones genéricas: una que se desprende de un hecho objetivo y otra que corresponde a una representación que hace el emisor del mensaje.

---

<sup>85</sup> VALLS, JOSEP-FRANCESSC. 1992. La Imagen de Marca de los Países. Madrid. Mc Graw Hill. 267p.

<sup>86</sup> Ibíd. Pág. 14

Acerca de la imagen de marca, ésta será concebida por el autor como una representación mental a la que es necesario dar “cuerpo y alma”, y será también el resultado del accionar de el o los actores que componen el ente emisor de la imagen, dicho accionar está en un espacio casi consciente.<sup>87</sup>

La imagen de marca en general, de cualquier organización, opera desde la inconsciencia, y es capaz de modificar así mismo el comportamiento de los consumidores. La marca evocará.

Existe así, bibliografía estratégica para posesionarse a través de la imagen de marca y de lo que esto evoca.

En el caso de los países, la Imagen de Marca del País (IMP) es “la percepción que tienen los consumidores directos, indirectos, reales y potenciales de los países”.<sup>88</sup>

El concepto es importante, pues, si bien es cierto el sector geográfico que convoca este trabajo, no es un país, si es capaz de ser identificado bajo cierta denominación. Valls también explica que esta teoría es posible de ser aplicada a ciudades o barrios con carácter definido y diferenciado, incluso más allá de la imagen de marca propia del país. Es precisamente al alero de ésta imagen, que tiene sentido construir modificaciones e intervenciones de tipo territoriales. Se puede trabajar la teoría de IMP del Barrio Puerto de Valparaíso, pues posee una imagen, compuesta por hechos concretos y por percepciones históricamente asentadas.

La IMP, actúa como un continuo, un enjambre de sucesos y hechos que se articulan y funcionan (o no lo hacen) en este sentido. No es fácil desarticular los elementos que le constituyen. Más bien todo funciona como un puzle. La imagen de marca puede iniciarse desde un aspecto, y a partir de este rehabilitar otro.

“La IMP se presenta como un todo que avanza o hace marcha atrás, crece o mengua, se introduce en un campo parcial o se retira según tres estadios: objetivos, estrategias e instrumentos comunicativos”<sup>89</sup>

Las fases para la institucionalización de la Política de Acción Comunicativa<sup>90</sup> (PAC) de IMP son:

---

<sup>87</sup> *Ibíd.* Pág. 15

<sup>88</sup> *Ibíd.* Pág. 29

<sup>89</sup> VALLS, JOSEP-FRANCESS. 1992. *La Imagen de Marca de los Países*. Madrid. Mc Graw Hill. 267p. Pág. 160

<sup>90</sup> Es el conjunto de instrumentos comunicativos utilizados para crear la IMP. *Ibíd.* Pág. 90

### **3.2.3.1 Fase de Posicionamiento IMP:**

---

El posicionamiento vendrá dado por: el análisis objetivo del producto y por la percepción de los consumidores. La metodología será cruzar ambos resultados para poder diagnosticar en cuál de las tres fases siguientes se encuentra el país o ciudad en cuestión.

### **3.2.3.2 Fase Inicial IMP.**

---

Esta fase será adecuada en la mayoría de los casos, pues es la necesaria para las actuaciones en torno a la IMP desorganizadas o poco coordinadas.

Los objetivos de esta fase son:

- Que la ciudad o país sean conocidos: que se sepa al menos qué se nombra cuando se nombra la ciudad.
- Notoriedad: que el conjunto que evoca la IMP quede resaltado.
- Positivación: los dos puntos anteriores pueden existir, pero con connotaciones negativas. En la fase inicial el objetivo es positivizar.
- Encontrar una sinergia en todo lo que hace referencia a la IMP que se hace en los diferentes campos.
- Capacidad de identificación y movilización de los propios ciudadanos hacia la IMP.
- Seleccionar los elementos autóctonos susceptibles de ser explotados con el fin de adquirir notoriedad.

Las estrategias de esta fase son:

- Definición y coordinación de los elementos que integran la IMP.
- Jerarquización de los elementos.
- Diseñar un acto de notoriedad y el concepto de partida: la sub marca.
- Producir el evento y comunicarlo.
- Estudiar los resultados y evaluar el concepto de partida de forma constante.
- Cuando el evento de notoriedad ha vehiculado a la sub marca, este concepto de partida debe promoverse mediante todas las técnicas de comunicación coordinadas.
- Presencia de una organización autónoma de la IMP, a base de un equipo motor y coordinador. Esto es indispensable en la fase inicial.

Los instrumentos comunicativos son:

- En términos de comunicación, el organismo promotor actuará en tres grandes vertientes:
  - La convergencia de todas las experiencias comunicativas preexistentes y movilizarlas coordinadamente hacia una IMP unívoca, basada en la estrategia.

- Diseño y comunicación del evento de notoriedad.
- Evaluación de resultados de forma continuada y aplicación continuada de la comunicación.
- Instrumentos comunicativos para cada una de las vertientes
  - Para la convergencia y movilización se usan relaciones públicas que ajustan la organización a los públicos que la circundan. Se basará en el esquema coordinado de trabajo.
  - En la creación, realización y comunicación del evento, el instrumento predominante de comunicación puede ser el sponsoring.<sup>91</sup>

### **3.2.3.3 Fase de Mantenimiento IMP.**

---

En esta etapa, lo central es establecer un estadio de comunicación permanente, que permita incrementar el dominio de la IMP, pero agregando ahora la personalización.

Los objetivos de esta fase son:

- Buscar las potencialidades de la ciudad y jerarquizarlas. Partir únicamente con una submarca para ir añadiendo más.
- Para mantener la notoriedad alcanzada en la primera fase, se debe desarrollar un conjunto de actividades de forma permanente para mantener a la ciudad en presencia constante, nacional e internacional.
- Reelaboración permanente de signos, símbolos y atributos de la IMP.
- Ampliación del organismo coordinador técnico de la IMP.<sup>92</sup>
- Actuar permanentemente, es decir estar comunicados constantemente con las ferias o muestras turísticas a nivel mundial.

Los instrumentos comunicativos:

- Las relaciones públicas deben aplicarse en la movilización y coordinación de actividades que sirvan de cojín de la igualdad marcada.
- La identidad de la ciudad debe elaborar una oferta icónica que fije en la mente de los consumidores la igualdad inicial.
- Para que la IMP penetre en la vida cotidiana del público, es necesario usar la relación con medios de comunicación.

---

<sup>91</sup> Es una técnica de comunicación, un sub factor dentro de la publicidad.

<sup>92</sup> Esta ampliación debe incluir: promoción exterior de captación de inversiones extranjeras, reconvertir las embajadas en promoción al país, dinamizar intercambio universitario y de investigación, usar funciones publicas y privada sal servicio de la IMP e incentivar al máximo la presencia de los ciudadanos.

### **3.2.3.4 Fase de Optimización y de penetración cultural IMP.**

---

Los objetivos de esta fase son:

- Estar presentes de manera permanente.
- Reequilibrar la penetración cultural exterior con un apartado que pueda penetrar culturalmente fuera de los límites del territorio en cuestión.
- Buscar presencia importante y de liderazgo en los campos donde el producto esté situado en mejores condiciones.

Las estrategias de esta fase son:

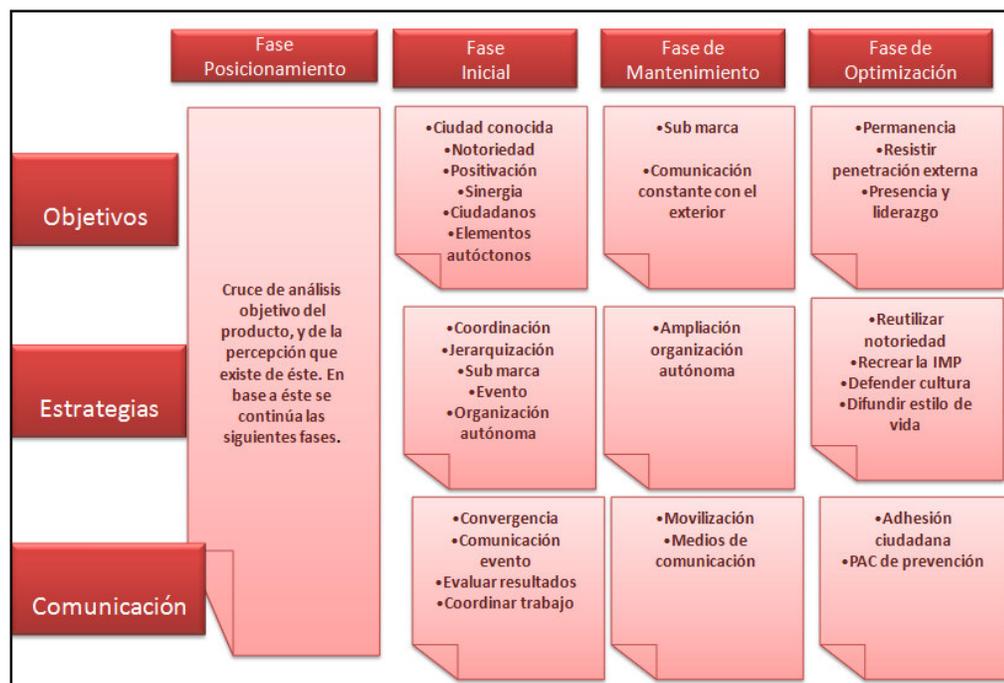
- Reutilizar elementos de notoriedad y fijar estereotipos positivadores.
- Recrear periódicamente la IMP y representarla con nuevos elementos.
- Defender la lengua y las peculiaridades culturales en una primera fase y luego acción al exterior.
- Difundir el estilo propio de vida.
- Buscar liderazgo en campos donde el producto propio esté muy bien situado; prever movilización económica entre iniciativas públicas y privadas.
- Prevenir los acontecimientos que escapan del control.

Los instrumentos comunicativos son:

- Reinventar constantemente los elementos de notoriedad y representar la imagen corporativa de los países con nuevos elementos incorporados: búsqueda continuada de identidad corporativa, búsqueda continuada de componentes del Producto, coordinar actividades comunicativas de la IMP.
- Para poder reequilibrar la penetración externa es necesario: adhesión permanente y dinámica de los ciudadanos , activar la opinión pública en torno a la defensa cultural.
- Lanzamiento de una línea de actuación que vertebré la investigación acerca de los objetivos generales, las posibilidades de penetración en un segmento, y la proyección y diseño de la IMP.
- Establecimiento de una política comunicativa de prevención, que se haga cargo de los riesgos a los que está afecta la IMP.

En la Figura 10 se muestran esquemáticamente las fases descritas, con sus puntos o conceptos más relevantes.

Figura 10: Fases en la creación de la Imagen de Marca de los Países.



Fuente: Elaboración propia.

### 3.3 Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio

Como último objetivo de éste trabajo de tesis, está el diseño de un sistema que pueda servir para retroalimentar el plan de fomento que se propone como centro de los resultados.

Con este fin se ha escogido como apropiada, una tecnología de construcción de capital de social denominada MMEDCAL: Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio<sup>93</sup>, que ha sido diseñada “para transformar al cliente en un co diseñador del servicio que recibe y en un colaborador en el mejoramiento continuo del servicio y la empresa que lo provee”.<sup>94</sup>

La función principal que ha de cumplir el diseño de este sistema aplicado al Barrio Puerto de Valparaíso, es servir como instrumento para medir, diseñar, rediseñar y co diseñar en conjunto con el turista de la ciudad, aquellos productos y servicios existentes (y aquellos que de éste plan de fomento de turismo sean propuestos) asociados a la industria turística.

<sup>93</sup> VIGNOLO, CARLOS et al. 2005. Externalizando el Diseño del Servicio Turístico en los Clientes: teoría y un caso en Chile. Santiago. Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile. 20p. (Documento de trabajo serie gestión N° 68)

<sup>94</sup> Ibid. Pág. 2

El MMEDCAL, en conjunto con el estudio comparado propuesto, serán instrumentos que, bien utilizados, pueden servir como una medida de evolución de los proyectos propuestos, en ejecución y terminados, que tengan lugar en el Barrio Puerto.

La premisa bajo la cual es diseñado este sistema y por la cual es relevante como contraparte activa del plan de fomento, es el rol protagónico del cliente en el rediseño de los servicios y en los procesos de mejoramiento de calidad.

“...se abre una forma de conceptualizar y diseñar la interfaz empresa-cliente distinta a la tradicional. En vez de poner el foco en la generación de más y mejor conocimiento por parte de la empresa respecto a sus consumidores para, desde allí, mejorar el diseño de los productos y de servicios, el acento es puesto en el rol activo del cliente en el proceso de “construir” – él mismo- el producto o servicio que recibe”<sup>95</sup>

En definitiva lo que se pretende es escuchar y potenciar las ideas, energías, idoneidades y capacidades de los turistas, con el fin de sistematizar la información, y crear un sistema de retroalimentación general entre todos los involucrados, a partir de las experiencias particulares.

El fundamento teórico está en el concepto de “constructivismo radical”, mediante el cual se entiende que la realidad es construida dinámicamente en la medida que es vivida y que, además, es posible construirla a través de un “fenómeno conversacional”.

“Maturana nos propone que ‘conocer una realidad es construirla’. Que la realidad que uno ‘conoce’ es una realidad generada en el acto de vivirla. Y que en este proceso de ‘conocer’ la realidad influyen: la estructura de quien conoce, determinada por su historia de interacciones con el medio en que se ha vivido; las emociones con que quien conoce enfrenta el ‘conocer’; y los deseos (intereses, expectativas, etc.) que se traen al proceso de ‘conocer’.”<sup>96</sup>

A continuación se describen los supuestos fundamentales, las fases y los protocolos conversacionales del modelo MMEDCAL, descrito en el documento de Carlos Vignolo et al, *“Externalizando el Diseño del Servicio Turístico en los Clientes: teoría y un caso en Chile”*.

### **3.3.1 Supuestos fundamentales**

---

- El diseño final del servicio que el cliente recibe, en última instancia es realizado por el cliente.

---

<sup>95</sup> Ibíd. Pág. 3

<sup>96</sup> Ibíd. Pág. 4

- El servicio que el cliente diseña y construye depende de:
  - Estados de ánimo del cliente que opera durante todo el tiempo del servicio.
  - Nivel de conciencia de sí y del entorno en que el cliente opera.
  - Los paradigmas que traiga en el proceso de construir el servicio.
  - La capacidad y los recursos de que el cliente dispone para hacerse cargo de sus intereses, quiebres y preocupaciones en el proceso de diseñar y vivir el servicio.
- El proceso a través del cual diseña, construye, evalúa y rediseña es en esencia un fenómeno conversacional, en que el cliente se transforma en forma dinámica en coherencia con la realidad que interactivamente va generando.
- El rol del proveedor de servicios es generar las condiciones para que el cliente pueda vivir el proceso de construir el servicio. Esto es, generar condiciones objetivas propicias, y también facilitar al cliente para que vea lo que le está pasando.

Considerando los supuestos expuestos, las claves de un diseño MMEDCAL son:

- Diseño de artefactos que gatillen y documenten las conversaciones cliente-empresa y cliente consigo mismo.
- Diseño de protocolos conversacionales que el servidor pone en acción en la interacción y conversación con el cliente.
- Los procesos de capacitación de aquellos que llevan la interacción y conversación con el cliente.

### **3.3.2 Fases**

---

- Fase 1:

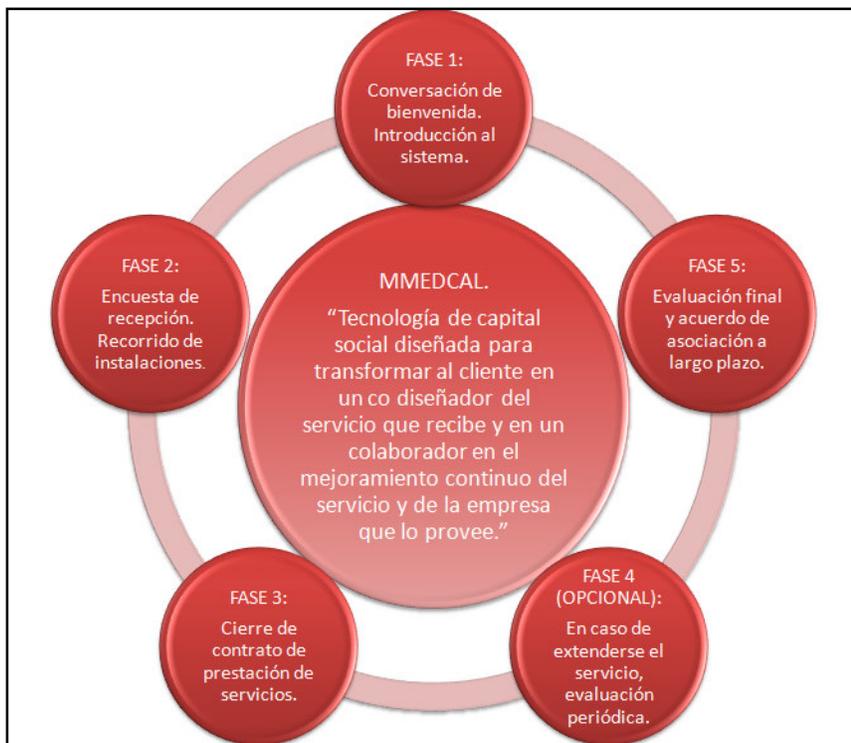
Conversación de bienvenida, en la cual se muestra al cliente el sistema y sus beneficios para el cliente. Se espera generar una primera ganancia de estado de ánimo y confianza respecto a la expectativa previa.

- Fase 2:

Se aplica la Encuesta de Recepción y se genera la conversación de exploración de las alternativas disponibles para construir el servicio. La idea es que el cliente se apropie de su responsabilidad en el proceso de generar un servicio de calidad para el mismo, volcando su mirada sobre sí mismo. Puede incluir recorrer el lugar en caso que sea pertinente.

- Fase 3:  
Cierre del contrato de prestación de servicio, fruto de la conversación sostenida se llega a un acuerdo entre el cliente y el proveedor. Ojalá este acuerdo quede documentado.
- Fase 4 (opcional):  
Cuando el servicio se expande en el tiempo, y el servicio es pertinente, es posible ofrecer al cliente una evaluación periódica, apoyándose en un artefacto adecuado. Se busca con esto, mantener activo y consiente al cliente de su rol en garantizar un servicio de calidad.
- Fase 5:  
Evaluación final y búsqueda de un acuerdo de asociación de largo plazo. Una vez completado el servicio se invita al cliente a hacer una evaluación final del servicio, utilizando para ello una encuesta especialmente diseñada y un protocolo de cierre. Se invita al cliente a un acuerdo colaborativo con el proveedor de servicios, para ayudar en el mejoramiento continuo del servicio provisto. Es necesario que, de aceptar este acuerdo, especifique las vías por las cuales esta dispuesto a ser requerido al respecto.

**Figura 11: Fases del Sistema MMEDCAL**



**Fuente: Elaboración Propia**

### **3.3.3 Protocolos conversacionales**

---

Se han mencionado en las fases para la aplicación del MMEDCAL, protocolos para cada una de ellas que sirvan para lograr los objetivos en la aplicación del sistema.

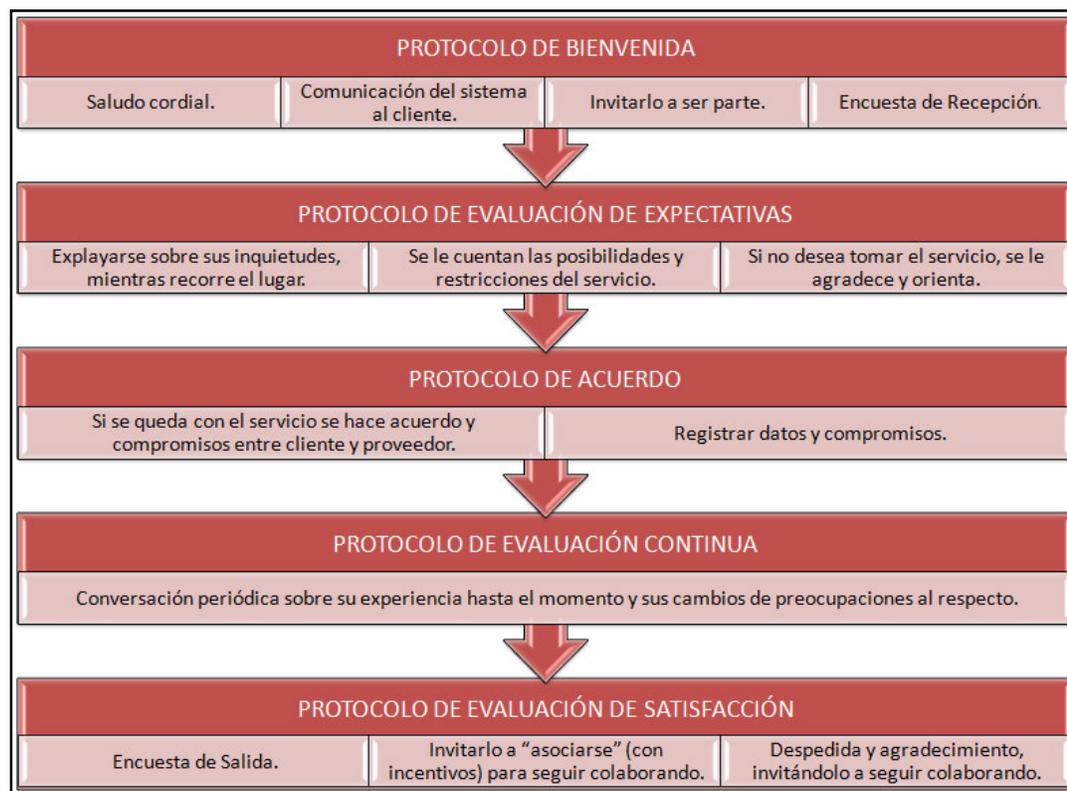
Estos protocolos, son pautas que guían las conversaciones de los proveedores de servicios con el cliente, y que invitan al proveedor de servicios a tener una actitud orientada en el espíritu del MMEDCAL, desde el momento en que el cliente toma contacto con el servicio hasta después de concluirlo.

Se han tomado las indicaciones de los protocolos propuestos para cada ocasión.

- Protocolo de bienvenida: Acoger amablemente al cliente, generando un ambiente de confianza y darle a conocer el sistema MMEDCAL e invitarlo a beneficiarse de él.
  - Saludo cordial e invitación a conversar en un ambiente confortable.
  - Contarles a los clientes que el servicio esta implementando un sistema que pretende obtener un mejoramiento de la calidad del servicio.
  - Invitarlos a formar parte activa de la iniciativa.
  - Realizar una encuesta de recepción, incluso aunque no exista confirmación de aceptar el servicio.
- Protocolo de evaluación de expectativas: Explorar las alternativas disponibles de la construcción del servicio, iniciando un proceso en que el cliente pone la mirada sobre si mismo e identifica sus inquietudes y preocupaciones.
  - A partir de la encuesta, se invita al cliente a explayarse sobre sus inquietudes y preocupaciones, se puede apoyar con un recorrido por las instalaciones.
  - El proveedor da cuenta de las posibilidades y restricciones del servicio.
  - Si finalmente el cliente decide no quedarse en el servicio, se le agradece la visita y se recomienda ofrecerle otro servicio de la localidad que se acerque a sus expectativas.
- Protocolo de acuerdo: Se llega a un acuerdo entre el cliente y el proveedor. En lo posible se registra el compromiso adquirido con el cliente.
  - Si el cliente decide recibir el servicio, se chequean los acuerdos establecidos entre proveedor y cliente.
  - Registrar no sólo los datos correspondientes, sino los compromisos acordados con el cliente.

- Protocolo de evaluación continúa: En el caso en que el servicio se expanda en el tiempo en forma repetitiva, se le ofrece al cliente una evaluación periódica del servicio.
  - Generar conversaciones periódicas en que se les pregunta al cliente sobre lo recibido hasta el momento y sobre posibles cambios en sus preocupaciones o inquietudes iniciales.
- Protocolo de evaluación de satisfacción: Se invita al cliente a hacer una evaluación final del servicio e invitarlo a “asociarse” al proveedor, disponiéndose a seguir contribuyendo al proceso de mejoramiento continuo de la atención.
  - Efectuar la encuesta de salida.
  - Invitar al cliente a “asociarse” al proveedor, se pueden ofrecer ciertos incentivos, como futuros descuentos, reservas especiales o continua información sobre promociones, eventos y nuevos servicios.
  - Se le da al cliente una afectuosa y agradecida despedida y se le invita a volver a ser co constructor del servicio a recibir.

**Figura 12: Protocolos Conversacionales.**



Fuente: Elaboración Propia

## Capítulo 4: Marco Metodológico

En este capítulo de metodología, se abordará los métodos utilizados para investigar y llegar a los resultados y conclusiones de este trabajo de título.

Los elementos metodológicos utilizados en general fueron:

- Revisión bibliográfica.  
Se realizó una revisión de la bibliografía pertinente y disponible en las áreas de: gestión turística, gestión patrimonial, gestión cultural, turismo cultural, documentos acerca de los monumentos nacionales y zonas típicas, estudios comparados y benchmarking, estudios de casos de benchmarking, estudios de casos de rehabilitación de centros históricos y un documento MMEDCAL. Además se revisaron novelas y ensayos históricos de Valparaíso.
- Selección de bibliografía pertinente.  
Luego de revisar la bibliografía disponible, se realizó la selección de los modelos y sustentos teóricos para el trabajo de título.
- Construcción esquemática del trabajo de título.  
En esta fase se trazaron las líneas generales del trabajo: se establecieron los tres objetivos específicos y la manera en que se articularían para dar coherencia al trabajo completo.
- Trabajo de terreno, investigación y entrevistas.  
Con los lineamientos generales estipulados, comenzó una serie de recorridos en terreno, de conversaciones y entrevistas con actores involucrados con el Barrio Puerto.
- Construcción de resultados.  
Al seguir el trazado de la construcción realizada en la fase anterior y la experiencia del trabajo en terreno, las entrevistas e investigación, se llegaron a las primeras aproximaciones de resultados. Surge aquí la necesidad de cambiar el título original de la tesis, para adecuarlo a lo que realmente se necesitaba diseñar como un aporte real al Barrio Puerto desde el turismo: de un preliminar “Diseño de Productos Turísticos en el Barrio Puerto de Valparaíso” se pasó a una “Propuesta de Plan de Intervención de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso”. Esto por las verdaderas necesidades detectadas luego del trabajo en terreno.
- Deconstrucción del trabajo para alinear resultados.  
Una vez asumido el cambio de título y orientación, tuvo lugar un proceso de deconstrucción del trabajo de título. Dados los resultados obtenidos, fue

necesario incorporar elementos teóricos y metodológicos dejados fuera en un principio y dejar fuera algunos de los considerados inicialmente. De esta manera el trabajo toma coherencia desde las reales necesidades de diseño detectadas.

Además de la metodología general del trabajo de tesis, para cada uno de los temas abordados, se especificará la metodología utilizada: Elaboración del Estudio Comparado, Elaboración Plan Fomento de Turismo y Elaboración del sistema MMEDCAL: Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio..

## **4.1 Elaboración del Estudio Comparado**

La realización de un estudio comparado, como se ha descrito en el marco teórico, debe contemplar varios pasos. En primer lugar se debe especificar las razones que lo hacen relevante y lo justifican en el contexto deseado. Luego, es necesario definirlo como proceso sistemático, en términos de las variables y la temporalidad que involucra. Posterior, se deben identificar aquellas ciudades, en el caso de este trabajo de título, que han sido identificadas como exitosas en sus procesos de rehabilitación y que además cuenten con características que las hagan comparables con Valparaíso y con el Barrio Puerto. Finalmente, y en base a la comparación, las conclusiones rescatan las mejores prácticas que puedan ser adaptadas para el Barrio Puerto.

A continuación, los pasos a seguir para la realización del benchmarking que se presenta en el capítulo de Estudio Comparado:

- Paso 1: Justificación

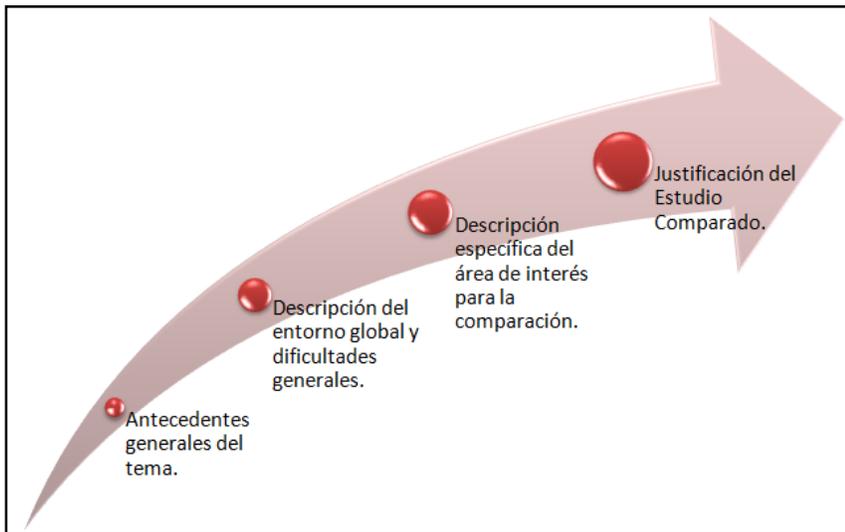
Realizar un estudio comparado debe tener una razón de ser. En este sentido, es necesario justificar las razones y seleccionar casos de otras ciudades para apoyar las decisiones de intervención y fomento de turismo en el Barrio Puerto. La justificación se basa en los siguientes tres puntos:

- Antecedentes generales, es decir, antecedentes respecto a los centros históricos, a su declaración y relevancia.
- Descripción del entorno global: situar en el contexto global las particularidades que poseen los centros históricos como el Barrio Puerto y las dificultades que en general presenta su rehabilitación y recuperación.
- Descripción del área específica: existen muchos ámbitos para la rehabilitación de centros históricos. La idea en este punto es acotar para

el interés específico. Por ejemplo, las recuperaciones arquitectónicas no son de interés especial para los alcances de éste trabajo de título.

La suma de los antecedentes previos desemboca en la justificación para realizar un estudio comparado. En la Figura 13, se muestran esquemáticamente los pasos descritos.

**Figura 13: Esquema de la Justificación para el Estudio Comparado.**

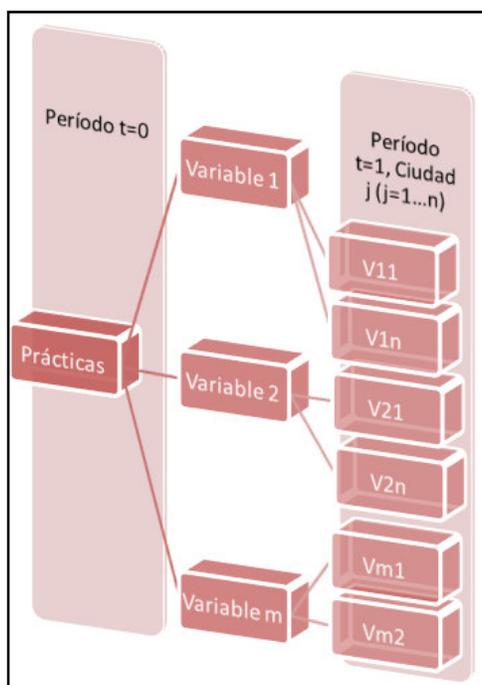


**Fuente: Elaboración Propia**

- Paso 2: Estructuración del proceso.  
Como se ha visto en el Marco Teórico del Benchmarking, es necesario definir el proceso mediante el cual se llevará a cabo el estudio comparado. Para esto se precisan: las prácticas relevantes para comparar, las ciudades con las cuales se comparará y la estructura para hacer continuo el estudio.
  - Prácticas: las prácticas serán materializadas en variables a evaluar para la comparación. Si bien es cierto dentro de las prácticas también entrarán antecedentes, todos los puntos a definir cumplirán con el rol descriptivo de las ciudades y de los elementos en común que pueden tener con el Barrio Puerto.
  - Ciudades: la elección de las ciudades será hecha en torno a dos puntos: los expuestos en el marco teórico referentes a ciudades que sean reconocidas por sus centros históricos, y entonces, con más o menos éxito, han tenido un proceso de rehabilitación importante, dentro del cual no pueden faltar las experiencias turísticas; y ciudades que presenten ciertas similitudes geográficas y culturales que efectivamente las hagan comparables.

- Proceso: Consiste en evaluar para cada una de las ciudades seleccionadas, las variables elegidas. Como queda explicitado gráficamente en la Figura 14, se han seleccionado “m” variables y “n” ciudades. Para cada una de las ciudades debe existir un “valor”<sup>97</sup> asociado a cada variable.
- Temporalidad: a pesar de no estar dentro de los alcances de este trabajo de título, es necesario dejar estipulado que este proceso necesita ser evaluado y comprado en distintos períodos “t”, donde se asume que en un período distinto al actual, las condiciones del Barrio Puerto y de las ciudades a comparar será distinto, por la condición dinámica de las ciudades y de los sucesos que en ellas ocurren.

**Figura 14: Proceso del Estudio Comparado**



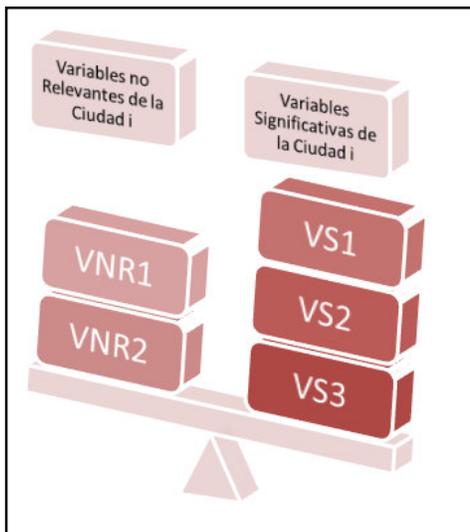
**Fuente: Elaboración Propia**

- Paso 3: Comparación para la iteración.  
El último paso del estudio comparado tiene que ver con la comparación de las variables. Como resultado del proceso descrito en la Figura 14, se tendrán “m x n” casilleros: por cada variable en cada ciudad. De estos, se tendrán variables

<sup>97</sup> Que evidentemente no se trata de un valor numérico, sino de características más o menos objetivas.

relevantes y no relevantes para cada ciudad. Los casilleros más significativos serán los que más pesen al momento de establecer metas de mejores prácticas para el Barrio Puerto.

**Figura 15: Comparación de Variables.**



Anexo a lo anterior, se utilizarán también experiencias particulares en algunas ciudades, que puedan servir de referentes para propuestas específicas de fomento del turismo en el Barrio Puerto.

## **4.2 Elaboración Plan de Fomento de Turismo**

Para la elaboración del plan de fomento de turismo de este trabajo de título, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Entrevistas con actores públicos y privados involucrados con el desarrollo patrimonial y turístico de Valparaíso.  
Las primeras acciones en la construcción del plan de fomento fueron conversaciones y entrevistas con personas que desde distintos frentes colaboran con el desarrollo turístico y la conservación de Valparaíso, como lo son el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (Valpomío) y personas que desde el mundo privado trabajan en proyectos específicos de recuperación de la comuna.
- Recolección de información secundaria.  
Se llevó a cabo un trabajo de recolección de información referente a la ciudad, tal como: datos acerca de la oferta turística, demanda turística, demografía y proyectos en ejecución. Esto se realizó a través de sitios web, información

facilitada por actores involucrados, estudios de turismo en la comuna del Consejo Superior de Turismo (CONSETUR) y un trabajo de investigación de primera fuente a través de una encuesta, realizado por alumnos de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad de Chile.

- **Visitas a Terreno.**  
Se realizaron 4 visitas a terreno. En ellas se llevó a cabo un trabajo de observación y registro de los atractivos turísticos de la zona, registro fotográfico del sector, entrevistas, asistencia a talleres y demás actividades que convergieron en los resultados obtenidos.
- **Asistencia a Talleres y Actividades del Barrio.**  
Como producto de las visitas a terreno, se tomó contacto con los profesionales del programa de participación ciudadana del observatorio de ciudades de la Universidad Alberto Hurtado.<sup>98</sup> Gracias a ello, fue posible el registro y asistencia al taller de validación que realizó el equipo con la comunidad del Barrio Puerto. Esto fue de gran utilidad, pues se pudo tomar contacto con los habitantes y comerciantes del Barrio Puerto.
- **Entrevistas con profesionales involucrados en el trabajo del Barrio Puerto.**  
Luego de conocer en terreno a los habitantes y comerciantes, y de contar con los resultados del trabajo realizado en términos de participación ciudadana, se dio la instancia de entrevistar a los profesionales que compusieron el equipo, y así conocer la experiencia de su trabajo y sus opiniones acerca de lo que sucede en el barrio.
- **Procesamiento de entrevistas y conversaciones.**  
Con todos los datos disponibles, se procesaron informaciones de entrevistas y conversaciones, para ser utilizadas en las reflexiones finales antes de la elaboración del plan de fomento del turismo.
- **Elaboración de la propuesta:**  
Finalmente se elaboró la propuesta, con la reflexión conjunta de datos obtenidos y de la teoría conocida.

---

<sup>98</sup> Descrito en la nota al pie 43.

## **4.3 Elaboración del sistema MMEDCAL: Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio**

El sistema MMEDCAL presentado en el Capítulo 7, está en su fase de diseño, por tanto la metodología asociada solo corresponde a los pasos seguidos para elaborar este diseño. Así, los pasos seguidos son los siguientes:

- Revisión de casos de aplicación del MMEDCAL:  
El primer paso en la elaboración del diseño de un sistema MMEDCAL para la zona, fue la revisión de casos de aplicación exitosos realizados en la industria turística.
- Identificación de la industria de servicios asociados al turismo presentes en el Barrio Puerto.  
Luego de la revisión de catastros disponibles y de la observación en terreno, se determinaron el tipo de servicios asociados al ocio o turismo que se encuentran en mayor cantidad en el Barrio Puerto.
- Clasificación según industria.  
Con la información anterior, se clasificaron en tres sectores reconocibles dentro del barrio, en los que se puede agrupar la oferta de servicios asociados al turismo.
- Elaboración del diseño MMEDCAL.  
A partir de lo anterior, se elaboró el diseño de un sistema MMEDCAL, basándose en los sectores identificados.

## **Capítulo 5: Estudio Comparado**

### **5.1.1 Justificación para un Estudio Comparado**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), ha declarado 754 bienes, como parte del Patrimonio de la Humanidad. De ellos, 582 son bienes culturales, 149 bienes naturales y 23 mixtos<sup>99</sup>

De esta extensa lista, 3 corresponden a Chile: los parques nacionales de Rapa Nui, en Isla de Pascua; las Iglesias de la Isla de Chiloé y el casco Histórico de la Ciudad Puerto de Valparaíso.

Las ciudades que componen esta lista lo hacen, en general, a través de sus centros históricos. Estos hacen gala de edificaciones de larga data, arquitectónicamente valiosas y

---

<sup>99</sup>[En línea] <http://whc.unesco.org/patrimonio.htm> [consulta: diciembre 2007]

con una carga histórica que les ha permitido mantenerse en pie a través de los años y lograr el reconocimiento universal.

No obstante este reconocimiento, la experiencia en distintas partes del mundo muestra lo desgastados que han llegado a estar estos bienes, que no obstante albergar en sí episodios fundamentales de la historia de las ciudades, han sido abandonadas o mal usadas con el devenir de los años.

La declaración como Patrimonio de la Humanidad, ha servido para generar conciencia y motivar la puesta en marcha de iniciativas público- privadas, además de facilitar la obtención de recursos con estos fines, como es el caso de los préstamos que el Banco Interamericano de Desarrollo otorga a los países en pro de sus propios objetivos; alentar el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe.<sup>100</sup>

De esta manera toma relevancia la reflexión acerca de la manera en que son utilizados estos recursos y la forma en que se pretende recuperar dichos espacios.

La rehabilitación ha sido un concepto que ha tomado fuerza en este sentido: recuperar las ciudades históricas para que puedan ser habitadas por las nuevas generaciones, conservando su valor histórico y cultural. La rehabilitación de estos centros históricos resulta ser, entonces, un proceso complejo desde distintos frentes: no solo por temas urbanos y arquitectónicos, sino porque son ciudades habitadas por personas, marco de interacción de la actividad económica y de vida ciudadana. Cuando lo que se quiere hacer es turismo a partir de centros históricos, como es el caso de este trabajo de título, toma aún más preeminencia esta reflexión, pues, aún cuando el fin último de hacer turismo formal<sup>101</sup>, es identificar los flujos económicos que a partir de los servicios asociados a los atractivos es posible detentar, no es menos cierto la importancia ineludible que tienen éstas ciudades en sí mismas, y que no será posible estructurar proyectos exitosos si no son también responsables con el entorno.

“El urbanismo ‘recualificador’...en nuestros Centros Históricos se constituye en alternativa al ultra conservacionismo y a la renovación especulativa, evidenciando que la ciudad no es un instrumento de hacer dinero fácil y rápido, sino el marco de convivencia diaria sujeta a unas reglas claras de juego. No hay

---

<sup>100</sup> [En línea]. <http://www.iadb.org/aboutus/index.cfm?language=Spanish> [consulta: diciembre 2007]

<sup>101</sup> Formal en el sentido de reconocerlo como una actividad económica que deja altos dividendos a nivel mundial, y que presenta un crecimiento anual no despreciable.

presente sin pasado y, por ello, la rehabilitación integrada pretende construir el patrimonio del futuro sobre el patrimonio heredado.”<sup>102</sup>

Luego, la elaboración responsable de un proyecto de intervención urbana (sean éstos turísticos, arquitectónicos, o de cualquier otro tipo), debería considerar los espacios públicos, precisamente como el marco de convivencia diaria de la ciudad.

Este realce del espacio público es lo que realmente debería rescatar la recuperación, pues es precisamente éste la esencia de las ciudades, las que las hace unas diferentes de las otras, y es éste también el que puede convertirse en el activo más relevante de ellas.

“Debemos reconocer que las vilipendiadas ciudades, y las utopías referentes a ellas, se relacionan con el espacio público. Si tenemos poesía en El Cairo, Damasco, Cuzco y Berlín, es porque sus nombres nos gatillan calles, callejones, avenidas, plazuelas (el espacio público)”<sup>103</sup>

La recuperación del espacio público de un centro histórico, patrimonio de la humanidad como lo es Valparaíso, debe tener consideraciones de intervención especiales, pues se está hablando de bienes de patrimonio cultural, los que constituyen recursos no renovables<sup>104</sup>.

El patrimonio urbano, que, como se ha expuesto, constituye una gran riqueza en cuanto al espacio público, puede conjugar en él varias dimensiones. Por una parte evoca la herencia que significa y llama la atención constantemente en cuanto a la necesidad de conservarla, por otro lado tiene relación con las dinámicas sociales que en él tienen lugar y que evocan en la conciencia el significado de cultura, como cultura de la ciudad. Por último, y es en esta dimensión donde el turismo responsable y consiente puede tener sentido y prosperar, es generador de riqueza, en relación a su condición y a la valoración que como patrimonio tiene. En este sentido, el transformar esa valoración en un valor económico y potenciarlo desde su esencia como espacio público es el aporte que puede hacer el turismo.

---

<sup>102</sup> CAMPESINO FERNÁNDEZ, ANTONIO-JOSÉ. La rehabilitación integrada de los centros históricos: el reto urbanístico de finales de los ochenta. [En línea].

[http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/90259518761469606365679/catalogo7/investigaciones\\_02.pdf](http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/90259518761469606365679/catalogo7/investigaciones_02.pdf) .

Universidad de Extremadura. [consulta: enero 2008]

<sup>103</sup> LABORDE, MIGUEL. Santiago, escenario sin protagonista. [En línea].

<http://www.dii.uchile.cl/~revista/revista/vol2/n2/03.pdf>. [consulta: enero 2008]

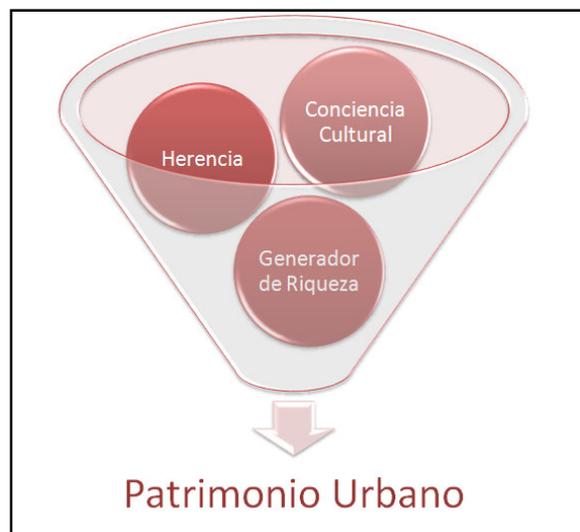
<sup>104</sup> KREBS, MAGDALENA - SCHMIDT-HEBBEL, KLAUS. Patrimonio cultural: aspectos económicos y políticas de protección. [En línea].

<http://arpa.ucv.cl/texto/Aspectoseconomicospatrimoniocultural.pdf> . [consulta: enero 2008]

“El patrimonio urbano nos permite conectar tres dimensiones de la cultura: la cultura en cuanto a herencia a conservar, la cultura en cuanto componente de nuestra conciencia y la cultura productiva como generadora de riqueza”<sup>105</sup>

Las tres dimensiones, son en cierto sentido, dimensiones temporales; herencia desde el pasado, conciencia de cultura desde el presente, y generadora de riqueza que se difumina entre lo que se puede hacer en el presente y proyectar en el futuro.

**Figura 16: Patrimonio Cultural**



**Fuente: Elaboración propia**

Estas tres dimensiones tienen sentido desde y en la ciudad. Luego la valoración de las ciudades, paso fundamental para proyectarla turísticamente y recuperarla patrimonialmente, pasa necesariamente por entenderlas en movimiento, adaptándose a distintas épocas y gentes. No pueden ser concebidas como museos entonces. La conservación y valoración no puede abstraerlas del paso del tiempo.

“La ciudad, tiene que responder a las necesidades que cada época o coyuntura histórica le plantea. De aquí que, de cara a la valoración del patrimonio cultural, a la superación de las visiones museísticas de los centros históricos y también a la intervención urbanística, sea necesario hacer conciencia sobre el hecho de que cada espacio urbanístico tiene una etapa histórica que es clave en su

---

<sup>105</sup> SÁNCHEZ LÓPEZ, MARTHA ROSALÍA. La rehabilitación de los centros históricos en México: un estado de la cuestión. [En línea]. <http://www.ub.es/geocrit/b3w-215.htm>. [consulta: enero 2008].

formación y articulación, además, se trata de ciudades vivas que han tenido que adaptarse a diversas etapas”<sup>106</sup>

El patrimonio urbano, la recuperación de ciudades históricas y el estructurar un plan de fomento de turismo en este contexto, es una tarea muy compleja, y que involucra en sí, muchas variables. Es así como surge la necesidad directa de estudiar el caso de otras ciudades: su experiencia en cuanto a la recuperación, ya sea esta urbana, económica o arquitectónica

Se pretende entonces, conocer acerca de estas ciudades, sus características generales, los proyectos de recuperación que han tenido y, ojalá, las reflexiones posteriores.

Realizar un paralelo con ciudades que presenten características similares a Valparaíso, y con centros históricos similares al Barrio Puerto, puede arrojar buenas prácticas susceptibles a utilizar y posibles dificultades a enfrentar a lo largo del tiempo.

## **5.1.2 Estructuración del proceso de Estudio Comparado**

### **5.1.2.1 Prácticas**

Las variables que en su conjunto componen las prácticas relevantes, se han escogido con el fin de tomar los antecedentes destacados que describen las ciudades y las referencias para la recuperación.

En la Tabla 1 se describen las variables que constituyen las prácticas a comparar en el benchmarking.

Tabla 1: Descripción de Variables para el Estudio Comparado.

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Nombre de la ciudad</b>	<b>Antecedente descriptivo.</b>
<b>País</b>	<b>Antecedente descriptivo.</b>
<b>Datos históricos</b>	<b>Algunas referencias históricas de la ciudad. Es relevante como variable pues puede ser un punto en común con el Barrio Puerto.</b>
<b>Numero de habitantes</b>	<b>Antecedente descriptivo.</b>
<b>Características socioeconómicas</b>	<b>Variable relevante pues describe la población que habita la ciudad. Puede ser útil en términos comparativos y como fuente para</b>

<sup>106</sup> Ibíd.

	<b>proyectos de intervención.</b>
<b>Superficie</b>	<b>Antecedente descriptivo.</b>
<b>Densidad</b>	<b>Antecedente descriptivo.</b>
<b>Características del centro histórico</b>	<b>Es un antecedente descriptivo, pero puede tener componentes subjetivas. Tiene que ver con el tipo de construcciones, instituciones, población y todo lo que pueda ayudar a describir la zona específica de intervención.</b>
<b>Patrimonio de la humanidad</b>	<b>En esta variable es importante mencionar que tipo de reconocimiento tiene la ciudad, ya sea éste mundial (patrimonio de la humanidad) o local. Es importante rescatar la fecha.</b>
<b>Propuesta rehabilitación</b>	<b>Fecha y Características de la propuesta de rehabilitación.</b>
<b>Financiamiento</b>	<b>Monto de la inversión y fuente de ésta.</b>
<b>Áreas de intervención</b>	<b>Describe las grandes áreas temáticas de intervención.</b>
<b>Proyectos específicos</b>	<b>Proyectos específicos asociado a cada área de intervención.</b>
<b>Fortalezas</b>	<b>Puntos fuertes del proceso de rehabilitación, en caso de existir un análisis.</b>
<b>Debilidades</b>	<b>Puntos débiles del proceso de rehabilitación, en caso de existir un análisis.</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.2.2 Ciudades

---

Como ya quedó explícito, son muchas las ciudades poseedoras de centros históricos emblemáticos y que han sufrido un proceso de deterioro y posterior rehabilitación.

En el marco teórico, ha quedado establecido que la evaluación de prácticas debe realizarse en torno a lugares que sean reconocidos como poseedores de las mejores prácticas. Además de esa concepción teórica, se considerarán lugares que posean ciertas características comparables con el Barrio Puerto y con Valparaíso.

En este sentido, los criterios serán:

- Ciudades Occidentales que compartan características culturales con la ciudad de Valparaíso.
- Ciudades con niveles socioeconómicos similares.
- Ciudades con similitudes históricas.

En general, los procesos de rehabilitación, son experiencias públicas, ampliamente difundidas en sitios Web o papers. De esta manera, la primera fuente de información será dichos sitios destinados a la descripción de las experiencias y papers publicados en la Web.

Las ciudades escogidas por sus experiencias y similitudes con el Barrio Puerto son:

- Quito, Ecuador
- Ciudad de México, México.
- Barcelona, España.

Además, y como se ha especificado en la metodología, se tomarán descripciones de casos particulares relevantes, que pueden servir de antecedentes para proyectos específicos de fomento del turismo en el Barrio Puerto. Éstos son:

- Mercado Central de Sao Paulo, Brasil.
- Línea de conexión de puntos turísticos en la ciudad de Boston, USA.

### 5.1.2.3 Proceso

---

El proceso consiste en la evaluación de cada una de las variables, para las 3 ciudades en cuestión. Son dos formas: una descriptiva en prosa, y otra en una matriz comparativa, donde podrán apreciarse de mejor manera los casilleros relevantes en el cruce de variables y ciudades. Este cuadro está disponible en los Anexos.

#### 5.1.2.4 Temporalidad

---

La comparación tiene lugar en el período inicial, es decir, tiempo de realización de éste trabajo. Sin embargo para poder realizar una evaluación continua, es necesario volver a hacerlo en un mediano plazo. El tiempo propuesto es después de finalizar alguna etapa del plan de fomento de turismo.

### 5.1.3 Aplicación del proceso de Estudio Comparado.

---

A continuación se presentan valores y descripciones para cada una de las variables, en las ciudades escogidas.

#### 5.1.3.1 Quito, Ecuador

---

**Nombre de la ciudad:** Quito

**País:** Ecuador

**Datos históricos:** Fue fundado en el año 1534, como San Francisco de Quito, por el español Sebastián de Benalcázar. Era el punto de confluencia comercial y ceremonial de los pueblos indígenas. Al comenzar el siglo XVI, era uno de los centros administrativos del Imperio Inca. Con éstos antecedentes, los españoles convirtieron la ciudad en Obispado (1545) y en Real Audiencia (1575).

De esta época datan muchas de sus edificaciones más antiguas e importantes que se conservan hasta hoy.

En 1830, se convirtió en la capital de la República del Ecuador. Desde este momento, la fisonomía de las construcciones comenzó a cambiar, por el estilo neoclásico.

El deterioro de la ciudad comenzó a partir del año 1930, con el traslado de residentes desde el centro hacia nuevos lugares al norte de la ciudad. Las edificaciones del centro quedaron abandonadas y fueron habitadas por pobladores pobres y migrantes del campo.

**Numero de habitantes:** 1.399.378 hab (2001)

**Características socioeconómicas:** Tasa de desempleo 7,9%. Tasa de subempleo: 45,2%. Ingreso mensual promedio 387 USD. Se destaca la relevancia del comercio informal (2001)

**Superficie:** 290 km<sup>2</sup>

**Densidad:** 4.830 hab/km<sup>2</sup>

**Características del centro histórico:** El centro histórico de Quito, es el más grande y uno de los mejores preservados de América. Fue uno de los primeros en ser declarados patrimonio de la humanidad por parte de la UNESCO. El Centro Histórico de Quito se

encuentra ubicado en el centro sur de la capital Tiene cerca de 130 edificaciones monumentales y cinco mil inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales.

Durante mucho tiempo, estuvo descuidado, lo que contribuyó al deterioro de muchas de sus edificaciones

La Empresa de Desarrollo del Centro Histórico, es la encargada de la restauración y conservación de iglesias, calles y plazas de este lugar. Se han implementado varios sitios turísticos. Para este efecto, los miembros de la Policía Municipal han sido capacitados para servir de guías en los recorridos. Por la noche, cuando las luces encienden la ciudad, es posible dar un paseo por el centro en un coche tirado por caballos al estilo colonial. En la Plaza de la Independencia (también llamada Plaza Grande) se encuentra el Palacio de Gobierno que es la sede del poder ejecutivo.

**Patrimonio de la humanidad:** La capital del Ecuador fue declarada Patrimonio de la Humanidad en 1978, año en que la UNESCO hizo su primera selección de los sitios que el hombre debe proteger como parte de su memoria.

**Propuesta rehabilitación:** Proyecto: “Desarrollo integral del centro histórico de la ciudad de Quito”,

El objetivo del programa:

“Dotar al centro histórico de un área urbana renovada con dimensión humana, calidad de vida, desarrollo social solidario y ambiente seguro para la inversión del sector privado”

**Financiamiento:**

BID	US\$41,0 millones
LOCAL	US\$10,3 millones

**Áreas de intervención:**

- Refuncionalidad del centro histórico para su reactivación económica.
- Dotación de servicios comunitarios-infraestructura, mobiliario y señalización.
- Proyectos específicos
- Elevar la actividad turística y cultural: Ruta turística por los 20 principales atractivos; tres hoteles 250 plazas; refuncionalización de inmuebles históricos: Museo de la Ciudad; Centro Cultural Metropolitano.
- Asociación con el sector privado: 3 centros comerciales; 3 cines; centros de diversión nocturna; rehabilitación de teatros antiguos.

- Recuperar la vocación residencial: proyecto de vivienda solidaria 800 departamentos; vivienda de baja densidad.
- Adecuar la infraestructura: aceras y calzadas renovadas 80% de cobertura.
- Servicios: agua potable y alcantarillado, renovación de estructuras y nuevas acometidas; teléfonos, líneas subterráneas, ampliación de cobertura; electricidad, líneas subterráneas.
- Dotar de mobiliario urbano

### 5.1.3.2 Ciudad de México, México

---

**Nombre de la ciudad:** Ciudad de México, Distrito Federal

**País:** México

**Datos históricos:**

Los más antiguos indicios de ocupación humana en el territorio del Distrito Federal proceden de Peñón y San Bartolo Atepehuacan (Gustavo A. Madero), y corresponden al período Cenolítico Inferior (9500-7000 adC). Durante los primeros tres milenios antes de nuestra era, bajo el influjo o a la sombra de la Cultura Olmeca, se desarrollaron aquí varias poblaciones importantes como Cuicuilco. Hacia el siglo VIII comenzó la decadencia de Teotihuacán. Algunos de sus habitantes se trasladaron a la ribera del lago de Texcoco, donde fundaron pueblos como Culhuacán, Coyoacán y Copilco. La zona fue destino de las migraciones de los teochichimecas entre los siglos VIII y XIII, pueblos que originarían a las culturas Tolteca y Mexica. Estos últimos llegaron hacia el siglo XIV para establecerse primero en la orilla del lago, y luego en el islote de México, donde fundaron su capital. Junto con sus aliados, los mexicas dominaron un territorio de cerca de 300 mil kilómetros cuadrados. El florecimiento de Tenochtitlan fue interrumpido debido a la conquista española. En 1528 fue establecida la Primera Audiencia de México, encabezada por Nuño de Guzmán. En 1535 se creó el virreinato de Nueva España, siendo su primer virrey, Antonio de Mendoza. Durante la época colonial, la Ciudad de México se llenó de suntuosas construcciones, ya fuera para el culto religioso, como edificios destinados a la administración, o bien, residencias de la élite criolla y peninsular. En contraste, la mayor parte de la población, indígena, vivía en la miseria en los barrios de la periferia y los pueblos ribereños o montañeses. Mientras el centro de la ciudad era objeto de constantes hermoseamientos (como las remodelaciones del Zócalo, o la pavimentación de las calles, a costa de los viejos canales); en las orillas la gente vivía en casas de baharé que asentaban sobre cenagales.

**Numero de habitantes:** 8.720.916 hab

### **Características socioeconómicas:**

El Distrito Federal es la entidad federativa que posee el índice de desarrollo humano (IDH) más elevado en México. Su coeficiente es de 0,8830, por encima del 0,8221 promediado por la república en su conjunto. El IDH se obtiene mediante el análisis de la disponibilidad de servicios de salud, niveles educativos e ingreso de una población. En el caso del Distrito Federal, el mejor indicador correspondió al ingreso, en el que obtuvo un 0,9018. En educación, el puntaje fue de 0,8997, mientras que en salud, el más reducido, fue de 0,8476. En el Distrito Federal se localizan cinco de las diez subdivisiones territoriales con mayor IDH en la República Mexicana. Estos fueron, en 2004, las delegaciones Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Tlalpan, Coyoacán y Cuajimalpa de Morelos.

**Superficie:** 1,479 km<sup>2</sup>

**Densidad:** 5.896 hab/km<sup>2</sup>

### **Características del centro histórico:**

El Centro Histórico o Primer Cuadro de la Ciudad de México es la parte de dicha ciudad que le dio origen y nacimiento a su posterior desarrollo y desenvolvimiento, y considerado patrimonio cultural de la Humanidad. El Centro Histórico nace antes de la llegada de los europeos a tierras americanas. Es el lugar a partir de donde la antigua Tenochtitlán se construyó, que fue destruido por los españoles, y donde estos reedificaron la capital de la Nueva España. Desde sus orígenes ha servido como el nacimiento de las cuatro calzadas principales de la antigua Tenochtitlán, y que aún en la actualidad, sobre las modernas edificaciones de la Ciudad de México, conservan su trazado y utilidad. Debido a su relevancia histórica a lo largo de varias épocas, actualmente se pueden encontrar numerosas plazas públicas, edificios, palacios, templos, museos y mercados que son punto de referencia y han sobrevivido el paso del tiempo. Es el Centro Histórico el que rebautiza a la Ciudad de México con el sobrenombre de La Ciudad de los Palacios.

### **Patrimonio de la humanidad:**

El Distrito Federal cuenta con un patrimonio arquitectónico cuya antigüedad se remonta a la época pre hispánica. Existen en la entidad numerosos testimonios de la ocupación milenaria del Valle de México, como la pirámide de Cuicuilco al sur de la ciudad; la pirámide del Fuego Nuevo y los recientes descubrimientos arqueológicos en el Cerro de la Estrella; los restos del Templo Mayor de Tenochtitlan a un costado de la Catedral; y la emblemática Plaza de las Tres Culturas de Tlatelolco. Durante la época colonial, en la Ciudad de México y varios pueblos localizados en las inmediaciones de los lagos del Anáhuac fueron construidas numerosas construcciones que hoy forman parte del patrimonio material de la nación

mexicana, y son protegidos por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Sólo en el Centro Histórico existen mil 436 edificios históricos repartidos en 9 km<sup>2</sup> de superficie. La gran cantidad de suntuosas construcciones que poseyó la capital durante la época virreinal valieron que Alejandro de Humboldt le llamara Ciudad de los Palacios. En 1987, la UNESCO inscribió el Centro Histórico y Xochimilco en la lista del Patrimonio de la Humanidad. Entre los edificios más notables de la época colonial hay que señalar a la Catedral, el Palacio Nacional y la Casa de los Azulejos en el primer cuadro de la ciudad; en Chapultepec, el Castillo que actualmente aloja al Museo Nacional de Historia; en Xochimilco destaca su Catedral, y en Coyoacán, el edificio del Ayuntamiento

### **Propuesta rehabilitación:**

Diciembre de 1990: se constituye el Patronato del Centro Histórico, integrado por personalidades de la cultura, la comunicación y los negocios. Se creó a partir de esto un organismo privado denominado Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México, como un instrumento de acción compartida entre el gobierno del Distrito Federal y los distintos actores sociales y privados.

En el 2002, el Fideicomiso fue convertido en un organismo público, con recursos del Gobierno del Distrito Federal. En este primer año como organismo público, asignó 50 millones de US dólares al Fideicomiso para obras de infraestructura, arreglo de fachadas y mobiliario urbano en un perímetro de 34 manzanas.

"¡Échame una manita!" fue el primer programa para la conservación del Centro Histórico. Se desarrolló de 1991 a 1994.

### **Financiamiento:**

En general la política de financiamiento fue mixta, es decir de con créditos a particulares y subsidios. La gran mayoría pudieron llevarse a cabo con recursos propios. Las obras públicas fueron financiadas a través de recursos presupuestales del Gobierno de la Ciudad.

El esquema de financiamiento operó con recursos de Nacional Financiera, a través de sus intermediarios financieros. Además, para reforzar la atención a los pequeños negocios, se pudo contar con el respaldo del Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEF), a través de sus programas de capacitación, asistencia técnica y financiamiento.

El respaldo financiero se otorgó para capital de trabajo e inversiones fijas. Las tasas de interés preferenciales, pero no subsidiadas. La evaluación de la solicitud de financiamiento se realizó conforme a las políticas crediticias de cada institución, en función de la viabilidad del proyecto, del flujo de efectivo que permitiera su pago, y la existencia de una garantía que lo respaldara, que podía ser a través de bienes inmuebles, avales o fianzas.

## Áreas de intervención:

- Restauración, rehabilitación y construcción de inmuebles
- Reacondicionamiento de establecimientos comerciales y de servicios
- Restauración de fachadas y rehabilitación de obras exteriores

## Proyectos específicos

- Intervención de 26 inmuebles del Centro Histórico.  
Superficie construida rehabilitada: 898,675 m<sup>2</sup>  
Superficie de fachadas intervenidas: 398,205 m<sup>2</sup>
- El 58 % de los inmuebles intervenidos eran catalogados como monumentos históricos o artísticos por el INAH o por el INBA.
- El 94 % de las obras las realizó el sector privado, con el 67.8 % de la inversión total (la inversión total fue de 151.5 millones de dólares).
- El 23 % de las obras fueron de restauración integral de inmuebles; el 8 %, de obras nuevas; 18 % para acondicionar locales comerciales, y en un 51 % de los casos las obras consistieron solamente en intervenir las fachadas de los inmuebles (por lo que algunos criticaron al programa como una acción de puro "fachadismo!").
- Se iniciaron las obras de restauración de un Hospital, varias oficinas de un banco, y la creación de un Hotel.
- Con el Programa de Rescate de Calles se recuperó la imagen urbana de la zona, a través de nuevos pavimentos, banquetas, iluminación, mobiliario urbano.
- Entró en operación el programa turístico "Paseo por el Centro con tres TRANVÍAS" haciendo recorridos por los sitios más importantes, con la compañía de guías profesionales multilingües.
- Se presentaron grandes exposiciones.
- Se editaron varios libros y una revista de gran formato sobre el Centro Histórico, y se realizó una serie de eventos culturales, gastronómicos y artísticos.
- "¡Échame una manita!" fue una operación publicitaria muy importante para el éxito del Programa.

### 5.1.3.3 Ciutat Vella, Barcelona, España

---

**Nombre de la ciudad:** Barcelona

**País:** España

**Datos históricos:** Ciutat Vella fue el centro político, industrial, comercial y financiero de Barcelona durante mucho tiempo. En el siglo XIX tuvo lugar la realización del Ensanche en el XIX, y junto con esto, el distrito comienza un proceso de degradación progresiva. Perdió peso económico y las clases de mayor renta emigraron a otras zonas de la ciudad. Esto significó que los barrios se vieran afectados por los problemas derivados de la falta de renovación del tejido urbano, deterioro de la vivienda, asentamiento de actividades marginales y precarias. Con el paso de los años se generaron importantes núcleos de marginalidad social y urbana. Por otra parte, el grado de centralidad del distrito incrementó la movilidad con todas sus secuelas: congestión, caída de la calidad ambiental por ruido, contaminación y riesgos.

**Numero de habitantes:** 96.000

#### **Características socioeconómicas:**

Al final de la década de los setenta y mediados de los ochenta la población de la ciudad estaba envejecida, sin embargo se reducía y daba paso a la sustitución de residentes autóctonos por inmigrantes sin recursos. Los indicadores socioeconómicos presentaban elevados índices de cesantía, lo que unido a la pérdida de actividad económica marcaban una espiral de marginalización en el distrito.

**Superficie:** 4,31 % de la superficie de Barcelona

**Densidad:** 220 habitantes/ha

#### **Características del centro histórico:**

Ciutat Vella cuenta con una estructura urbanística de origen medieval fuertemente densificada: calles con dificultad de adaptarse a las necesidades actuales y edificios degradados. El 70% de las viviendas existentes fueron construidas antes de 1900; la superficie media de las viviendas es de 60 m<sup>2</sup>, pero el 60% de todas ellas no alcanzan dicho tamaño. Siete mil viviendas no disponían de baño privado y tan sólo el 10% contaba con ascensor, circunstancia especialmente relevante en relación con el alto número de ancianos residentes. De los 6.300 edificios existentes, un 2% se encontraba en estado ruinoso. Sólo el 60 % de las viviendas disponía de un sistema para conducir el gas. Además existía contaminación, ruidos y alta congestión.

### **Patrimonio de la humanidad:**

El distrito de Ciutat Vella fue declarado Área de Rehabilitación Integrada y se creó para éstos fines una institución que articulaba los diferentes proyectos en la ciudad. Esto permite aglutinar en un solo documento las inversiones y los programas de actuación de los diferentes Planes Especiales de Reforma Interior. Lo anterior permitió dar una racionalidad global al conjunto, permitiendo asignar recursos con mayor eficacia y priorizar las zonas de intervención.

### **Propuesta rehabilitación:**

Desde 1987 el Plan de Rehabilitación Integral para el conjunto de Ciutat Vella -centro histórico de Barcelona- (96.000 habitantes) desarrolla diferentes programas sectoriales de intervención que han transformado profundamente el distrito. Programas que afectan al urbanismo, la vivienda, las infraestructuras, los espacios públicos, el equipamiento y las dotaciones, bienestar social, la revitalización económica, movilidad, accesibilidad y seguridad.

La liberación de suelo se realiza con la ayuda de la capacidad expropiatoria de la administración municipal. Todas las familias residentes en zonas de remodelación tienen la posibilidad de escoger entre una indemnización económica o su realojamiento en “viviendas de promoción pública”. Existe un grado de conciencia sobre la necesidad de realizar un programa de renovación urbana, de manera que todas las administraciones con competencias en el proceso participan a través de un consenso. También los residentes y comerciantes participan activamente en la toma de decisiones que afectan a sus respectivos intereses. Esta participación de la sociedad civil en el proceso ha sido de especial importancia, permitiendo la identificación general del ciudadano con el proyecto. Además de las medidas de participación contempladas en las ordenanzas, se han desarrollado mesas y comisiones de participación vecinal y de asociaciones en prácticamente todas las acciones que se han desarrollado dentro del Plan integral.

### **Financiamiento:**

Desde 1987 a 1994 se canalizaron inversiones hacia Ciutat Vella por valor de 516,8 millones de euros que desglosadas corresponden a: vivienda (18,90%), infraestructuras (14,74%), aparcamientos (4,15%), espacios públicos (20,98%), equipamiento-ciudad (18,43%), Universidad (11,23%) y equipamiento de barrio (11,57%).

## Áreas de intervención:

- La creación de complejidad y diversidad urbana que favorezca la revitalización integral del distrito en sus diferentes aspectos.
- El mantenimiento de la población en la zona que se ha concretado hasta la fecha en la reubicación en el propio distrito de 1.300 familias afectadas por realojos.
- Urbanismo y vivienda. Generación de suelo para desarrollar políticas de vivienda tanto de promoción público como de iniciativa privada. Acometer la rehabilitación integral del mayor número posible de edificios adquiridos con el fin de destinarlos al realojo de familias afectadas por la reforma urbanística. Promover la rehabilitación privada de los edificios y viviendas de Ciutat Vella. Conservación del patrimonio arquitectónico. Generar nuevo espacio público para atenuar la degradación existente en la trama urbana y permitir su renovación física. La creación de parques y zonas verdes ocupa un lugar significativo, al igual que la mejora del viario (se han plantado más de 4.000 árboles). La transformación de la fachada marítima del distrito es otro elemento destacable.
- Mejora en las infraestructuras. Realizar las obras públicas necesarias que supongan mejoras en la movilidad, las condiciones de salubridad y en la modernización de las redes de suministro de las compañías de servicio.
- La revitalización económica, promoviendo la reactivación de las actividades económicas, dignificando la zona mediante la expulsión de actividades no deseadas y conformando un entorno atractivo para la localización de nuevas actividades. Implantación y fortalecimiento de actividades fuertes -universidad, oferta cultura- que dote de centralidad al distrito. Promocionar los valores visitables de lo que constituye la ciudad histórica de Barcelona.
- Un nuevo modelo de movilidad, modificando a medio plazo las cuotas de reparto de los distintos modos de transporte que se dan cita en el centro histórico. Incrementar los viajes a pie, a la vez que se aumenta el uso del transporte público y el de la bicicleta en detrimento del vehículo privado de paso, sin olvidar las necesidades de circulación y estancia los residentes.

## Proyectos específicos

- Mosaico de zonas verdes y plazas públicas, entrelazadas por calles con un marcado componente peatonal, que tiene consecuencias positivas sobre el tráfico.

- Se refuerza con la peatonalización -que incluye circuitos señalizados- e incremento del espacio público en la zona, especialmente en las calles y zonas comerciales.
- Eliminación de barreras arquitectónicas, así como la creación de ejes para bicicletas.
- Regulación del acceso de vehículos, experiencia piloto que se lleva a efecto en el barrio de la Ribera.
- Se experimenta con tecnologías innovadoras aplicadas a una gestión integrada de la movilidad urbana para implantar sistemas de control del acceso de vehículos a zonas restringidas. El sistema aplicado persigue reducir el tráfico en el interior de la zona mediante la restricción física al acceso que permita el paso tan solo a los vehículos autorizados durante los periodos preestablecidos. Se utiliza una tecnología de tarjeta inteligente con bolardos retráctiles gobernables desde el Centro de Control de Tráfico. Durante el período de libre acceso - carga y descarga- los bolardos se encuentran escondidos bajo la calzada.

#### **Fortalezas:**

- Previamente a la actuación se había consolidado un proyecto urbanístico concreto, con un orden de prioridades claro que se ha llevado adelante en diferentes fases.
- Un alto nivel de participación
- Amplio consenso entre todos los agentes que participan en el proceso.
- Una Administración municipal decidida a realizar el esfuerzo económico y organizativo necesario.
- Un estado de necesidad sin paliativos que ha forzado la intervención.
- Disposición de un importante valor de centralidad y de patrimonio histórico y arquitectónico.

#### **Debilidades:**

- La necesidad de disponer de un amplio parque de viviendas para el realojamiento de familias afectadas por los derribos urbanísticos.
- Infraestructuras viejas o inexistentes.
- Mala accesibilidad desde el resto de la ciudad.
- Estructura comercial envejecida e inadecuada a las prácticas modernas. Gran número de locales comerciales sin actividad.

- La degradación urbanística y social había creado una mala imagen del distrito en la ciudad que es difícil combatir a pesar de los cambios realizados.
- Predominio de edificación residencial de mala calidad y por tanto grandes dificultades de reinversión en rehabilitación.
- Problemas para la extensión del programa de acceso restringido de vehículos a la zona por la necesidad de disponer de rutas alternativas mediante calles principales con capacidad para soportar el tráfico al que se impide el acceso. Generar una oferta suficiente de parking alrededor de las calles desvío.

#### **5.1.3.4 Línea de conexión de atractivos turísticos en Boston, USA**

---

En la ciudad de Boston en Estados Unidos, existe una línea llamada “Freedom Trail”. Ésta ruta es una fácil manera en la que los visitantes pueden hacer un tour auto guiado siguiendo a pie una línea de color rojo pintada en las veredas de la ciudad. Ésta línea conecta diferentes atractivos y barrios de la ciudad. Originalmente la línea tenía un largo de 4 kilómetros y sólo conectaba importantes sitios históricos. Con los años la ruta ha sido alterada y expandida. Para algunos críticos ha ido perdiendo su foco original<sup>107</sup>, ya que en un principio solo conectaba sitios históricos, actualmente recorre otros sitios de interés e incluso atractivos comercios.

Una de los principales aportes de este tipo de rutas es que los visitantes pueden llegar a cualquier hora, avanzan según el ritmo propio y no se necesitan recorridos pre estructurados. A lo largo de toda la línea existen visitas guiadas a los lugares de interés, donde personajes vestidos a la usanza de la época explican la relevancia de lugares emblemáticos como cementerios, edificios o iglesias.<sup>108</sup>

#### **5.1.3.5 Mercado de Sao Paulo, Brasil**

---

El mercado municipal de la ciudad de Sao Paulo, en Brasil, fue construido a partir del año 1924, como respuesta a las necesidades de la ciudad y como una de las grandes edificaciones que pretendían consolidar a la ciudad como la “Metrópolis del Café”. Fue concebido según las premisas arquitectónicas de moda en esos años en Europa, por un arquitecto portugués.

Hace algunos años, tuvo lugar la primera gran reforma del Mercado Central paulista, en 71 años. Esta revaloró el Mercado y al mismo tiempo preservó íntegramente el proyecto original: ganó restaurantes, salas de eventos y nuevos espacios de funcionalidad.

---

<sup>107</sup> [En línea] <http://www.newenglandtravelplanner.com/go/ma/boston/info.html>. [consulta: enero de 2007]

<sup>108</sup> Ver Ilustración 18

La remodelación incluyó la construcción y remodelación de un piso de dos mil metros cuadrados para restaurantes y plazas de alimentación y un área en el subterráneo para servicios.

Esta remodelación fue parte de un Programa de Rehabilitación del Centro de São Paulo, que es financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo y por la Prefectura de São Paulo.

El mercado paulista tiene la característica, digna de adaptar, de potenciarse como mercado de frutas y productos. Los locales para su venta están en óptimas condiciones y ofrecen una experiencia de calidad en cuanto a la compra y a los servicios de restaurantes<sup>109</sup>.

#### **5.1.4 Puntos relevantes en común**

---

Luego de la comparación realizada con las ciudades, se puede concluir puntos de similitud con Valparaíso, que justifican utilizarlos como referentes.

- Todas son reconocidas por su valor histórico. Si bien es cierto que Ciutat Vella no es patrimonio de la humanidad, si es reconocida y rehabilitada en pos de su conservación y valor cultural.
- Se repite la situación de período de auge y luego decadencia con el consecuente abandono y emigración de los habitantes tradicionales, dando paso a espirales de marginación y pobreza en sus edificaciones y calles.

#### **5.1.5 Resultados del Estudio Comparado**

---

Producto del estudio comparado, se han encontrado las variables significativas que servirán de ejemplo para las acciones a realizar en el Barrio Puerto.

- Participación ciudadana:

Uno de los puntos relevantes y que se reitera en el caso de las experiencias de rehabilitación y surgimiento de otras ciudades, es la importancia de contar con el apoyo de la comunidad:

“también los residentes y comerciantes participan activamente en la toma de decisiones que afectan a sus respectivos intereses”

“Un alto nivel de participación”

---

<sup>109</sup> [En línea] [www.mercadocentral.com.br](http://www.mercadocentral.com.br) [consulta: enero 2008]

- Fomento:

En los casos descritos, también hay presencia de comercio deteriorado y de mala calidad. El instaurar instrumentos de fomento que mejoren la cara del comercio, es también un punto relevante para el Barrio Puerto.

“El respaldo financiero se otorgó para capital de trabajo e inversiones fijas. Las tasas de interés preferenciales, pero no subsidiadas. La evaluación de la solicitud de financiamiento se realizó conforme a las políticas crediticias de cada institución, en función de la viabilidad del proyecto, del flujo de efectivo que permitiera su pago, y la existencia de una garantía que lo respaldara, que podía ser a través de bienes inmuebles, avales o fianzas.”

“Reacondicionamiento de establecimientos comerciales y de servicios”

- Patrimonio:

Obviamente, el realce de la condición patrimonial, histórica y cultural, es un lugar común en las rehabilitaciones estudiadas.

“Promocionar los valores visitables de lo que constituye la ciudad histórica de Barcelona.”

- Acciones directas en el ámbito turístico:

A pesar de que los puntos anteriores tienen relación con el fomento turístico, también se rescatan experiencias directas como la creación de productos turísticos.

“Ruta turística por los 20 principales atractivos; tres hoteles 250 plazas; refuncionalización de inmuebles históricos: Museo de la Ciudad; Centro Cultural Metropolitano.”

“Se refuerza con la peatonalización -que incluye circuitos señalizados- e incremento del espacio público en la zona, especialmente en las calles y zonas comerciales.”

- Renovación Urbana:

Se repite en otras ciudades así como en el Barrio Puerto, la urgente necesidad de renovar la también histórica infraestructura urbana y de servicios como electricidad, agua potable y comunicaciones.

“...aceras y calzadas renovadas 80% de cobertura”

“Servicios: agua potable y alcantarillado, renovación de estructuras y nuevas acometidas; teléfonos, líneas subterráneas, ampliación de cobertura; electricidad, líneas subterráneas.”

“...nuevos pavimentos, banquetas, iluminación, mobiliario urbano.”

“...Dotar al centro histórico de un área urbana renovada con dimensión humana, calidad de vida, desarrollo social solidario y ambiente seguro para la inversión del sector privado”

- Organización centralizada de acciones:

El caso de Barcelona, que declara fortalezas y debilidades, incluye dentro de las fortalezas la importancia de una accionar centralizado y organizado en torno a los objetivos

“Previamente a la actuación se había consolidado un proyecto urbanístico concreto, con un orden de prioridades claro que se ha llevado adelante en diferentes fases.”

“Disposición de un importante valor de centralidad y de patrimonio histórico y arquitectónico.”

- Imagen:

Así como en el Barrio Puerto, la degradación urbana, comercial y social, han causado estragos en la imagen de las ciudades.

“La degradación urbanística y social había creado una mala imagen del distrito en la ciudad que es difícil combatir a pesar de los cambios realizados.”

## **Capítulo 6: Plan de Intervención de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso.**

“Es en el lenguaje de las piedras que se ha escrito la historia de las ciudades, algunas de las cuales han sabido transmitir su mensaje y son un libro abierto para mostrar su historia, cultura y folklore, tanto a sus habitantes como a sus huéspedes, conformando parte importante de su patrimonio turístico. Es así que, las localidades tradicionales con su referencia al pasado, son los nuevos lugares que llaman al turismo alternativo”<sup>110</sup>

### **6.1 Barrio Puerto, una propuesta en pos del Turismo Sostenible.**

En el marco teórico se ha mencionado y detallado el concepto de Turismo Sustentable, bajo la necesidad de considerar factores que se hagan cargo del contexto del Barrio Puerto, de su infraestructura, de los habitantes y comerciantes que allí conviven y de las dinámicas sociales que tienen lugar en sus calles.

El desafío del Barrio Puerto es generar un modelo de Turismo Sostenible. Se ha mencionado la necesidad de identificar ciertos puntos críticos, para desde ahí plantear un diseño de productos y un plan de fomento consistente con el turismo sostenible:

---

<sup>110</sup> SÁNCHEZ LÓPEZ, MARTHA ROSALÍA. La rehabilitación de los centros históricos en México: un estado de la cuestión. [En línea]. <http://www.ub.es/geocrit/b3w-215.htm>. [consulta: enero 2008]

- Mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora.

Ha sido sobreexpuesto en este texto, en la prensa y en cualquier documento de trabajo acerca del Barrio Puerto, las condiciones desmejoradas, abandonadas y llenas de inconformidad de los que cohabitan en la zona, sean éstos comerciantes o habitantes. Por tanto, urge en este sentido, que cualquier diseño de intervención económica, territorial, urbana, técnica y de cualquier otro tipo imaginable, considere apuntar hacia el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, en cualquier ámbito.

- Facilitar a los visitantes una experiencia de calidad.

Producto de la observación en terreno y de las conversaciones con la comunidad, es posible comprender las razones por las que los visitantes de la ciudad de Valparaíso no llegan hasta el Barrio Puerto. Las condiciones de seguridad, de limpieza y urbanas, no son suficientes para atraer a los turistas. Por lo tanto, el desarrollo turístico de la zona, está íntimamente ligado a mejoras integrales del Barrio.

- Mantener las condiciones ambientales del destino.

Esto dependerá tanto de la comunidad como de los visitantes. Es decir los criterios de diseño en el tema turístico deberán ser sostenibles en términos ecológicos, estéticos y sociales para las comunidades receptoras.

Bajo los conceptos de turismo sustentable y los puntos críticos descritos para el caso del Barrio Puerto se construirá la propuesta, por ser considerados absolutamente pertinentes para el caso del Barrio Puerto de Valparaíso, además de fundamentar parte de los objetivos de este trabajo.

Lo anterior pasa también, como señalan McKercher y du Cros, por un trabajo coordinado y con metas comunes entre los agentes turísticos y los agentes de patrimonio cultural. Se debe aspirar a una clasificación de relación de total colaboración. Se podría decir, por la evidencia recolectada en el Barrio Puerto, que actualmente los agentes se encuentran en una clasificación de relación de existencia paralela.<sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> Ver Turismo Sostenible, Pág. 33.

## 6.2 Imagen Barrio Puerto

Las concepciones teóricas acerca de la Imagen de Marca de los Países que se ha hecho en el marco teórico, es posible utilizarlas en un espacio geográficos distinto, como son las ciudades.

Si bien es cierto el Barrio Puerto es un sector aún más acotado que la ciudad, es posible todavía no caer en inconsistencias teóricas, pues se trata del barrio que dio nacimiento a la ciudad y que, con más o menos precisiones, representa la imagen del Valparaíso total; en general la ciudad tiende a ser objeto de calificaciones muy similares a las del barrio.

Es necesario considerar que Chile cuenta desde el año 2005 con una campaña de imagen país llamada “Chile, Always surprising” (Chile siempre sorprendiendo) que está destinada a posicionar al país en el extranjero en cuanto al turismo y su producción económica. La posibilidad de desarrollar una imagen del sorprendente Barrio Puerto no entra en contradicción con la imagen de Chile, pues corresponde a otro nivel de alcances y objetivos.

Hechas las aclaraciones, en adelante se hablará de la Imagen del Barrio Puerto (IBP).

La primera reflexión al respecto de la Imagen del Barrio Puerto, es acerca del origen. Ha quedado claro que la imagen es una percepción del observador y se establece como una relación entre quien emite el mensaje, que en este caso es el Barrio Puerto y el sujeto que crea la imagen. No obstante lo anterior, existen hechos concretos que ayudan en esta percepción.

Es así como la imagen del Barrio Puerto está compuesta por hechos concretos y por percepciones.

En los antecedentes, han quedado estipulados datos acerca de las estadísticas criminales de la zona: se han expuesto datos acerca de una parte de la imagen que tiene Valparaíso como comuna.

Sin embargo de que la comuna presenta efectivamente focos delictuales, las cifras no llaman la atención en comparación con otras regiones del país.

En el caso del Barrio Puerto, los vecinos reconocen la imagen que creen proyectar, sin embargo están convencidos de que no es lo que era antes. Existe en su percepción la conciencia de esta realidad, pero también el deseo de cambiarla, y más aún, el trabajo a largo plazo que debe hacerse en este sentido. Es una idea que refuerza la existencia de una imagen desde adentro, la conciencia de que existe esa imagen y la percepción de la imagen que se ve desde afuera.

“no fue gratis, pero no por nada Valparaíso y el sector puerto se ganó...el título de barrio peligroso, barrio inseguro...será un proceso duro y que necesitará de muchísimo esfuerzo permanente y constante el sacar esa imagen, para reencantar y que la gente crea y confíe en que Valparaíso ya no es la zona peligrosa de antaño, pero eso se hace todos los días del año...para ganar cliente siempre cuesta mucho esfuerzo, para perderlo no cuesta nada...Valparaíso se tiñó de barrio rojo y peligroso, tenemos que hacer un esfuerzo diario permanente y constante y con el apoyo de la autoridad”<sup>112</sup>

Por otro lado, uno de los profesionales del Observatorio Social<sup>113</sup>, ha destacado tres puntos relevantes como resultado del trabajo de participación ciudadana que han realizado en el BP: la falta de inversión, la inseguridad y la imagen. Sus concepciones son las conclusiones de lo que la gente del BP considera como debilidades y amenazas del barrio. El punto de la imagen que se destaca aquí, viene a cerrar el círculo de los hechos concretos y de las percepciones, ya sea de los habitantes y comerciantes del barrio, como el del Observatorio Social referido:

“...un tercer punto tiene que ver con la imagen, como transformamos la imagen de ser un barrio inseguro, un barrio sucio, donde existen muchos mendigos, yo no tengo nada contra los mendigos, incluso creo que le da un plus al barrio, que es parte de la cultura. El tema del cambio de imagen tiene que ver con que, cuando llega un crucero a Valparaíso, las páginas de los Turistel internacionales aparece el BP como zona roja (peligrosa) y no lo visitan, siendo que aquí tenemos la mayor cantidad de edificios históricos”<sup>114</sup>

Tomando éstos antecedentes y fuentes, se puede decir:

El Barrio Puerto es concebido como un sector de Valparaíso con inconmensurable valor histórico. Es reconocido como el barrio más antiguo de la ciudad y que tuvo su auge asociado al éxito del puerto. Fue un barrio que funcionó siempre en el límite de lo permitido, como todas las ciudades puertos, sin embargo vivió auge económico sin igual. En el día de hoy, y asociado también a la privatización del puerto y a su poco protagonismo en el mapa de los puertos del país y del continente, el barrio se ha deprimido económicamente, se ha

---

<sup>112</sup> Comentario de un comerciante del Barrio Puerto en el contexto del Taller Final de Validación para el diagnóstico de Imagen Objetiva y Propuestas para el Desarrollo del Barrio Puerto de Valparaíso. Realizado por un equipo consultor del Observatorio social de la Universidad Alberto Hurtado

<sup>113</sup> Referirse a la nota al pie N° 40.24

<sup>114</sup> Pablo Avalos. Geógrafo Universidad de Chile, Miembro del equipo profesional consultor del Observatorio de Ciudades.

agudizado la inseguridad de sus calles con altos niveles de delincuencia y se encuentra en franco deterioro en su mobiliario urbano.

El Puerto, como ya se ha visto, tiene una imagen.

La pregunta es ¿Qué hacer con esa imagen? ¿En necesario cambiarla de raíz? ¿Qué parte de esa imagen es la que más perjudica al barrio? ¿Hay alguna parte de esa imagen que sea un activo de la zona? O de otra manera ¿se puede potenciar parte de esa imagen como un activo?

Estas preguntas serán retomadas más adelante. Previo a eso y consientes de la importancia de la imagen, será necesario evaluar o encajar al Barrio Puerto en la mirada de fases para la creación de imagen. Estas fases pueden ser de apoyo en el direccionamiento de la imagen que posee o en agregar nuevos elementos a ella.

La imagen del Barrio Puerto debe actuar como un continuo, un enjambre de sucesos y hechos que se articulan y funcionan (o no lo hacen) en este sentido. Todo funciona como un puzzle. La imagen del Barrio Puerto, como ya se dijo, puede iniciarse desde un aspecto, y a partir de este rehabilitar otro.

A continuación se evaluarán las distintas fases en el caso de que sea pertinente, para el caso del Barrio Puerto y de la construcción de la IBP.

### **6.2.1 Fase de Posicionamiento IBP:**

---

El posicionamiento vendrá dado por el análisis objetivo del producto y por la percepción de los consumidores.

En la actualidad, a pesar de ser el Barrio Puerto, el más antiguo, y de poseer atractivos turísticos culturales, históricos y patrimoniales invaluable, no es capaz de atraer a los visitantes a Valparaíso y de la Región. Las rutas turísticas terminan cuando comienza el Barrio Puerto.

Los motivos son diversos y luego de la observación en terreno de cada uno de los rincones del Barrio Puerto; las entrevistas y diálogos tanto con los vecinos del barrio, como profesionales que han desarrollado algún trabajo en la zona; y la utilización de los resultados expuestos en el “Taller Final de Validación para el Diagnóstico de Imagen Objetivo y Propuestas para el Desarrollo del Barrio Puerto de Valparaíso”, realizado por el Equipo Consultor OSUAH<sup>115</sup> en el marco del “Programa de Participación Ciudadana y Programa

---

<sup>115</sup> Observatorio Social Universidad Alberto Hurtado

Valparaíso Nuestro Barrio”<sup>116</sup>, se pueden identificar cuatro áreas transversales al Barrio Puerto que carecen del desarrollo suficiente y están deteriorando y estancando el surgimiento futuro del Barrio.

- Urbanidad:

El mobiliario urbano se encuentra en tales condiciones que no solo afecta estéticamente al barrio, sino que pone en riesgo su seguridad. Dos ejemplos de esto se encuentran en la Ilustración 14 y en la Ilustración 15<sup>117</sup>

Como uno de los resultados de la encuesta realizada por el Programa Valparaíso Nuestro Barrio a 175 hogares del Barrio Puerto, el 15% de los encuestados declaró que lo que menos le gusta de su barrio es la basura y la falta de aseo.

- Seguridad:

Se ha eliminado una comisaría emplazada en el barrio. Este es el motivo que sindicaron los vecinos y comerciantes del barrio para el aumento de la delincuencia. Los carabineros circulan solo hasta las 19:00 hrs., y después de esto, no hay nadie que detenga la delincuencia en el Barrio. Muchos de los vecinos culpan a la cesantía, pues son jóvenes del mismo Barrio, que según indican, no tienen otra forma de subsistir.<sup>118</sup>

Como uno de los resultados de la encuesta realizada por el Programa Valparaíso Nuestro Barrio a 175 hogares del Barrio Puerto, el 56% de los encuestados declara que lo que menos les gustaba de su Barrio era la falta de seguridad ciudadana y delincuencia.

- Organización:

Desde que Valparaíso fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, se han impulsado muchas iniciativas en pos del resguardo de sus zonas patrimoniales y típicas. También se han movilizado muchos recursos. No obstante ello, a juzgar por las condiciones actuales, la organización de dichos recursos ha dejado espacios carentes de la atención necesaria.

- Actividad Turística:

En el marco de la elaboración de un modelo de gestión para el Barrio Puerto de Valparaíso, del Programa URBAL “Modelo de Gestión para Barrios Históricos en Ciudades Puerto”, se ha hecho un diagnóstico del Barrio Puerto. En este queda establecido que en el barrio “no existe una importante actividad turística”.

---

<sup>116</sup> Realizado el día 24 de Octubre de 2007

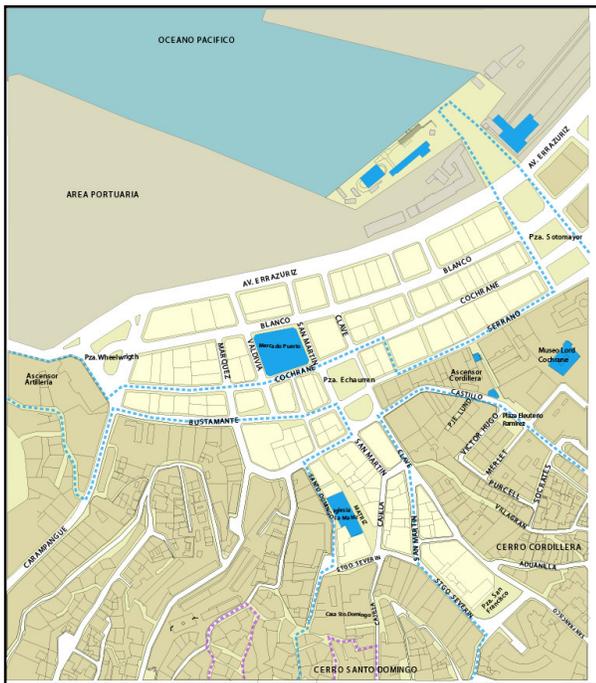
<sup>117</sup> Apartado de Ilustraciones en los Anexos.

<sup>118</sup> Uno de los tres puntos de resultado de las percepciones de problemas, de la encuesta realizada por el Programa Valparaíso Nuestro Barrio, es precisamente la Falta de Trabajo y de Oportunidades.

A pesar de que son identificados algunos atractivos turísticos, es claro que su desarrollo es insuficiente.

Los atractivos del Barrio Puerto, como se han mencionado ya en éste trabajo, se pueden apreciar en el Mapa 3.

**Mapa 3: Atractivos Turísticos en el Barrio Puerto de Valparaíso.**



**Fuente: Presentación de diagnóstico de URBAL**

Acerca de estos atractivos, y de la infraestructura general para la recepción de turistas, se han identificado cuatro falencias significativas:

- Los atractivos turísticos del Barrio Puerto no están dotados de simbología significativa.
- Los atractivos existentes en el barrio están en muy malas condiciones de infraestructura.
- No existe un circuito interpretativo que de significado al conjunto de los atractivos, en cuanto a su valor histórico y al motivo por el cual es precisamente ésta zona es declarada patrimonio de la humanidad.
- No existe una razón de peso para que los visitantes crucen la barrera de la Plaza Sotomayor y se sumerjan en las calles del Puerto.

En la Figura 17, se muestran gráficamente los ámbitos en deficiencia identificados y explicitados.

Figura 17: Deficiencias Identificadas en el Barrio Puerto de Valparaíso.



Fuente: Elaboración propia.

En el caso del BP, el resultado del cruce entre el análisis objetivo y las percepciones es negativo, por tanto, y bajo esta metodología es necesario comenzar con la siguiente fase.

### 6.2.2 Fase Inicial IBP

Esta fase será adecuada en la mayoría de los casos, ésta no es la excepción, es la necesaria para las actuaciones en torno a las imágenes desorganizadas o poco coordinadas.

Considerando los objetivos y estrategias de esta fase, se puede decir:

El Barrio Puerto efectivamente es conocido y tiene una imagen negativa. Además su nombre dice mucho de él. Otras ciudades pueden tener la dificultad de que su nombre por sí mismo no evoca nada. El nombre del barrio evoca de inmediato dos cosas, aún para quien no lo conoce: un barrio, por tanto todo lo que compone un barrio: viviendas, comercio, escuelas etc.; y el puerto, con todo lo que universalmente evocan los puertos.

Existe efectivamente identificación de los ciudadanos con su barrio y han demostrado la capacidad de movilidad en torno a algún objetivo para el bien de la comunidad.

Una de las tareas pendientes es la positivación del conocimiento y la notoriedad que tiene o puede tener.

La selección de elementos o atractivos susceptibles a ser explotados, y entonces, a adquirir notoriedad, no es una selección arbitraria, al contrario, existe un consenso de que es lo que existe en el barrio, cuales son sus atractivos y potencialidades:

- **Atractivo Cultural:** se trata del casco histórico de la ciudad de Valparaíso. Posee un sector declarado patrimonio de la humanidad y otro declarado zona típica. En el Mapa 4, están identificados los límites del Barrio Puerto y cuál de sus zonas corresponde a zona patrimonial<sup>119</sup> y cuál es zona típica<sup>120</sup>.
- **Atractivos Históricos:** por tratarse del sector más antiguo de Valparaíso posee edificaciones muy antiguas, como la Iglesia de la Matriz o la mayoría de las casas y edificios. Además, está la Plaza Echaurren que tiene gran significancia histórica en cuanto a los inicios de la ciudad.
- **Atractivos Sociales:** el Mercado Puerto es un lugar donde conviven a diario muchos comerciantes y consumidores. Su infraestructura es muy antigua. En todo diagnóstico es sindicado como uno de los atractivos de la zona.
- **Atractivos Urbanos:** la forma de las calles, los pasajes que unen de un extremo a otro el barrio, la mezcla con el cerro, el ascensor, constituyen un enjambre urbano de mucho atractivo a pesar de su deterioro.
- Existen, además, dos museos en la zona.

---

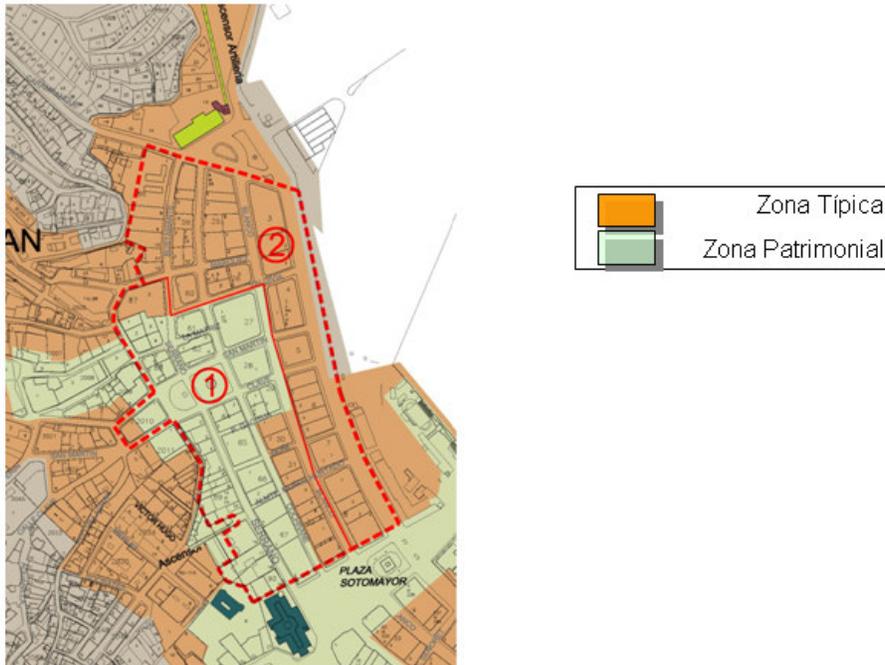
<sup>119</sup> **Zona de Conservación Histórica (ZCH).** Establece una reglamentación particular frente a las construcciones, demoliciones e intervenciones sobre los inmuebles de la zona.

<sup>120</sup> **Zona Típica (ZT).** Consejo de Monumentos Nacionales.

Regula las intervenciones de inmuebles que se encuentran dentro de esta zona a través un instructivo de intervención desarrollado por el Consejo de Monumentos Nacionales. Este documento establece una clasificación para cada inmueble y fija condiciones especiales para su intervención.

Declara además la existencia de Monumentos Históricos que deben ser recuperados con criterios restaurativos

**Mapa 4: Mapa del Barrio Puerto con denominación Zona Patrimonial y Zona Típica**



**Fuente: Elaboración propia con mapa facilitado por CORTAL consultores.**

Con la motivación de todos los antecedentes ya expuestos, corresponde según las fases propuestas por Valls, y según la necesidad de responder las preguntas plantadas y cumplir los objetivos de este trabajo de título, identificar cuál es la imagen a construir para el Barrio.

De todas las preguntas planteadas, repetir una: ¿Hay alguna parte de la imagen del Barrio que pueda transformarse en un activo?

Hay que necesariamente identificar un punto de partida, desde el cual se diseñará la IBP, y para los fines de este plan, desde dónde se sustentará la planificación de fomento al turismo en el Barrio Puerto. El Barrio está inmerso en Valparaíso, y la imagen o sub marca, será sin duda un punto de partida y articulador de otras sub marcas de la ciudad.

“Se trata de constituir una sub marca...[] o bien reconducir, o bien reciclar alguna ya existente que sea un primer soporte, un concepto de partida de la IMP que se quiere construir, y que sea capaz de ser percibido por los consumidores como elemento integrante de la IMP, como la misma IMP.”<sup>121</sup>

---

<sup>121</sup> VALLS, JOSEP-FRANCESS. 1992. La Imagen de Marca de los Países. Madrid. Mc Graw Hill. 267p. Pág. 169

Situados entonces en la fase inicial de creación de marca, como insumo o sostén del Plan de Fomento al Turismo, eligiendo el modelo de turismo sustentable expuesto como el apropiado para la zona, y bajo el supuesto de que el patrimonio del Barrio Puerto no es tan solo sus edificaciones, sino que se trata de un patrimonio vivo de dinámicas sociales particulares que cohabita con la historia de sus calles, la IBP que es coherente con todos estos elementos es aquella que nace desde este “patrimonio vivo”.

Se fija entonces una sub marca relacionada con las dinámicas sociales y culturales del Barrio Puerto de Valparaíso.

IBP = Dinámicas sociales en el puerto de Valparaíso, como herencia y patrimonio cultural vivo de la comuna.

Con los antecedentes recolectados, el Barrio Puerto evoca a picardía, libertad y, como dijo el ya citado capitán Moeranhut, donde cada cual vive como quiere, sin contradicciones. Estas pueden ser las directrices para frasear la IBP de forma popular y fácil de retener. Esta elaboración debiese ser fruto de un consenso entre la comunidad y gestores turísticos y patrimoniales, sin embargo para efectos de este trabajo de título se propondrá “Barrio Puerto, el barrio choro de Valparaíso”. El término “choro” según el diccionario de la Real Academia Española, es un chilenismo que caracteriza a una persona audaz y resuelta, características que son reconocidas a la gente del puerto en el dicho popular “choro del puerto”. Si bien es cierto, el concepto de choro es un chilenismo, los conceptos asociados a su significado son reconocibles y no tienen por antonomasia un significado negativo. La noción a destacar, por ejemplo, en una campaña publicitaria asociada a esta IBP, es el de audacia y resolución asociados entre ellos y hacia el visitante en términos positivos e incluyentes a todo tipo de público.

El procedimiento hasta ahora, queda expuesto en la Figura 18.

**Figura 18: Imagen Marca del Barrio Puerto de Valparaíso.**



**Fuente: Elaboración propia.**

Las siguientes etapas descritas en el marco teórico, no son posibles de aplicar todavía en la IBP, pero quedan estipuladas para el mediano plazo. Para el caso del Barrio Puerto, el trabajo central está en la fase inicial, y es a partir de estas sugerencias que se realizará el Plan de Intervención.

Es importante resaltar que tomar acciones de fases superiores a la inicial puede tener un efecto negativo en cuanto a la eficacia y eficiencia de las acciones implementadas. Claro ejemplo de esto es el fallido y polémico lanzamiento del ícono de Valparaíso, representado por un sombrero. Como se vio en el marco teórico, la iconografía corresponde a una fase superior de IMP.<sup>122</sup>

## **6.3 Plan de Intervención**

De los campos identificados en el diagnóstico, expuesto en la fase de posicionamiento como deficientes, solo dos de ellos competen al desarrollo y objetivos de esta tesis. Por otro lado, de los objetivos de la fase inicial en referencia a la construcción de la IMP incorporados como

---

<sup>122</sup>El Municipio de Valparaíso presentó un ícono a mediados de diciembre del año 2007 como una nueva imagen corporativa del Puerto. El símbolo fue diseñado por la agencia Dittborn & Unzueta, por el precio de 8 millones de pesos. El ícono significó la molestia en los habitantes, pues más parecía un símbolo de la capital de Argentina. Como resultado, la Comisión de Régimen Interior del Concejo Municipal presentó una propuesta para congelar el uso del ícono (que es un sombrero). El alcalde de la ciudad tuvo que reconocer la derrota del símbolo.

[En línea] [http://www.lanacion.cl/prontus\\_noticias\\_v2/site/artic/20080112/pags/20080112225709.html](http://www.lanacion.cl/prontus_noticias_v2/site/artic/20080112/pags/20080112225709.html). [Consulta: enero de 2007].

teoría a las falencias detectadas en la práctica, se han definido cuatro propuestas para el plan de fomento en el área turística de la zona.

Una de los problemas detectados en el Barrio es el exceso de actores involucrados y la casi nula coordinación que existe entre ellos. Valls en todas las fases de su construcción de IMP muestra la creación y consolidación (dependiendo de la fase) de un a organización autónoma, a base de un equipo promotor y coordinador.

Por tanto, en el ámbito de la organización, la propuesta es la creación de una comunidad deliberante del Barrio Puerto de Valparaíso.

La actividad turística propiamente, como ya se ha explicitado, carece de desarrollo, de infraestructura habilitante para la actividad, incluso en su más humilde expresión.

En este punto el plan se hará cargo de la propuesta de Valls de diseñar un acto de notoriedad, o un evento significativo que esté alineado con la IMP y que se transforme en el hito de una nueva etapa. La propuesta se trata de la creación de un nuevo atractivo.

Finalmente, al contabilizar y jerarquizar los atractivos del Barrio, la conclusión es que se necesitan intervenciones pequeñas de distinta índole y notoriedad. Es por esto que como última propuesta del plan, se considerarán instrumentos de fomento y de intervención pública simple que doten de significado a los atractivos y de calidad a los servicios.

En la Figura 20 un resumen de los campos de acción de la propuesta, y de que problema detectado se hace cargo.

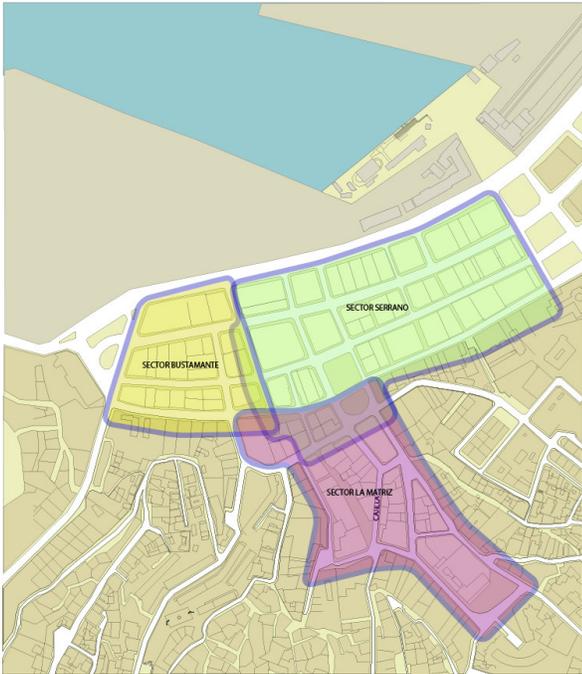
**Figura 19: Áreas de Intervención en los ámbitos de competencia**



**Fuente: Elaboración propia.**



**Mapa 6: División del Barrio Puerto en tres sectores: Serrano, Bustamante y Sector la Matriz**



**Fuente: Programa de Participación Ciudadana. Observatorio Social, Universidad Alberto Hurtado.**



necesidad de, al menos intentar, juntar y organizar a todos los involucrados para buscar el acuerdo y la centralización de las decisiones.

Una propuesta tendiente a minimizar los riesgos o posibles vicios a surgir de la interacción de los actores involucrados, es buscar la interacción de la CDBPV con un programa o institución externa que tenga como misión el apoyo a las iniciativas que interesan a la CDBPV. En este sentido, el Programa Territorial Integrado (PTI) de la Corporación de Fomento (CORFO), para la región de Valparaíso, llamado “Puerto Cultura” es una buena alternativa. Este PTI es un instrumento de la CORFO, orientado a crear desarrollo y mejorar la realidad productiva de un territorio específico, y de un sector productivo determinado.<sup>123</sup>

Por otro lado, y a fin de otorgar la potestad necesaria para su accionar, se propone además que tenga personalidad jurídica o bien que se constituya en una corporación.

Los puntos relevantes en el diseño de esta comunidad son:

#### **6.3.1.1 Integrantes de la Comunidad:**

---

Como se trata de una comunidad que tiene la potestad de decidir sobre el accionar en cuanto al fomento del turismo en el Barrio, es necesaria la presencia de representantes de la comunidad, del mundo público y privado.

Acerca de la comunidad, como se aprecia en el Mapa 7 de usos primordiales del suelo en el Barrio, destacan el área comercial y residencial como principales centros de comunidad. Por esta razón, deben estar presentes: representantes de la Junta de Vecinos y representantes de los comerciantes.

Como representantes del mundo público deben considerarse representantes municipales que tengan poder de decisión sobre áreas sensibles para el Barrio como: turismo, infraestructura urbana, seguridad ciudadana y plan regulador. También es importante la participación de un representante del programa de Desarrollo y Recuperación Urbana de Valparaíso por tratarse de la organización que maneja los recursos que el BID otorgó en calidad de préstamo a la ciudad de Valparaíso por su condición de patrimonio de la humanidad.

Es necesaria la, hasta ahora nula, presencia de representantes del mundo privado y las grandes empresas presentes en el Barrio, por ejemplo, del Puerto de Valparaíso<sup>124</sup>. A pesar

---

<sup>123</sup> <http://www.corfo.cl/index.asp?seccion=1&id=968>

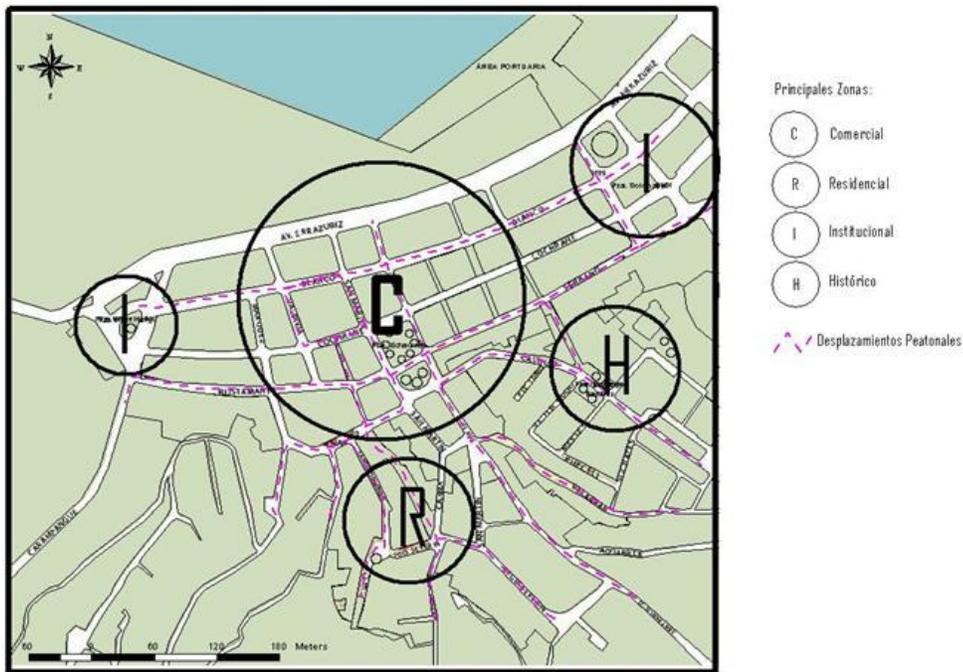
<sup>124</sup> La Empresa Portuaria Valparaíso es una empresa autónoma del Estado, creada por la ley N° 19.542, la cual fue publicada en el Diario Oficial el 19 de diciembre de 1997. Su objeto es administrar, explotar, desarrollar y conservar el Puerto de Valparaíso, así como los bienes que posee a cualquier título, incluidas todas las actividades conexas inherentes al ámbito portuario e indispensables para su debido cumplimiento. La Misión de Empresa Portuaria Valparaíso consiste en

de que no han asistido a los talleres ni conversaciones entorno al surgimiento del Barrio, ellos declaran en su misión:

“Es este un puerto de tradiciones, con profunda raigambre en su ciudad, pero también es un puerto moderno, coherente con los tiempos y comprometido con el desarrollo de sus negocios y con el futuro de la ciudad de Valparaíso en su conjunto”<sup>125</sup>.

Así mismo está presente en el Barrio, la Compañía Sudamericana de Vapores <sup>126</sup>, emblemática en la ciudad. Un representante de esta compañía sería un importante nexo con el mundo privado.

**Mapa 8: Uso del suelo en el Barrio Puerto de Valparaíso.**



**Fuente: Programa de Participación Ciudadana. Observatorio de Ciudades, Universidad Alberto Hurtado.**

---

hacer atractivo a Puerto Valparaíso para todos los participantes de la cadena logística del transporte de carga, los inversionistas y los ciudadanos. [www.portalvalparaiso.cl](http://www.portalvalparaiso.cl)

<sup>125</sup> *Ibíd.*

<sup>126</sup> Compañía Sudamericana de Vapores (CSAV) es una compañía chilena de transporte marítimo, actualmente la más grande de Latinoamérica. ([www.csav.cl](http://www.csav.cl))

### 6.3.1.2 Normativas

Acerca del plan normativo de la Comunidad Deliberante, éste contempla tres puntos esenciales, que asegurarán la puesta en marcha del plan, su mantención y la prosperidad de sus resultados.

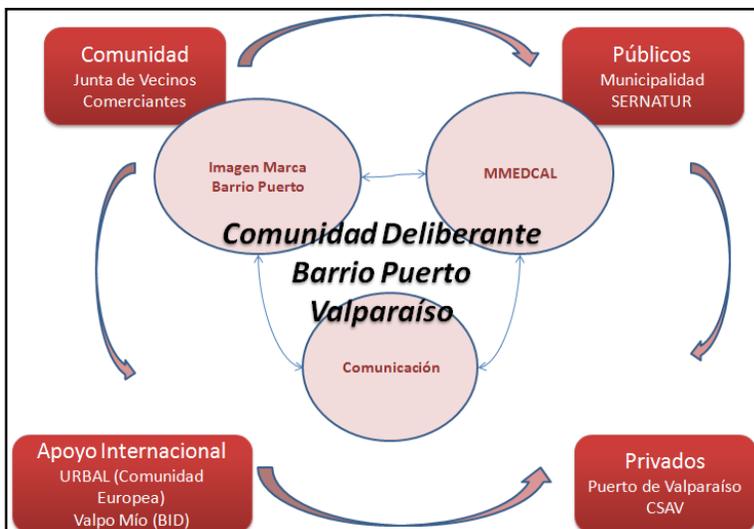
En primer lugar el posicionamiento efectivo sobre la IBP. Toda iniciativa que contemple la actividad turística, debe estar alineada con el respeto a la identidad del Barrio y nunca deberá pretender transformarla destructivamente.

En segundo lugar, el establecimiento de estándares de calidad mínimos que aseguren a los turistas y empresarios turísticos servicios de calidad. Para esto se usará como herramienta la tecnología de construcción de capital social MMEDCAL. Esto será detallado en el último capítulo de este trabajo de título.

Por último se debe establecer de manera anexa, un sistema efectivo y permanente de comunicación constante entre los actores involucrados. Debe existir un mecanismo de comunicación constante de resultados entre los habitantes, los comerciantes, los entes privados y públicos y la comunidad deliberante.

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se muestra como funciona la Comunidad: los integrantes se comunican y a través de la normativa deliberan sobre el barrio a través de la Comunidad Deliberante.

Figura 20: Funcionamiento esquemático de la Comunidad Deliberante del Barrio Puerto de Valparaíso; Integrantes y Normativa.



Fuente: Elaboración Propia.

## 6.3.2 Intervención Pública

---

Como se ha mencionado, el Barrio Puerto posee atractivos de distinta índole. Todos se encuentran en muy malas condiciones. Es por esto que la intervención simple de los entes públicos pertinentes<sup>127</sup> y respetando lo que se ha trazado como la IBP, se puede mejorar lo que ya existe,

Se identificaron tres puntos importantes en esta parte:

### 6.3.2.1 Mercado Puerto

---

El mercado está siendo objeto de planes de intervención en pos de su mejoramiento. Un ejemplo de esto, es la Gerencia del Puerto<sup>128</sup>. Sin embargo para el fin del fomento turístico, la propuesta pasa por potenciar el Mercado precisamente como mercado.

Posee en su interior locales de venta de frutas y verduras. En el segundo piso tiene marisquerías y locales de comida típica, y el tercer piso está deshabilitado<sup>129</sup>. En las calles que conforman el cuadrante del Mercado<sup>130</sup>, se apuesta un comercio informal de pescados, mariscos, frutas y verduras.

La propuesta en el Mercado Puerto es potenciarlo como polo turístico, reforzando su condición de atractivo turístico del Barrio Puerto, a través de resaltar y mejorar la fórmula que le dio vida: vender pescado, mariscos, frutas y verduras.

Un caso que sirve de ejemplo, es el Mercado Central de la ciudad de Sao Paulo en Brasil, expuesto en el capítulo de Estudio Comparado.

El potenciar el Mercado en su condición de mercado está alineado con la IBP, es decir, respetando el entorno y las dinámicas comerciales y sociales que cohabitan en su interior.

La intervención pública en este sentido se orienta a:

- Mejoramiento estructural del Mercado (esto no compete a este trabajo, sin embargo es fundamental para el desarrollo como atractivo turístico).

---

<sup>127</sup> Los entes públicos pertinentes pueden ser los departamentos encargados de los respectivos temas dentro de la municipalidad, o bien dentro de las tareas de alguna secretaría regional ministerial.

<sup>128</sup> Iniciativa impulsada por URBAL para la recuperación del Mercado Puerto [www.barriopuerto.cl](http://www.barriopuerto.cl) (que se encuentra en el apartado de Ilustraciones de los Anexos y en la Ilustración 17 (que se encuentra en el apartado de Ilustraciones de los Anexos), se ven dos tomas del mercado; por un lado el frontis por la calle Cochrane y una mirada desde el segundo piso. En esta última se ven los puestos de frutas y verduras del primer piso y las marisquerías del segundo piso. Además se ve el mal estado en el que se encuentran las instalaciones.

<sup>130</sup> Calles Valdivia, Blanco, San Martín y Cochrane.

- Fomentar la presencia de locales de frutas y verduras en su interior.
- Mejora de condiciones de vendedores informales que rodean el Mercado: esto se traduce en dotarlos de las condiciones mínimas de higiene. El colorido y desorden que hay en este comercio informal resulta muy atractivo en cuanto a las costumbres locales y como tal se debe explotar.
- Fomento de los locales de comida del segundo piso. Esto, sin embargo, es parte de la Intervención Pública- Privada que se propone más adelante.

### **6.3.2.2 Dotación de Significado a Atractivos Existentes**

---

A pesar de que existe conocimiento popular en la zona, y general por su condición de patrimonio de la humanidad, de que existen edificaciones históricas, éstas no se encuentran debidamente señaladas<sup>131</sup>. Hay algunos atractivos que poseen una placa, como por ejemplo la Aduana de Valparaíso o algunos bares, pero son la minoría.

Por tanto en este punto es necesario:

- Creación de un formato para señalar los atractivos del barrio que este alineado con la IBP.
- Con el formato, crear una reseña de cada uno de los atractivos.
- Asegurar su debida instalación y mantención.

### **6.3.2.3 Creación de circuito interpretativo**

---

Contando con la dotación de significado de atractivos existentes del punto anterior, el desafío es hacer un circuito interpretativo de dichos atractivos, que le de valor a todos como conjunto significativo del BP y no como atractivos aislados y desconectados. De esta manera, el Barrio toma fuerza a través de sus calles y de sus atractivos de manera formal.

Un buen ejemplo para materializar dicho circuito, es el caso de la ciudad de Boston, Estados Unidos. Aquí, existe una ruta señalada con una línea de color rojo pintada en la vereda que conecta los lugares históricos de la ciudad y sus atractivos. Esto tiene la ventaja de que es fácilmente reconocible por el visitante.<sup>132</sup> Además, en el caso del Barrio Puerto, tendría la ventaja de conectar barrios que hoy son intensamente visitados, como el Cerro Alegre o Cerro Concepción, con el Barrio Puerto.

---

<sup>131</sup> MC KERCHER, BOB y DU CROS, HILARY. 2002. Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. USA. THHP. 262p. Pág.127

<sup>132</sup> Ver la Ilustración 18 (en el Apartado de Ilustraciones de los Anexos,).

Como se ha mencionado, dentro de todos los proyectos en ejecución en el Barrio Puerto, se está mejorando la calle Serrano<sup>133</sup> y este sería un buen punto para comenzar el circuito.

El circuito interpretativo propuesto, y que encierra todos los atractivos más emblemáticos del Barrio Puerto, se describe como sigue:

- Parada 1: Partida en la Plaza Sotomayor, con los atractivos que ahí existen.
- Tramo 1: Caminata de entrada al Barrio por la calle Serrano.
- Tramo 2: Ascenso al Cerro Cordillera a través del ascensor Cordillera.
- Parada 2: Museo Lord Cochrane.
- Tramo 3: Descenso por la escalera que está al costado del ascensor Cordillera.
- Tramo 4: Continuar caminata por la calle Serrano hasta la Plaza Echaurren.
- Parada 3: Plaza Echaurren
- Tramo 5: Caminata desde la Plaza Echaurren hasta la Iglesia de La Matriz
- Parada 4: Iglesia de La Matriz
- Tramo 6: Caminata por el Pasaje de la Matriz, desde la Iglesia hasta el Mercado,
- Parada 5: Mercado Puerto.
- Tramo 7: La ruta pasa por dentro del Mercado.
- Tramo 9: Calle Blanco
- Parada 6: Plaza Wheelwright
- Parada 7: Aduana.
- Tramo 10: Ascensor Artillería.
- Tramo 11: Caminata por la Avenida Errázuriz hasta la Plaza Sotomayor: punto de partida.

---

<sup>133</sup>Ver la Ilustración 19 (en el Apartado de Ilustraciones de los Anexos,)



- **Reconstrucción de los hostales de la zona:**  
El Barrio Puerto posee una agitada vida nocturna y juvenil, y buscar alojamiento en este sector para los jóvenes puede ser una muy buena alternativa. De esta forma, se propone reorientar los hoteles existentes hacia un formato de hostales juveniles, de bajos precios y con estándares de calidad tales que tengan como público objetivos jóvenes nacionales y extranjeros. Especies de Bed and Breakfast, exitosos en otros sectores de Valparaíso, como el Cerro Alegre y Cerro Concepción.
- **Orientar a estándares altos de calidad a la gastronomía del Barrio Puerto:**  
Muchos turistas, aún en las condiciones actuales del Barrio Puerto, llegan a él en busca de sus restaurantes. Una medida de fomento orientada a la calidad de estos, mejoraría la imagen que tienen y estandarizaría la calidad.
- **Normar la existencia y seguridad de locales nocturnos:**  
El Barrio Puerto posee gran parte de los locales de vida nocturna de la ciudad. Existen discoteques y bares en gran cantidad, sobre todo en las calles Echaurren y Errázuriz. Sus instalaciones están muy deterioradas y han sido víctimas de accidentes como incendios.  
Una importante medida de fomento en este sentido, es el incentivo a través de instrumentos para estandarizar la calidad y garantizar la seguridad en estos locales.

Las condiciones y bases de tales instrumentos deberían contemplar:

- Recursos destinados a las medidas expuestas, detallados minuciosamente.
- Obligación de devolver los recursos en caso de no cumplir las condiciones.
- Fiscalización continua de su funcionamiento.
- Renovación de recursos periódicamente.
- Centralización del manejo de los instrumentos para poder evaluarlos en su conjunto.

No debiese descartarse la relocalización del comercio sexual presente en el barrio, o al menos estandarizar y normalizar su funcionamiento en el BP.

Ejemplos de instrumentos existentes y que pueden aplicarse al caso del Barrio Puerto para los fines expuestos, son:

- Programa de Fomento de Calidad (FOCAL)<sup>135</sup>
- Proyectos asociativos de Fomento (PROFO)<sup>136</sup>
- Fondo de Asistencia Técnica (FAT)<sup>137</sup>
- Programa de Emprendimientos Locales (PEL)<sup>138</sup>
- Leasing PYME<sup>139</sup>

### 6.3.4 Creación y Generación de Nuevos Atractivos: Museo del Barrio Puerto

Este es el único producto nuevo que se propone crear en el Plan de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto. Su razón de ser tiene directa relación con la relevancia de la Imagen del Barrio Puerto y que ha sido el punto de partida de todas las anteriores propuestas.

El Museo tiene la gran misión de ser “el producto” que efectivamente haga que los visitantes crucen la barrera de la Plaza Sotomayor para entrar al Barrio Puerto. Lógicamente este es un esfuerzo a largo plazo, que requiere alta preparación y concientización.

Debe cumplir con la difícil misión de ser el mayor exponente de la Imagen Barrio Puerto. Es este el motivo por el cual, se propone lo siguiente:

El Museo del Barrio Puerto de Valparaíso, debe ser el “Museo choro”. Es de temática histórica pero didáctica que sea capaz de trasladar a sus visitantes a las escenas porteñas

<sup>135</sup> “Apoya la incorporación de Sistemas de Gestión Certificables en las Pymes, de tal manera que éstas puedan demostrar a sus clientes, proveedores y al entorno en general, que cumplen con estándares de calidad reconocidos nacional e internacionalmente, mediante una certificación otorgada por organismos independientes.” [En línea]

<http://www.corfo.cl/index.asp?seccion=matriz&id=80> [consulta: marzo 2008]

<sup>136</sup> “Apoya la preparación y el desarrollo de Proyectos Asociativos de Fomento, de grupos de al menos cinco empresas que comparten una idea de negocio común. La asociatividad productiva permite que las Pymes compartan información sobre mercados, adquieran el tamaño mínimo necesario para aprovechar las “economías de escala”, logren niveles de flexibilidad y adaptabilidad mayores, y accedan a recursos competitivos fundamentales en los mercados globalizados”. [En línea]

<http://www.corfo.cl/index.asp?seccion=1&id=972> [consulta: marzo 2008]

<sup>137</sup> “Apoya la contratación de consultorías especializadas en prácticas de Producción Limpia y en la incorporación de herramientas de Tecnologías de Información [En línea]. <http://www.corfo.cl/index.asp?seccion=1&id=976> [consulta: marzo 2008]

<sup>138</sup> “Apoya a los emprendedores de una localidad a través del subsidio a inversiones que les permitan acceder a nuevas oportunidades de negocios, y desarrollar sus competencias y capacidades”

<http://www.corfo.cl/index.asp?seccion=1&id=960>

<sup>139</sup> “Financia el arrendamiento con opción de compra de equipos, maquinarias y bienes de capital nuevos. Se incluyen los servicios anexos para su instalación y montaje, así como también de construcciones y obras civiles destinadas a los fines productivos de medianas y pequeñas empresas” [En línea <http://www.corfo.cl/index.asp?seccion=1&id=936> [consulta: marzo 2008]

de antaño. Debe ser capaz también de reproducir el puerto en su faceta peligrosa, de muertes, inmigrantes y riñas, pero también la vida de puerto, de llegadas y partidas, de compras y de comercio.<sup>140</sup>

De esta manera, el diseño de éste nuevo producto, contempla básicamente tres partes estipuladas en el marco teórico:

- Tipología del Nuevo Producto.

El museo, en cuanto a su tipología, puede corresponder a dos tipos. Por un lado se trata de un producto que apuesta a crear un nuevo mercado que finalmente, y atraído por él, entre al Barrio Puerto y pueda no tan solo disfrutar del museo sino de la gastronomía, las rutas turísticos y los atractivos. Por otro lado puede tratarse de un replanteamiento parcial de un producto ya existente. Esto pues en el Barrio Puerto existen dos instalaciones de museo con poco éxito, que eventualmente pueden ser replanteados con los objetivos del Museo propuesto.

**Tabla 2: Tipología del producto Museo del Barrio Puerto**

<b>TIPOLOGÍA DEL NUEVO PRODUCTO</b>	<b>Nuevo producto que crea nuevo mercado/ Replanteamiento parcial de un producto ya existente.</b>
-------------------------------------	--

**Fuente: Elaboración Propia**

- Diseño del Nuevo Producto.

El diseño del producto contempla 6 aspectos según la teoría planteada. Algunos de ellos no podrán ser estipulados con gran precisión, sin embargo se darán las líneas que debiesen guiar cada uno de éstos puntos.

La Imagen de Marca del Museo del Barrio Puerto (o Museo Choro como se le ha mencionado antes), es lo que está más claro: se trata de potenciar la imagen del barrio, y entonces, es necesario que sea un museo que cumpla con ser: histórico pero lúdico en términos de las representaciones, de calidad y que realmente reproduzca el “Puerto Choro”

---

<sup>140</sup> Lógicamente en ésta propuesta se estipularán los lineamientos y características que debe cumplir. Sin embargo la temática específica debe ser producto de un trabajo histórico- artístico que puede licitarse. Una propuesta a priori interesante, puede ser relacionar el museo con la imagen del francés Emile Dubois, que vivió en Valparaíso a principios del siglo XX, caballero elegante al cual se le atribuyen una serie de asesinatos, y que ha pasado a formar parte de las historias míticas y misteriosas del puerto.

Con respecto a los recursos, sería recomendable que se incentivara la participación privada, incluso de las empresas presentes en el Barrio. Esto sería una señal del compromiso con la sustentabilidad y una muestra de cómo el progreso y la identidad esencial del Barrio pueden convivir. Es también recomendable que el diseño sea escogido mediante una licitación pública, a fin de tener alternativas de propuestas. En definitiva, una buena combinación de recursos públicos y privados daría una buena señal y potenciaría la eficiencia de su diseño e implementación.

La infraestructura y equipamientos dependerán del diseño final. Sin embargo vale la pena mencionar la posibilidad de readecuar algunos de los museos presentes en la zona, o bien crear una nueva instalación, idealmente en la calle Serrano. Esto pues es una puerta de entrada al barrio que está en un proceso de remodelación que la dejará atractiva para pasear y para albergar el Museo.

La gestión debe estar necesariamente en manos profesionales, en términos de administración y de sustento histórico-creativo.

Con respecto a los bienes y servicios auxiliares, las alternativas son: creación de productos anexos que refuercen la idea del museo, como cafetería temática u otro similar; línea de productos y souvenirs que representen gráficamente el sello del museo y del Barrio Puerto (música, pintura, etc.)

Precio: Tiene que ser producto de la evaluación económica, pero sin distar de los precios de mercado en la ciudad.

**Tabla 3: Diseño del Producto Turístico**

<b>PRODUCTO TURÍSTICO</b>	<b>Museo Choro del Barrio Puerto</b>
<b>Imagen de Marca</b>	"Puerto Choro"
<b>Recursos</b>	Público/Privados
<b>Infraestructura y Equipamientos</b>	Museos existentes/Nuevas instalaciones
<b>Gestión</b>	Profesional
<b>Bienes y Servicios Auxiliares</b>	Cafetería/ Souvenirs
<b>Precio</b>	De mercado

**Fuente:  
Elaboración Propia**

- Estructuración del Nuevo Producto.

Finalmente, la estructura del producto turístico está dada por:

El producto principal, y entonces, el beneficio principal que espera el visitante encontrar, es un museo histórico relacionado con la vida en el Barrio Puerto.

El producto periférico, y entonces, la prolongación natural del beneficio principal, es aprender de la vida del puerto en el pasado y poder relacionarlo o reflexionar sobre el presente del Barrio Puerto. Esto puede también ayudar a crear conciencia de la importancia histórica del Barrio Puerto y de Valparaíso.

El producto complementario, y entonces, el que amplía la satisfacción del cliente y hace efectivamente la diferenciación con otros museos es la experiencia de “vivir” el puerto. Es un lugar común que en los museos históricos se aprende o se hace conciencia del pasado. Sin embargo, el recrear la experiencia y hacer que los visitantes puedan ser parte protagonista de esta historia, es el elemento diferenciador.

**Tabla 4: Estructuración del Producto Turístico**

<b>ESTRUCTURACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO</b>	
<b>Producto Principal</b>	Museo Histórico del Barrio Puerto
<b>Producto Periférico</b>	Aprendizaje y conciencia sobre la historia del Barrio Puerto
<b>Producto Complementario</b>	Experiencia

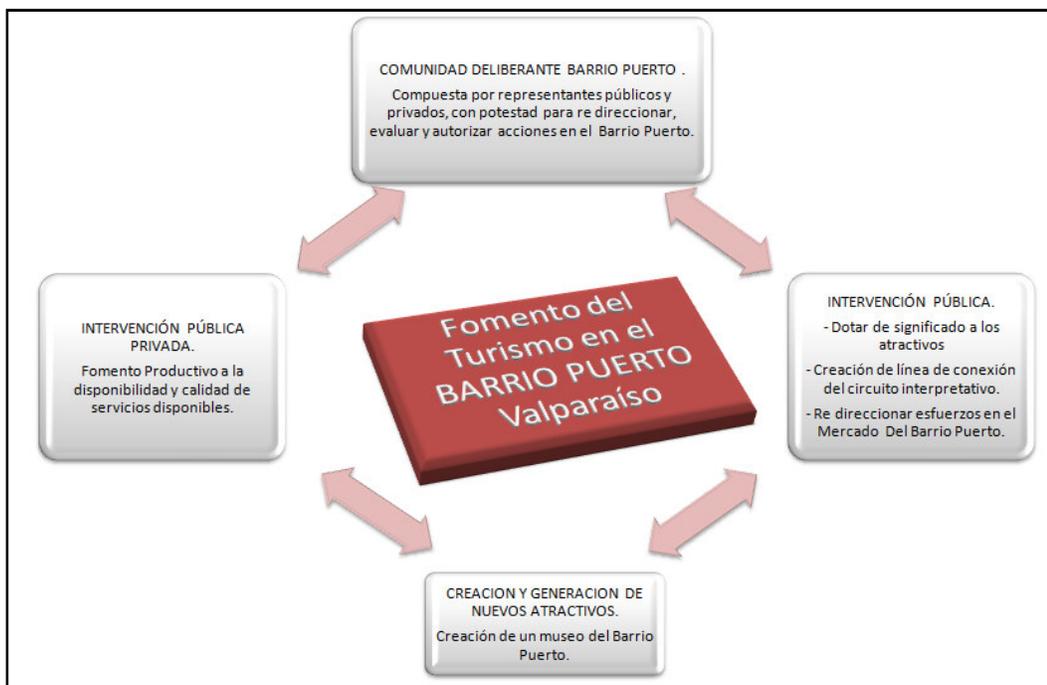
Fuente: Elaboración Propia

### **6.3.5 Síntesis del Plan de Fomento de Turismo**

La Figura 21 sintetiza el Plan de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso. Es muy relevante poder entenderlo desde esta figura, pues, la apuesta es que en la medida en que sea entendido como un sistema será efectivamente exitoso y coherente.

El Fomento al Turismo en el Barrio Puerto, involucra: la creación de una comunidad deliberante que tenga potestad en las decisiones de cualquier accionar en el barrio y que esté compuesta por todos los actores involucrados; la intervención pública simple que permita mejorar con pequeños cambios la visión total del barrio; la intervención público-privada a través de instrumentos de fomento que apunten a mejorar la disponibilidad y calidad de servicios asociados al turismo y ocio disponibles, y la creación de un nuevo atractivo de gran envergadura que llame a los turistas a entrar al Barrio Puerto, son las medidas que trabajadas en conjunto pueden ser las que hagan resurgir al Barrio Puerto para todos.

**Figura 21: Propuesta de Plan de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso.**



Fuente: Elaboración Propia

## Capítulo 7: Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio (MMEDCAL)

El propósito de aplicar el sistema de Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio, MMEDCAL, en este trabajo de título, es ser parte integrante del plan de fomento de turismo. Es decir, el diseño basado en la teoría y en el contexto del Barrio Puerto, será dejado como un medio por el cual el Barrio Puerto, a través de la Comunidad Deliberante propuesta, pueda retroalimentar su quehacer, utilizando una tecnología de construcción de capital social que ha tenido buenos resultados en aplicaciones en establecimientos de servicios turísticos.

En este sentido, el diseño contemplará dos partes: una relacionada con el diseño de las encuestas y acotaciones en los protocolos para ser aplicados en los establecimientos de servicios turísticos, y otra relacionada con el flujo de esta información en tres niveles: información de primera fuente desde los clientes, sinergias entre los prestadores de servicios similares y asimilación de la información por parte del conjunto de la industria turística del Barrio Puerto.

Se han considerado para efectos del diseño del sistema, tres rubros de actividad turística en el Barrio Puerto. Esta elección ha sido producto de la observación en terreno, de los

catastros existentes y de los focos de desarrollo turístico que se identifican y ante los cuales se han propuesto medidas de fomento y mejoramiento en el diseño del Plan de Fomento del Turismo.

Rubros considerados para el diseño del MMEDCAL:

- Bares y locales de recreación y vida nocturna: Se encuentran en su mayoría en la calle Echaurren y Errázuriz.
- Gastronomía: restaurantes de comida típica, que se encuentran en su mayoría en el Mercado y en los alrededores de él.
- Hostales: en la actualidad existen hostales, residenciales y moteles, distribuidos en la mayoría de las calles del Barrio Puerto. Sin embargo su estado actual es deplorable. Dentro de las actividades de fomento se ha determinado la importancia de fomento productivo de estos locales a fin de transformarlos en hostales de mejor calidad y orientados a jóvenes, considerando la vida nocturna del lugar.

### **7.1.1 Instrumentos para la elaboración del MMEDCAL.**

---

En el marco teórico para la elaboración de un sistema de Mejoramiento y Medición de Calidad de Servicio, se han establecido 5 fases, con una opcional. Además en estas fases se han establecido protocolos conversacionales asociados a cada una de las fases.

En esta parte, se propondrán los siguientes instrumentos asociados a las distintas fases:

- Encuesta de Entrada
- Evaluación final.

Figura 22: Encuesta de Entrada

**CON TU APOORTE CONSTRUIMOS EL BARRIO PUERTO**

El Barrio Puerto quiere a través de sus servicios turísticos, conocer lo que esperas, tus gustos e intereses, para poder atenderte mejor.

¿Qué te gustaría encontrar en este lugar?

¿Qué NO te gustaría encontrar en este lugar?

¿Cuáles son tus intereses, gustos y necesidades especiales de las que te gustaría nos preocupáramos?

¿Tienes alguna preocupación especial respecto de este servicio?

Nombre:

Teléfono:

E mail:

Fecha:

Fuente: Elaboración Propia basado en Carlos Vignolo et al “Externalizando el Diseño del Servicio Turístico en los Clientes: teoría y un caso en Chile”.

Figura 23: Encuesta de Salida

**AL BARRIO PUERTO LE IMPORTA TU OPINIÓN PARA CONSTRUIR UN SERVICIO DE CALIDAD.**

Por favor contesta éstas preguntas, son de mucha utilidad.

Califica con los atributos Deficiente, Aceptable, Bueno y Excelente los siguientes ítems .

	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Infraestructura				
Servicios de Comida				
Servicios higiénicos				
Atención del Personal				
Limpieza				

Seguridad del lugar				
---------------------	--	--	--	--

¿Qué fue lo que más te gustó de nuestro servicio?

¿Qué es lo que menos te gustó de nuestro servicio?

¿Aceptas seguir siendo contactado para desarrollar una red de apoyo al mejoramiento de calidad de servicio nuestro y del BARRIO PUERTO?

Nombre:

Teléfono:

E mail:

Dirección Postal:

Fecha:

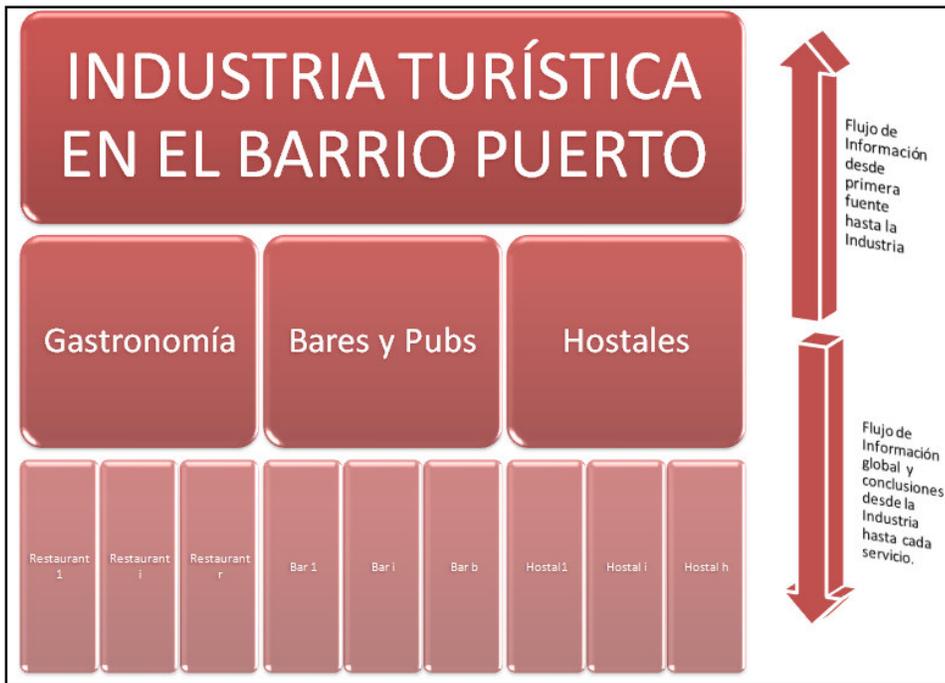
Fuente: Elaboración Propia basado en Carlos Vignolo et al “Externalizando el Diseño del Servicio Turístico en los Clientes: teoría y un caso en Chile”.

### 7.1.2 Flujo de información capturada en el MMEDCAL en la industria turística del Barrio Puerto.

Como parte del cierre del ciclo de la aplicación del sistema MMEDCAL, es asegurar el flujo de información dentro de la Industria Turística. Como es posible apreciar en la Figura 25, la relevancia de utilizar el sistema radica finalmente en poder utilizar la información global que el sistema arroja. De esta manera existen dos direcciones del flujo de información:

- Hacia arriba: la información obtenida desde primera fuente, es decir desde el cliente es traspasada en primer lugar al sector al que corresponde, para poder sacar conclusiones sectoriales (y entonces, del sector gastronómico, del sector vida nocturna y del sector hostales), y como segundo paso, las conclusiones sectoriales llegan a la industria turística del Barrio.
- Hacia abajo: la información sectorial recopilada por el sistema completo de la industria turística del Barrio Puerto, es traspasada hacia los sectores, y luego hasta el comercio individualmente.

Figura 24: Flujo de Información producto de la aplicación del MMEDCAL en la Industria Turística



Fuente: Elaboración Propia.

## Capítulo 8: Conclusiones y Palabras Finales.

A lo largo del trabajo de título “Propuesta de un Plan de Intervención de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso”, se han expuesto antecedentes de todo tipo que confirman desde todo punto de vista dos elementos fundamentales:

Por un lado, es indudable el hecho de que Valparaíso es una ciudad que atrae. Esto se traduce en la llegada de miles de turistas anualmente y de derroches desde teóricos hasta poéticos, en todos los tiempos, acerca de sus calles, cerros y habitantes. El ya citado Subercaseux lo decía: “... en Chile no hay otra ciudad como ésta, donde se puede abrazar todo un trozo de vida palpitante y sentirlo vibrar junto a nuestra propia vida”<sup>141</sup>. El Barrio Puerto en este sentido ha constituido históricamente el corazón de la ciudad, tanto así que es reconocido universalmente como patrimonio de la humanidad. Sin embargo ha sufrido un constante deterioro, que hoy, y a pesar de los esfuerzos puestos en él, todavía no ha sido posible superar.

El segundo elemento, es consecuencia del primero. La necesidad de replantear los esfuerzos de rehabilitación del Barrio Puerto es cada vez más urgente; periódicamente es posible enterarse de nuevos desastres en el Barrio Puerto.

Con éstos dos elementos en vista, el intento de este trabajo, ha sido poner al servicio del Barrio Puerto, herramientas de diseño y gestión que ayuden a mirar las problemáticas y soluciones como un sistema dinámico en que cada esfuerzo o equivocación en la rehabilitación afecta al resto de los componentes.

De ésta manera y con el apoyo de elementos teóricos muy interesantes de aplicar en el Barrio Puerto, se ha diseñado un plan a partir de una mirada a otras ciudades rehabilitadas y apoyado en el diseño de un sistema de medición constante de calidad.

El elemento diferenciador y articulador de los resultados, termina siendo trabajar el turismo sosteniblemente reconociendo en la imagen que posee el Barrio Puerto (que se ha denominado IBP) un activo poderoso en la construcción del sistema turístico del Barrio Puerto.

El trabajo coordinado y normado en este sentido es susceptible a ser exitoso en un mediano plazo.

A continuación algunas conclusiones específicas de los resultados específicos expuestos.

---

<sup>141</sup> “Dónde veremos Valparaíso con menos riesgo para la Ilusión, que si permanecemos en él”. Benjamín Subercaseux

- Conclusiones del Estudio Comparado.  
Al revisar la experiencia de otras ciudades rehabilitadas, es posible encontrar puntos en común y dificultades comunes también.  
Como conclusión, tiene sentido hacer un estudio comparado no solo por las prácticas posibles de aplicar, sino para poder observar el sistema completo de actores involucrados, y como funcionan en la rehabilitación.  
Por otro lado, y como ha quedado planteado también en el cuerpo del trabajo, el estudio comparado debe ser un proceso continuo que se vuelve a realizar después de un período de tiempo. Esto pues las ciudades viven en un continuo cambio y porque la aplicación de medidas rehabilitadoras debe ser evaluado y comparado.
- Conclusiones del Plan de Fomento de Turismo.  
El plan de fomento fue diseñado tomando en cuenta todos los antecedentes y buscando una manera de potenciar efectivamente la vida turística del Barrio Puerto. En este sentido, se debe recalcar la importancia de un trabajo continuo y centralizado. En la experiencia citada de la rehabilitación del centro histórico de Barcelona, se declaran fortalezas del trabajo realizado. Dentro de éstas ha sido destacado la importancia de la planificación conjunta de las medidas. En el caso de éste trabajo, a esa planificación conjunta ha sido puesta sobre los hombros de una comunidad que albergue a gestores culturales y turísticos, además de la comunidad. De esta manera, no solo se asegura la planificación, sino disminuir roces que pueden ser muy perjudiciales entre las partes.
- Conclusiones del Sistema MMEDCAL.  
El sistema MMEDCAL, es un diseño apropiado de aplicar en la industria turística. Para el caso de este trabajo de título, se ha realizado un diseño preliminar que tiene por objetivo ser un instrumento de medida y llamado de atención para la industria turística y para la comunidad deliberante del Barrio Puerto. Es necesario, en una aplicación, afinar condiciones y protocolos para poder ser una exitosa experiencia de retroalimentación en la industria de establecimientos asociados a servicios turísticos.
- Recomendaciones a Considerar Anexas a éste Plan.  
En este plan se ha repetido constantemente la importancia de tratar la rehabilitación como un todo que convive y actúa en continuo. Es así mismo de relevante que los elementos de soporte funcionen también. No es parte de los alcances de este trabajo, sin embargo no podrán ser exitosas ninguna de las iniciativas aquí expuesta si el mobiliario urbano no es renovado y si no es

tratado el tema de seguridad ciudadana de manera seria y responsable. Estos elementos han de ser el sustento de este Plan de Intervención de Fomento del Turismo en el Barrio Puerto de Valparaíso.

## Capítulo 9: Referencias Bibliográficas

1. BOSETTI, VALENTINA; CASSINELLI, MARIAESTER y LANZA, ALESSANDRO. 2006. Benchmarking in Tourism Destination, Keeping in Mind the Sustainable Paradigm. [En línea]. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=879706](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=879706) . Fondazione Eni Enrico Mattei. [consulta: enero 2008]
2. CALDERÓN, ALFONSO y SCHOLOTFELDT MARILIS. 2001. Memorial de Valparaíso. Santiago. Ril Editores. 493p.
3. CAMPESINO FERNÁNDEZ, ANTONIO-JOSÉ. La rehabilitación integrada de los centros históricos: el reto urbanístico de finales de los ochenta. [En línea]. [http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/90259518761469606365679/catalogo7/investigaciones\\_02.pdf](http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/90259518761469606365679/catalogo7/investigaciones_02.pdf) . Universidad de Extremadura. [consulta: enero 2008]
4. CEPEDA DE LEÓN, ANA LILIA. Revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México: operación a corazón abierto. [En línea]. [http://www.enlace.df.gob.mx/revista/pdf/desde\\_corres1\\_04.pdf](http://www.enlace.df.gob.mx/revista/pdf/desde_corres1_04.pdf) . [consulta: enero 2008]
5. KREBS, MAGDALENA - SCHMIDTH-HEBBEL, KLAUS. Patrimonio cultural: aspectos económicos y políticas de protección. [En línea]. <http://arpa.ucv.cl/texto/Aspectoseconomicospatrimoniocultural.pdf> . [consulta: enero 2008]
6. LABORDE, MIGUEL. Santiago, escenario sin protagonista. [En línea]. <http://www.dii.uchile.cl/~revista/revista/vol2/n2/03.pdf>. [consulta: enero 2008]
7. LEAL SPENGLER, EUSEBIO. 2004. La rehabilitación del Centro Histórico de La Habana: una obra esencialmente humana. [En línea]. [http://www.cccb.org/rca\\_gene/eusebioleal.pdf](http://www.cccb.org/rca_gene/eusebioleal.pdf) . Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona. [consulta: enero 2008]
8. MANNS, PATRICIO. 2004. La vida Privada de Emile Dubois. Santiago. Alfaguara. 205p.
9. MC KERCHER, BOB y DU CROS, HILARY. 2002. Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. USA. THHP. 262p.
10. MOREIRA, MÓNICA. Desarrollo integral del Centro Histórico de la Ciudad de Quito. [En línea]. <http://www.archi.fr/SIRCHAL/seminair/sirchal1/sites/quito/quito.htm>. [consulta: enero 2008].
11. MUSSONS, JAUME. 1997. La empresa y la competitividad. Catalunya, Ediciones UPC. 186p
12. ORTEGON, EDGAR; PACHECO, JUAN FRANCISCO y ROURA, HORACIO. 2005. Metodología de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. United Nations Publication.

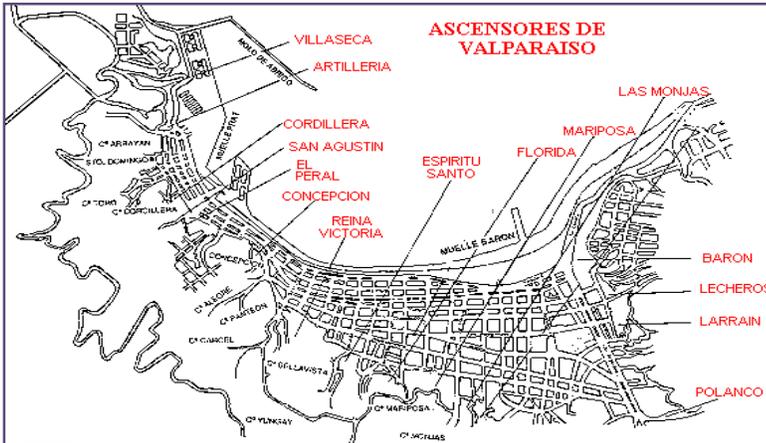
13. PASKALEVA, KRASSIMIRA. Benchmarking Partnerships for Sustainable Urban Tourism: the European experience. [En línea]. [http://sut.itas.fzk.de/papers/european\\_experience.pdf](http://sut.itas.fzk.de/papers/european_experience.pdf). Sut Governance. <paskaleva@itas.fzk.de>. [consulta: enero 2008]
14. PASKALEVA, KRASSIMIRA- BURHIN, FRANCOIS. 2003. European Governance for Sustainable Tourism: Benchmarking Report. [En línea]. [http://sut.itas.fzk.de/benchmarking/benchmarking\\_report\\_ogm\\_final.pdf](http://sut.itas.fzk.de/benchmarking/benchmarking_report_ogm_final.pdf). Sut Governance. [consulta: enero 2008]
15. SÁNCHEZ LÓPEZ, MARTHA ROSALÍA. La rehabilitación de los centros históricos en México: un estado de la cuestión. [En línea]. <http://www.ub.es/geocrit/b3w-215.htm>. [consulta: enero 2008]
16. VALLS, JOSEP-FRANCESC. 2003. Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno. Barcelona. Ediciones Deusto. 287p.
17. VALLS, JOSEP-FRANCESC. 2000. Gestión de Empresas de Turismo y Ocio: el arte de provocar satisfacción. Barcelona. ESADE. 224p.
18. VALLS, JOSEP-FRANCESC. 1992. La Imagen de Marca de los Países. Madrid. Mc Graw Hill. 267p.
19. VIGNOLO, CARLOS; ZÁRATE, ESTEBAN; MARTÍNEZ, ANDREA; CELIS, SERGIO y RAMÍREZ, CARLOS. 2005. Externalizando el Diseño del Servicio Turístico en los Clientes: teoría y un caso en Chile. Santiago. Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile. 20p. (Documento de trabajo serie gestión N° 68).
20. WEAVER, DAVID y LAWTON, LAURA. 2006. Tourism Managment. Sydney. Wiley. 490p.
21. WESTERMAN, GEORG y SEHL, ILKA. 2006. Developing Balanced Scorecard based benchmarking approach for tourist destinations. [En línea]. [http://www.proact2006.fi/chapter\\_images/304 Ref A12 Ilka Sehl.pdf](http://www.proact2006.fi/chapter_images/304_Ref_A12_Ilka_Sehl.pdf). [consulta: enero 2008]
22. Informe de Trabajo de la Comisión de Institucionalidad Patrimonial, 2007
23. Ley N° 17.288 de "Monumentos Nacionales y reglamentos de Arqueología". Ministerio de Educación, Consejo de Monumentos Nacionales, 2006
24. Manejo y Normativa de Monumentos Nacionales, 2006
25. Ciudades para un futuro más sostenible. Vivienda Social en el Centro Histórico de Quito. [En línea]. <http://habitat.aq.upm.es/bpal/onu00/bp517.html>. [consulta: enero 2008]
26. Antecedentes globales. 1994. Rehabilitación del Centro Histórico de Quito. [En línea]. <http://www.iadb.org/exr/doc98/apr/ec822s.htm> . Banco Interamericano de Desarrollo. [consulta: enero 2008]

27. La participación social en el Mejoramiento Integral del Centro Histórico de la Ciudad de México. Programa de Coinversión del Gobierno del Distrito Federal. [En línea]. <http://www.cenvi.org.mx/mejintch.htm>. [consulta: enero 2008]
28. Ciudades para un futuro más sostenible. Ciutat Vella, rehabilitación integral en el Centro Histórico de Barcelona. [En línea] <http://habitat.aq.upm.es/bpn/bp259.html>. [consulta: enero 2008]

## Capítulo 10: Anexos

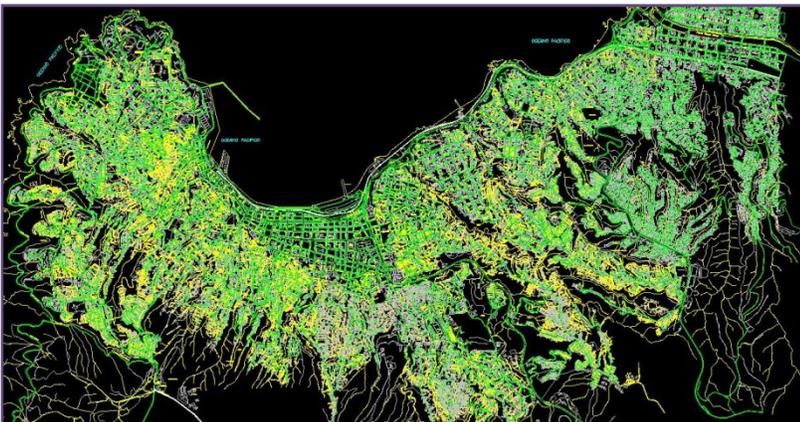
### 10.1 Ilustraciones

Ilustración 1: Ascensores de Valparaíso



Fuente: [www.iglesia.cl](http://www.iglesia.cl)

Ilustración 2: Vista de Valparaíso



Fuente: Consultora Cortal

**Ilustración 3: Iglesia de la Matriz**



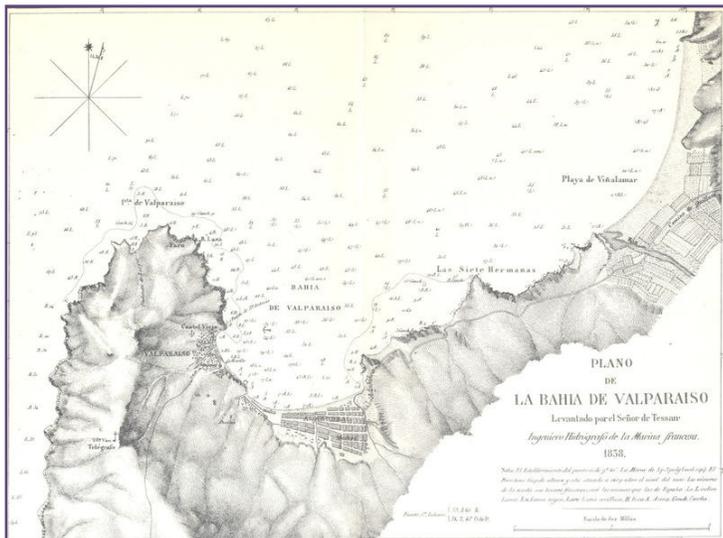
Fuente: [www.iglesia.cl](http://www.iglesia.cl)

**Ilustración 4: Valparaíso en 1842**



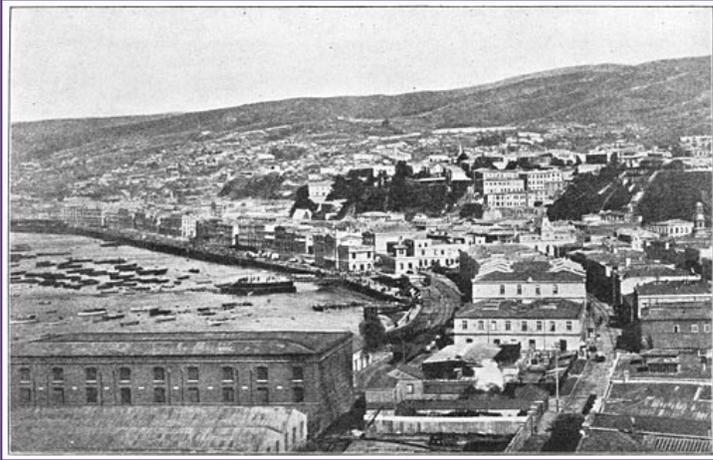
Fuente: [www.iglesia.cl](http://www.iglesia.cl)

**Ilustración 5: Plano de la Bahía de Valparaíso en 1838**



Fuente: Wikipedia

**Ilustración 6: Vista de la Bahía de Valparaíso en 1906**



Fuente: [www.iglesia.cl](http://www.iglesia.cl)

**Ilustración 7: Quebrada Márquez**



Fuente: Propia

**Ilustración 8: Plaza Echaurren**



Fuente: Propia

**Ilustración 9: Mercado Central**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 10: Iglesia de la Matriz**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 11: Ascensor Artillería**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 12: Ascensor Cordillera**



Fuente: Propia

**Ilustración 13: Incendio en la Calle Serrano, 3 de Febrero de 2007**



Fuente: <http://administracionpublica.wordpress.com>

**Ilustración 14: Muestra del Estado de Mobiliario Urbano.**



Fuente: Propia

**Ilustración 15: Muestra del Estado de Mobiliario Urbano.**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 16: Frontis del Mercado Puerto**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 17: Mirada interior desde el Segundo Piso del Mercado Puerto.**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 18: Circuito de Conexión de Atractivos Turísticos e Históricos en la Ciudad de Boston, Estados Unidos**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 19: Trabajos en la Calle Serrano**



**Fuente: Propia**

**Ilustración 20: Hoteles Existentes en el Barrio Puerto**



**Fuente: Propia**

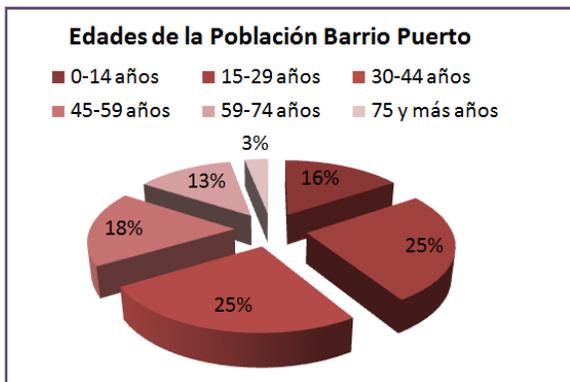
## 10.2 Gráficos

Gráfico 1: Población por Sexo, Barrio Puerto



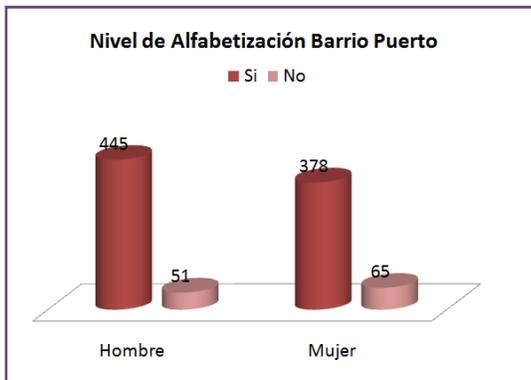
Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos del Censo Población y Vivienda 2002 a partir de Redatam Plus

Gráfico 2: Población por Estrato de Edades, Barrio Puerto



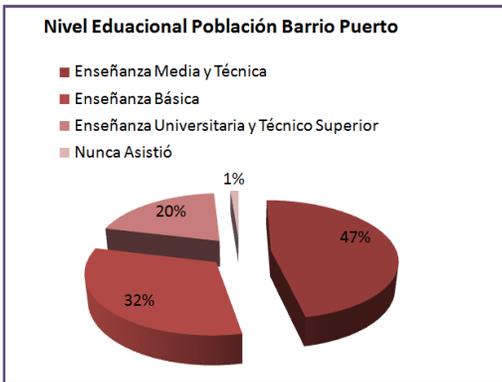
Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos del Censo Población y Vivienda 2002 a partir de Redatam Plus

Gráfico 3: Población Alfabetizada y Analfabeta Barrio Puerto

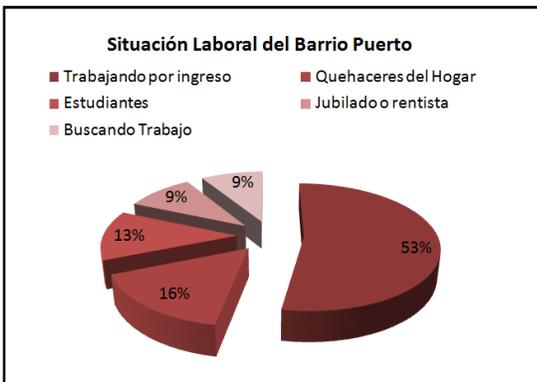


Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos del Censo Población y Vivienda 2002 a partir de Redatam Plus

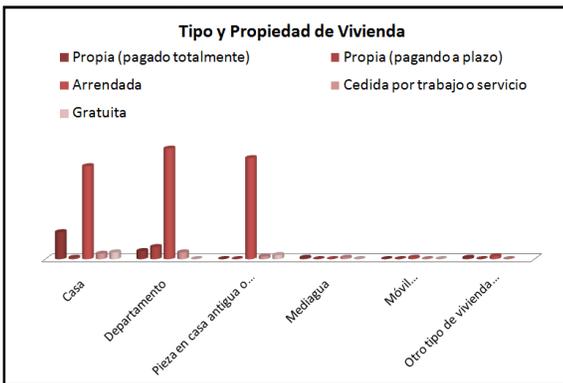
Gráfico 4: Último Nivel Aprobado de Enseñanza Formal del Barrio Puerto



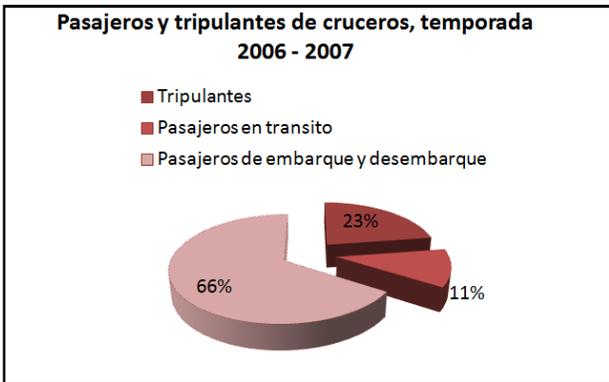
Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos del Censo Población y Vivienda 2002 a partir de Redatam Plus  
**Gráfico 5: Situación Laboral Barrio Puerto**



Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos del Censo Población y Vivienda 2002 a partir de Redatam Plus  
**Gráfico 6: Tipo y Propiedad de Vivienda Barrio Puerto**



Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos del Censo Población y Vivienda 2002 a partir de Redatam Plus  
**Gráfico 7: Pasajeros de cruceros, temporada 2006**



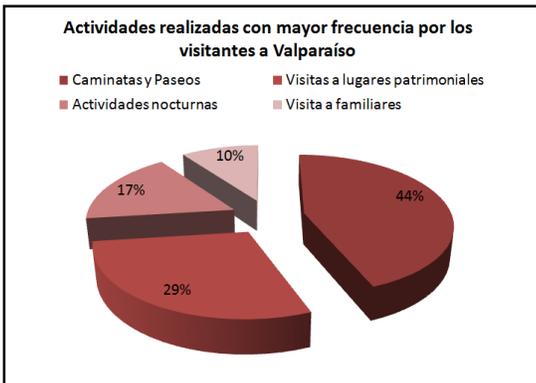
Fuente: Valparaíso Terminal de Pasajeros, temporada 2006-2007

Gráfico 8: Visitantes de cruceros por país



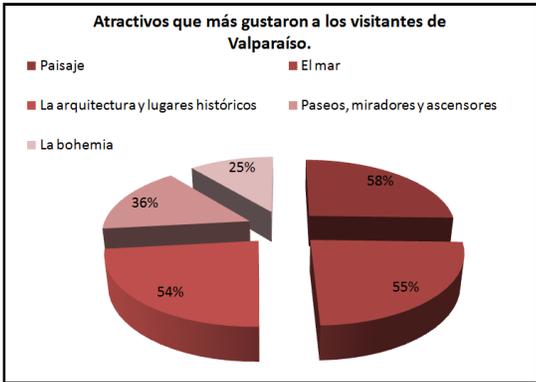
Fuente: VTP, año 2005

Gráfico 9: Actividades realizadas con mayor frecuencia visitantes de Valparaíso



Fuente: CONSETUR, Febrero 2006

Gráfico 10 : Atractivos que más gustaron a los visitantes de Valparaíso



Fuente: CONSETUR, Febrero 2006

## 10.3 Tablas:

Tabla 5: Principales Problemáticas Identificadas por la Comunidad del Barrio Puerto

	SOCIEDAD CIVIL	COMERCIANTES	INFANTO-JUVENIL
DESARROLLO ECONÓMICO	Comercio no atrae al turista.	Depresión colectiva del barrio.	Falta de Capacitación a la gente
	Desconocimiento del potencial del comercio local y tradicional de parte de las instituciones	Falta de clientela Falta de oportunidades	Falta de centros de práctica en el Puerto.
	Bajo nivel de escolaridad para los empleos.	Decaimiento en el ámbito socioeconómico o empobrecimiento de la población.	
	Falta de Oportunidades	Falta de motivación entre los comerciantes	
		Falta más acceso a recursos económicos: instrumentos públicos y créditos “blandos” de los bancos.	
		Poco flujo de público, no hay locomoción y el ascensor tiene un horario raro.	
	Contraposición del “interés turístico” de los ciudadanos.		

<b>CULTURA</b>	<b>Se espanta a los turistas</b>	<b>Asumir con seriedad</b>	<b>Faltan más tocatas.</b>
	<b>Faltan muchos espacios públicos.</b>	<b>mejoramiento de calle Serrano y Sotomayor.</b>	<b>Faltan talleres artísticos.</b>
	<b>Nos tienen como rojo y a los turistas los mandan a Viña.</b>	<b>Apurar proyectos aprobados: Mercado Puerto.</b>	<b>Falta sede cultural.</b>
	<b>Tendencia a la estandarización y escenografía.</b>	<b>Reparación de calles en el sector, vigilancia diaria, reparación de edificios tradicionales.</b>	<b>Faltan espacios para hacer campeonatos en el cerro.</b>
	<b>Se hace necesario un mayor conocimiento de los derechos de todo ciudadanos y su posible uso.</b>	<b>Apurar remodelación calle Serrano.</b>	<b>Muchos borrachos en las calles.</b>
	<b>Falta políticas deportivas.</b>		
	<b>Aclarar e informar los ítems de presupuestos detallados a la ciudadanía sobre patrimonio y cultura.</b>		
	<b>Insuficientes Centros Culturales.</b>		
	<b>Falta enseñar a los ciudadanos sobre su cultura.</b>		
	<b>Desconocimiento institucional de identidad y autenticidad propias.</b>		

<b>MEDIOAMBIENT</b>	<p>Falta enseñar a las personas aseo y convivencia comunitaria hacia sus sectores- seríamos un país más limpio.</p> <p>Mucha contaminación con los talleres donde arreglan vehículos.</p> <p>Plagas de ratas y termitas que están devorando las casas.</p> <p>Micro basurales, sitios eriazos, calles deterioradas.</p> <p>Falta de control de plagas urbanas, evacuación de desechos, aseo espacios públicos.,</p> <p>Integrar, constituir mesas de diálogo sobre éste tema Suciedad.</p> <p>Educación Ambiental (cómo y por qué cuidar el medioambiente).</p> <p>Sitios eriazos convertidos en micro basurales.</p> <p>Focos de basura en quebradas.</p>	<p>Problemas de medio ambiente: aseo público y aseo privado.</p>	<p>Falta crear conciencia en la gente para crear cultura en un barrio limpio y seguro.</p> <p>No hay limpieza en las calles.</p>
---------------------	--	--	--

<b>SEGURIDAD CIUDADANA</b>	Falta seguridad y apoyo de autoridades, más apoyo judicial.	Exclusión del sector por miedo a la delincuencia.	Muchos asaltos afuera del liceo.
	Ubicar a los traficantes de coca y marihuana.	Percepción de poca vigilancia policial.	La salida de la disco es peligrosa.
	Mucha drogadicción y delincuencia alto riesgo.	Sacar de las guías turísticas nacional e internacional la categoría de zona roja del barrio.	Existen muchas botillerías cerca del colegio. (muchos borrachos)
	Máquinas tragamonedas.	No se ve interés de las autoridades de ofrecer un turismo seguro. (Turistas de los cruceros no visitan el barrio).	
	Falta de seguridad para los niños de colegio y personas que regresan de sus labores como el trabajo y casas. (robos)		
	Mucha delincuencia, drogadicción y venta de drogas.		
	Poca iluminación en escaleras.		
	Falta de carabineros (comisaría- retén).		
	Cambiar la reforma procesal penal. Labor del alcalde (cuestionamiento a su política y proximidad a la policía)		
	Intranquilidad ciudadana – plan cuadrante.		
Micro tráfico de drogas.			

Fuente: Taller de validación final para el Diagnóstico de Imagen Objetivo y Propuestas para el desarrollo del Barrio Puerto de Valparaíso.

Tabla 6: Cifras históricas de cruceros, pasajeros y tripulantes en Valparaíso

Temporada	N° de Embarcaciones	N° de Pasajeros	N° de Tripulantes	Total
2002- 2003	38	51.740	16.767	68.507
2003-2004	41	51.454	17.774	69.228
2004-2005	44	53.455	17.428	70.883

<b>2005- 2006</b>	<b>43</b>	<b>67.084</b>	<b>20.800</b>	<b>87.884</b>
<b>2006-2007</b>	<b>41</b>	<b>65.000</b>	<b>18.980</b>	<b>83.980</b>

Fuente: Terminal de Pasajeros de Valparaíso

Tabla 7: Llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico Región de Valparaíso

<b>Chilenos</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total</b>
375.010	88.634	463.644

Fuente: SERNATUR, año 2006

Tabla 8: Pernoctación pasajeros en establecimientos de alojamiento turístico Región de Valparaíso

<b>Chilenos</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total</b>
690.532	230.070	920.602

Fuente: SERNATUR, año 2006

Tabla 9: Ocupabilidad por tipo de alojamiento y estadía media.

<b>Tasa de Ocupabilidad Habitaciones en Establecimientos de Alojamiento Turístico.</b>	<b>21%</b>
<b>Tasa de Ocupabilidad Habitaciones en Hoteles V Región de Valparaíso.</b>	<b>24,5%</b>
<b>Estadía o Pernoctación Promedio (Total pernoctaciones/Total Llegadas)</b>	<b>1,99 días</b>

Fuente: SERNATUR, año 2006

Tabla 10: Llegada de pasajeros chilenos y extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar

<b>Comuna</b>	<b>Chilenos</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total</b>
<b>Valparaíso</b>	<b>14.026</b>	<b>8.013</b>	<b>22.039</b>
<b>Viña del Mar</b>	<b>154.753</b>	<b>54.767</b>	<b>209.520</b>

Fuente: SERNATUR, año 2005

Tabla 11: Tasa de ocupabilidad de habitaciones en establecimientos de alojamiento turístico

<b>Comuna/Región</b>	<b>% Promedio anual</b>
<b>Valparaíso</b>	<b>25.8%</b>
<b>Viña del Mar</b>	<b>30.8%</b>
<b>V Región de Valparaíso</b>	<b>21.0%</b>

Fuente: SERNATUR, año 2005

Tabla 12: Crecimiento de las llegadas de turistas a Valparaíso

<b>Año</b>	<b>Llegadas</b>	<b>Crecimiento</b>
<b>2002</b>	<b>266.780</b>	

<b>2003</b>	274.496	1%
<b>2004</b>	236.893	-3%
<b>2005</b>	355.731	8%
<b>2006</b>	375.010	1%
<b>Crecimiento medio</b>		2%

Tabla 13: Pernoctación en establecimientos de alojamiento turístico

Comuna	Chilenos	Extranjeros	Total
Valparaíso	22.302	15.207	37.509
Viña del Mar	298.210	139.485	437.695

Fuente: SERNATUR, año 2005

Tabla 14: Promedio de Pernoctaciones de chilenos y extranjeros en establecimientos de alojamiento turístico (noches)

Comuna	Nacionales	Extranjeros	Total
Valparaíso	1.6	1.9	1.7
Viña del Mar	1.9	2.55	2.1

Fuente: SERNATUR, año 2005

Tabla 15: Llegadas y pernoctaciones en febrero 2007, según encuesta SERNATUR

Comuna	Llegadas		Pernoctaciones					
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros		
Valparaíso	195	33,4%	389	66,6%	321	36,8%	552	63,2%
Viña del Mar	2.142	54%	1.821	46%	6.290	39,6%	9.588	60,4%

Fuente: SERNATUR V Región, 2007

Tabla 16: Promedio de Pernoctaciones de chilenos y extranjeros en establecimientos de alojamiento turístico

Comuna	Tasa de Ocupación	Promedio Estadía	
		Nacionales	Extranjeros
Valparaíso	64,5%	1,6	1,4
Viña del Mar	73,7%	2,9	5,3

Fuente: SERNATUR V Región, 2007

Tabla 17: Actividades realizadas con mayor frecuencia visitantes de Valparaíso

Caminatas y paseos	38%
Visita a lugares patrimoniales	25%
Actividades nocturnas	15%
Visita a familiares	9%

Fuente: CONSETUR, Febrero 2006

Tabla 18: Atractivos que más gustaron a los visitantes de Valparaíso

<b>Paisaje</b>	<b>58%</b>
<b>El mar</b>	<b>55%</b>
<b>La arquitectura y lugares históricos</b>	<b>54%</b>
<b>Paseos, miradores y ascensores</b>	<b>36%</b>
<b>La bohemia</b>	<b>25%</b>

Fuente: CONSETUR, Febrero 2006

Tabla 19: Estudio de Oferta turística de Valparaíso.

<b>Ascensores</b>	<b>15</b>	<b>Villaseca Artillería Cordillera Concepción Espíritu Santo Florida Mariposas Monjas Larraín Barón Polanco Reina Victoria El Peral San Agustín Lecheros</b>
<b>Plazas</b>	<b>10</b>	Victoria Parque Italia Echaurren O'Higgins Pablo Neruda Waddington Simón Bolívar Wheelright Bismarck Sotomayor
<b>Monumentos</b>	<b>27</b>	
<b>Paseos y Miradores</b>	<b>9</b>	Mirador Portales Paseo Yugoslavo (Mirador Esperanza) Paseo Gervasoni (Paseo Mirador Muelle Barón) Paseo Atkinson Mirador Marina Mercante

			Paseo Dimalow Paseo 21 de Mayo (Mirador Esperanza)
<b>Circuitos turísticos</b>		5	Circuito Casco Histórico Circuito Cerro Alegre- Concepción Circuito Cerro Cárcel- Cementerios Circuito Cerro Bellavista, Museo Cielo Abierto, La Sebastiana Circuito Barón, Polanco y Av. Argentina.
<b>Alojamiento</b>	Hoteles	14	Publicados en Departamento de Turismo, con dirección, teléfono, correo y web.
	Casas de familia	16	Similar a formato de Hoteles, incluye residenciales.
	Bed and Breakfast	20	
	Hostales	25	
	Hoteles Boutique	7	
<b>Restaurant</b>	Pescados y mariscos	21	Registro con dirección y teléfono
	Comida Italiana	8	Registro con dirección, teléfono, e mail y web.
	Comida China	6	Registro con dirección y teléfono.
	Comidas Internacionales	12	Registros con dirección
	Cafés	11	Registros con dirección teléfono, e mail y web.
	Variedades	36	Registros con dirección y teléfono.
<b>Cultura y Entretención</b>	Museos	12	Registros con dirección, teléfono, e mail, web
	Salas de exposición	37	Registros con dirección y teléfono.
	Teatros y cines	8	Registros( 6 teatros, 2 salas de cine: dirección, teléfono, e mail y web.
	Bibliotecas	2	Registros con dirección y teléfono.

---

Pubs y Discoteques 29

Registros con dirección,  
teléfono, e mail y web.

---

**Fuente: “Análisis de Percepciones y Posicionamiento de la Oferta Turística de Entretenimiento, Cultura y Ocio para Valparaíso”**

Tabla 20: Catastro de oferta turística en la ciudad de Valparaíso (por orden alfabético).

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Ascensores	15
Arriendo de autos	6
Artesanías (lugares)	9
Asociación de Guías Turísticos	1
Bed and Breakfast	18
Bibliotecas de Valparaíso	2
Cafés	20
Casas de Cambio	4
Centros Culturales	13
Centros de Información Turística	5
Clubes de Valparaíso	2
Consulados en Valparaíso	11
Empresas de Transporte Turístico	5
Empresas de Turismo Aventura	2
Ferias y Mercados	3
Hostales	19
Hoteles Boutique	9
Hoteles (otra categoría)	15
Iglesias	19
Líneas de Taxis	3
Medios de Transporte Intercomunales	14
Museos	12
Paseos y Miradores	11
Playas	5
Plazas y Monumentos	35
Pubs y Discoteques	66
Residenciales	9
Restaurantes	103
Salas de Exposiciones y Galerías de Arte	35
Teatros y Cines	8
Tour Operadores y Agencias de Viajes	31
Universidades	8

Fuente: Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano, Valpomio

Tabla 21: Datos de Delincuencia en la Región de Valparaíso y en la Comuna de Valparaíso

<b>Denuncias en la Región de Valparaíso</b>				<b>Tasa de Crecimiento</b>
<b>Año</b>	2003	2004	2005	
<b>Total</b>	8912,0	9157,0	9725,0	2,03%
<b>Cada 100.000</b>	548,2	557,5	584,9	1,61%
<b>Índice</b>	153,0	155,3	162,9	1,61%
<b>% del País</b>	10,4%	9,8%	10,1%	

<b>Denuncias en la Comuna de Valparaíso</b>				<b>Tasa de Crecimiento</b>
<b>Año</b>	2003	2004	2005	
<b>Total</b>	1496,0	1828,0	1838,0	0,18%
<b>Cada 100.000</b>	537,8	658,1	662,6	0,23%
<b>Índice</b>	141,3	172,9	174,0	0,21%
<b>% de la Región</b>	16,8%	20,0%	8,9%	

<b>Detenciones en la Región de Valparaíso</b>				<b>Tasa de Crecimiento</b>
<b>Año</b>	2003	2004	2005	
<b>Total</b>	1319,0	796,0	839,0	1,77%
<b>Cada 100.000</b>	81,3	48,5	50,5	1,36%
<b>Índice</b>	203,3	121,2	126,2	1,36%
<b>% del País</b>	13,1%	9,6%	10,5%	

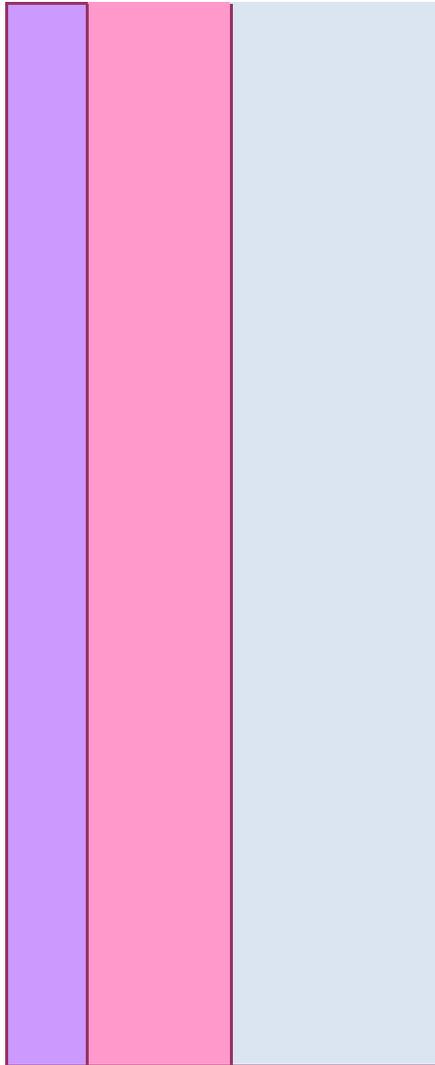
<b>Detenciones en la Comuna de Valparaíso</b>				<b>Tasa de Crecimiento</b>
<b>Año</b>	2003	2004	2005	
<b>Total</b>	431,0	239,0	214,0	-3,62%
<b>Cada 100.000</b>	154,9	86,0	77,1	-3,58%
<b>Índice</b>	374,3	207,9	186,4	-3,57%
<b>% de la Región</b>				

Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario de Estadísticas Criminales. Paz Ciudadana. 2005

**Tabla 22: Tabulación del Estudio Comparado**

		Quito	Ciudad de México. DF	Ciutat Vella	
Antecedentes Generales	Demografía	Número de Habitantes	1.399.378 hab	8.720.916 hab	96.000 hab.
		Superficie	290 km <sup>2</sup>	1,479 km <sup>2</sup>	4,31 % de la superficie de Barcelona
		Densidad	4.830 hab/km <sup>2</sup>	5.896 hab/km <sup>2</sup>	22.000 hab/km <sup>2</sup>
	Características Socioeconómicas	Según las estadísticas del (2001), los siguientes son los datos de la actividad económica de la capital de Ecuador: Tasa de desempleo: 7.90%, Tasa de subempleo: 45.20%, Ingreso mensual medio: 387 USD. La actividad económica es variada, destacándose el comercio, sobre todo informal. En la Plaza Ipiales, en el centro de Quito se encuentra uno de los principales mercados de la ciudad, dónde prolifera el comercio de textiles, sobre todo. Pero tiene una economía muy lenta y poco desarrollada que hace que no se abastezca al país.	El Distrito Federal es la entidad federativa que posee el índice de desarrollo humano (IDH) más elevado en México. Su coeficiente es de 0,8830, por encima del 0,8221 promediado por la república en su conjunto. El IDH se obtiene mediante el análisis de la disponibilidad de servicios de salud, niveles educativos e ingreso de una población. En el caso del Distrito Federal, el mejor indicador correspondió al ingreso, en el que obtuvo un 0,9018. En educación, el puntaje fue de 0,8997, mientras que en salud, el más reducido, fue de 0,8476. En el Distrito Federal se localizan cinco de las diez subdivisiones territoriales con mayor IDH en la República Mexicana. Estos fueron, en 2004, las delegaciones Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Tlalpan, Coyoacán y Cuajimalpa de Morelos.	Al final de la década de los setenta y mediados de los ochenta la población de la ciudad estaba envejecida, sin embargo se reducía y daba paso a la sustitución de residentes autóctonos por inmigrantes sin recursos . Los indicadores socioeconómicos presentaban elevados índices de paro, lo que unido a la pérdida de actividad económica marcaban una <a href="#">espiral de marginalización en el distrito</a>	

	Historia	Datos Históricos	<p>Fundado en el año 1534, como San Francisco de Quito, por el español Sebastián de Benalcázar. Punto de confluencia comercial y ceremonial de los pueblos indígenas. En el siglo XVI, era uno de los centros administrativos del Imperio Inca. Así, los españoles convirtieron la ciudad en Obispado (1545) y en Real Audiencia (1575). De esta época datan muchas de sus edificaciones más antiguas e importantes que se conservan hasta hoy. En 1830, se convirtió en la capital de la República del Ecuador. La fisonomía de las construcciones comenzó a cambiar, por el estilo neoclásico. El deterioro de la ciudad, comenzó a partir del año 1930, con el traslado de residentes desde el centro hacia nuevos lugares al norte de la ciudad. Las edificaciones del centro quedaron abandonadas y fueron habitadas por pobladores pobres y migrantes del campo.</p>	<p>Los más antiguos indicios de ocupación humana en el territorio del Distrito Federal proceden de Peñón y San Bartolo Atepehuacan (Gustavo A. Madero), y corresponden al período Cenolítico Inferior (9500-7000 adC)[7] . Durante los primeros tres milenios antes de nuestra era, bajo el influjo o a la sombra de la cultura olmeca, se desarrollaron aquí varias poblaciones importantes como Cuicuilco. Hacia el siglo VIII comenzó la decadencia de Teotihuacán. Algunos de sus habitantes se trasladaron a la ribera del lago de Texcoco, donde fundaron pueblos como Culhuacán, Coyoacán y Copilco. La zona fue destino de las migraciones de los teochichimecas durante los siglos VIII y XIII, pueblos que originarían a las culturas tolteca y mexicana. Estos últimos llegaron hacia el siglo XIV para establecerse primero en la orilla del lago, y luego en el islote de México, donde fundaron su capital. Junto con sus aliados, los mexicas dominaron un territorio de cerca de 300 mil kilómetros cuadrados. El florecimiento de Tenochtitlan fue interrumpido debido a la conquista española. En 1528 fue establecida la Primera Audiencia de México, encabezada por Nuño de Guzmán. En 1535 se creó el virreinato de Nueva España, siendo su primer virrey, Antonio de Mendoza. Durante la época</p>	<p>Ciutat Vella fue el centro político, industrial, comercial y financiero de Barcelona durante mucho tiempo. En el siglo XIX tuvo lugar la realización del Ensanche en el XIX, y junto con esto, el distrito comienza un proceso de degradación progresiva. Perdió peso económico y las clases de mayor renta emigraron a otras zonas de la ciudad. Esto significó que los barrios se vieran afectados por los problemas derivados de la falta de renovación del tejido urbano, deterioro de la vivienda, asentamiento de actividades marginales y precarias. Con el paso de los años se generaron importantes núcleos de marginalidad social y urbana. Por otra parte, el grado de centralidad del distrito incrementó la movilidad con todas sus secuelas: congestión, caída de la calidad ambiental por ruido, contaminación y riesgos</p>
--	----------	------------------	--	--	--



colonial, la Ciudad de México se llenó de suntuosas construcciones, ya fuera para el culto religioso, como edificios destinados a la administración, o bien, residencias de la élite criolla y peninsular. En contraste, la mayor parte de la población, indígena, vivía en la miseria en los barrios de la periferia y los pueblos ribereños o montañeses. Mientras el centro de la ciudad era objeto de constantes hermoseamientos (como las remodelaciones del Zócalo, o la pavimentación de las calles, a costa de los viejos canales); en las orillas la gente vivía en casas de bahareque asentadas sobre cenagales.

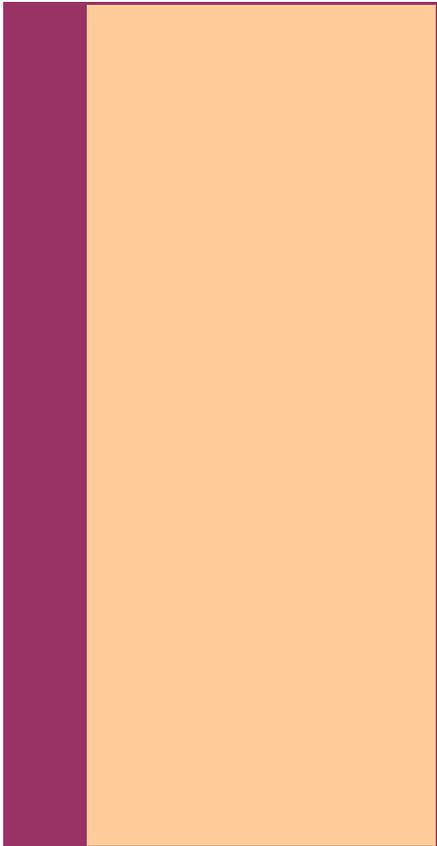
		<p>Características del Centro Histórico</p>	<p>El centro histórico de Quito, es el más grande y uno de los mejores preservados de América. Fue uno de los primeros en ser declarados patrimonio de la humanidad por parte de la UNESCO. El Centro Histórico de Quito se encuentra ubicado en el centro sur de la capital. Tiene cerca de 130 edificaciones monumentales y cinco mil inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales. Durante mucho tiempo, estuvo descuidado, lo que contribuyó al deterioro de muchas de sus edificaciones. La Empresa de Desarrollo del Centro Histórico, es la encargada de la restauración y conservación de iglesias, calles y plazas de este lugar. Se han implementado varios sitios turísticos. <b>Para este efecto, los miembros de la Policía Municipal han sido capacitados para servir de guías en los mencionados recorridos.</b> Por la noche, cuando las luces encienden la ciudad, es posible dar un paseo por el centro en un coche tirado por caballos al más puro estilo colonial. En la Plaza de la Independencia (también llamada Plaza Grande) se encuentra el Palacio de Gobierno que es la sede del poder ejecutivo.</p>	<p>El Centro Histórico o Primer Cuadro de la Ciudad de México es la parte de dicha ciudad que le dio origen y nacimiento a su posterior desarrollo y desenvolvimiento, y considerado patrimonio cultural de la Humanidad. El Centro Histórico nace antes de la llegada de los europeos a tierras americanas. Es el lugar a partir de donde la antigua Tenochtitlán se construyó, que fue destruido por los españoles, y donde estos reedificaron la capital de la Nueva España. Desde sus orígenes ha servido como el nacimiento de las cuatro calzadas principales de la antigua Tenochtitlán, y que aún en la actualidad, sobre las modernas edificaciones de la Ciudad de México, conservan su trazado y utilidad. Debido a su relevancia histórica a lo largo de varias épocas, actualmente se pueden encontrar numerosas plazas públicas, edificios, palacios, templos, museos y mercados que son punto de referencia y han sobrevivido el paso del tiempo. Es el Centro Histórico el que rebautiza a la Ciudad de México con el sobrenombre de La Ciudad de los Palacios.</p>	<p>Ciutat Vella cuenta con una estructura urbanística de origen medieval fuertemente densificada: calles con dificultad de adaptarse a las necesidades actuales y edificios degradados. El 70% de las viviendas existentes fueron construidas antes de 1900; la superficie media de las viviendas es de 60 m<sup>2</sup>, pero el 60% de todas ellas no alcanzan dicho tamaño. Siete mil viviendas no disponían de baño privado y tan sólo el 10% contaba con ascensor, circunstancia especialmente relevante en relación con el alto número de ancianos residentes. De los 6.300 edificios existentes, un 2% se encontraba en estado ruinoso. Sólo el 60 % de las viviendas disponía de conducción de gas. Además existe contaminación, ruidos y congestión</p>
--	--	---	---	---	--

## Patrimonio o normas de conservación

La capital del Ecuador fue declarada Patrimonio de la Humanidad en 1978, año en que la UNESCO hizo su primera selección de los sitios que el hombre debe proteger como parte de su memoria.

El Distrito Federal cuenta con un patrimonio arquitectónico cuya antigüedad se remonta a la época prehispánica. Existen en la entidad numerosos testimonios de la ocupación milenaria del Valle de México, como la pirámide de Cuicuilco al sur de la ciudad; la pirámide del Fuego Nuevo y los recientes descubrimientos arqueológicos en el Cerro de la Estrella; los restos del Templo Mayor de Tenochtitlan a un costado de la Catedral; y la emblemática Plaza de las Tres Culturas de Tlatelolco. Durante la época colonial, en la Ciudad de México y varios pueblos localizados en las inmediaciones de los lagos del Anáhuac fueron construidas numerosas construcciones que hoy forman parte del patrimonio material de la nación mexicana, y son protegidos por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Sólo en el Centro Histórico existen mil 436 edificios históricos repartidos en 9 km<sup>2</sup> de superficie[6]. La gran cantidad de suntuosas construcciones que poseyó la capital durante la época virreinal valieron que Alejandro de Humboldt le llamara Ciudad de los Palacios. En 1987, la UNESCO inscribió el Centro Histórico y Xochimilco en la lista del Patrimonio de la Humanidad[7]. Entre los edificios más notables de la época colonial hay que señalar a la Catedral, el Palacio Nacional

El distrito de Ciudad Vella fue declarado Área de Rehabilitación Integrada y se creó para éstos fines una institución que articulaba los diferentes proyectos en la ciudad. Esto permite aglutinar en un solo documento las inversiones y los programas de actuación de los diferentes Planes Especiales de Reforma Interior. Lo anterior permite dar una racionalidad global al conjunto, permitiendo asignar recursos con mayor eficacia y priorizar las zonas de intervención.



y la Casa de los Azulejos en el primer cuadro de la ciudad; en Chapultepec, el Castillo que actualmente aloja al Museo Nacional de Historia; en Xochimilco destaca su Catedral, y en Coyoacán, el edificio del Ayuntamiento.

Propuesta de rehabilitación

Proyecto: "Desarrollo integral del centro histórico de la ciudad de Quito", El objetivo del programa: "Dotar al centro histórico de un área urbana renovada con dimensión humana, calidad de vida, desarrollo social solidario y ambiente seguro para la inversión del sector privado"

Diciembre de 1990: se constituye el Patronato del Centro Histórico, integrado por personalidades de la cultura, la comunicación y los negocios. Se creó a partir de esto un organismo privado denominado Fideicomiso del Centro Histórico de la Ciudad de México, como un instrumento de acción compartida entre el gobierno del Distrito Federal y los distintos actores sociales y privados. En el 2002, el Fideicomiso fue convertido en un organismo público, con recursos del Gobierno del Distrito Federal. En este primer año como organismo público, asignó 50 millones de US dólares al Fideicomiso para obras de infraestructura, arreglo de fachadas y mobiliario urbano en un perímetro de 34 manzanas. "¡Échame una manita!" fue el primer programa para la conservación del Centro Histórico. Se desarrolló de 1991 a 1994.

Desde 1987 el Plan de Rehabilitación Integral para el conjunto de Ciutat Vella desarrolla diferentes programas sectoriales de intervención. Programas que afectan al urbanismo, la vivienda, las infraestructuras, los espacios públicos, el equipamiento y las dotaciones, bienestar social, la revitalización económica, movilidad, accesibilidad y seguridad. Las actuaciones de liberación de suelo se realizan con la ayuda de la capacidad expropiatoria de la administración municipal. Todas las familias residentes en zonas de remodelación tienen la posibilidad de escoger entre una indemnización económica o su realojamiento en viviendas de promoción pública. Existe un grado de conciencia sobre la necesidad de realizar un programa de renovación urbana, de manera que todas las administraciones con competencias en el proceso participan a través de un consenso. **También los residentes y comerciantes participan activamente en la toma de decisiones que afectan a sus respectivos intereses.** Esta participación de la sociedad civil en el proceso ha sido de especial importancia, permitiendo la identificación general del ciudadano con el proyecto. Además de las medidas de participación contempladas en las ordenanzas, se han desarrollado mesas y comisiones de participación vecinal y de

				<p>asociaciones en prácticamente todas las acciones que se han desarrollado dentro del Plan integral.</p>
--	--	--	--	---

Recuperación	Financiamiento	<p>En total son US\$51,3 que han sido financiados según la siguiente distribución : el Banco Interamericano de Desarrollo otorgó un préstamo por US\$41,0 millones y localmente el aporte al proyecto fue de: US\$10,3 millones.</p>	<p>En general la política de financiamiento fue mixta, es decir de con créditos a particulares y subsidios. La gran mayoría pudieron llevarse a cabo con recursos propios. Las obras públicas fueron financiadas a través de recursos presupuestales del Gobierno de la Ciudad. El esquema de financiamiento operó con recursos de Nacional Financiera, a través de sus intermediarios financieros. Además, para reforzar la atención a los pequeños negocios, se pudo contar con el respaldo del Fondo de Desarrollo Económico y Social del Distrito Federal (FONDEF), a través de sus programas de capacitación, asistencia técnica y financiamiento. El respaldo financiero se otorgó para capital de trabajo e inversiones fijas. Las tasas de interés preferenciales, pero no subsidiadas. La evaluación de la solicitud de financiamiento se realizó conforme a las políticas crediticias de cada institución, en función de la viabilidad del proyecto, del flujo de efectivo que permitiera su pago, y la existencia de una garantía que lo respaldara, que podía ser a través de bienes inmuebles, avales o fianzas.</p>	<p>Desde 1987 a 1994 se han canalizado inversiones hacia Ciutat Vella por valor de 86.000 millones de pesetas que desglosadas corresponden a: vivienda (16.279), infraestructuras (12.699), aparcamientos (3.579), espacios públicos (18.077), equipamiento-ciudad (15.874), Universidad (9.675) y equipamiento de barrio (9.969).</p>
	Áreas de Intervención	<p>Refuncionalidad del centro histórico para su reactivación económica.</p>	<p>Restauración, rehabilitación y construcción de inmuebles</p>	<p>Creación de complejidad y diversidad urbana que favorezca la revitalización integral del distrito en sus diferentes</p>

			aspectos.
	Dotación de servicios comunitarios- infraestructura, mobiliario y señalización.	Reacondicionamiento de establecimientos comerciales y de servicios	Mantenimiento de la población en la zona que se ha concretado hasta la fecha en la reubicación en el propio distrito de 1.300 familias afectadas por realojos.
		Restauración de fachadas y rehabilitación de obras exteriores	Urbanismo y vivienda. Generación de suelo para desarrollar políticas de vivienda tanto de promoción público como de iniciativa privada. Acometer la rehabilitación integral del mayor número posible de edificios adquiridos con el fin de destinarlos al realojo de familias afectadas por la reforma urbanística. Promover la rehabilitación privada de los edificios y viviendas de Ciutat Vella. Conservación del patrimonio arquitectónico. Generar nuevo espacio público para atenuar la degradación existente en la trama urbana y permitir su renovación física. La creación de parques y zonas verdes ocupa un lugar significado, al igual que la mejora del viario (se han plantado más de 4.000 árboles).La transformación de la fachada marítima del distrito es otro elemento destacable.
			Mejora en las infraestructuras

		<p>Realizar las obras públicas necesarias que supongan mejoras en la movilidad, las condiciones de salubridad y en la modernización de las redes de suministro de las compañías de servicio.</p>
		<p>La revitalización económica, promoviendo la reactivación de las actividades económicas, dignificando la zona mediante la expulsión de actividades no deseadas y conformando un entorno atractivo para la localización de nuevas actividades. Implantación y fortalecimiento de actividades fuertes - universidad, oferta cultural...-que dote de centralidad al distrito. <b>Promocionar los valores visitables de lo que constituye la ciudad histórica de Barcelona.</b></p>
		<p>Un nuevo modelo de movilidad, modificando a medio plazo las cuotas de reparto de los distintos modos de transporte que se dan cita en el centro histórico. Incrementar los viajes a pie, a la vez que se aumenta el uso del transporte público y el de la bicicleta en detrimento del vehículo privado de paso, sin olvidar las necesidades de circulación y estancia los residentes.</p>

Proyectos Específicos	<p>Elevar la actividad turística y cultural: Ruta turística por los 20 principales atractivos; tres hoteles 250 plazas; refuncionalización de inmuebles históricos: Museo de la Ciudad; Centro Cultural Metropolitano.</p>	<p>Intervención de 26 inmuebles del Centro Histórico</p>	<p>Mosaico de zonas verdes y plazas públicas, entrelazadas por calles con un marcado componente peatonal, que tiene consecuencias positivas sobre el tráfico.</p>
	<p>Asociación con el sector privado: 3 centros comerciales; 3 cines; centros de diversión nocturna; rehabilitación de teatros antiguos.</p>	<p>Superficie construida rehabilitada: 898,675 m2</p>	<p>Se refuerza con la peatonalización -que incluye circuitos señalizados- e incremento del espacio público en la zona, especialmente en las calles y zonas comerciales.</p>
	<p>Recuperar la vocación residencial: proyecto de vivienda solidaria 800 departamentos; vivienda de baja densidad.</p>	<p>Superficie de fachadas intervenidas: 398,205 m2</p>	<p>Eliminación de barreras arquitectónicas, así como la creación de ejes para bicicletas.</p>
	<p>Adecuar la infraestructura: aceras y calzadas renovadas 80% de cobertura.</p>	<p>El 58 % de los inmuebles intervenidos eran catalogados como monumentos históricos o artísticos por el INAH o por el INBA.</p>	<p>Regulación del acceso de vehículos, experiencia piloto que se lleva a efecto en el barrio de la Ribera.</p>
	<p>Servicios: agua potable y alcantarillado, renovación de estructuras y nuevas acometidas; teléfonos, líneas subterráneas, ampliación de cobertura; electricidad, líneas subterráneas.</p>	<p>El 94 % de las obras las realizó el sector privado, con el 67.8 % de la inversión total (la inversión total fue de 151.5 millones de dólares[3]).</p>	<p>Se experimenta con tecnologías innovadoras aplicadas a una gestión integrada de la movilidad urbana para implantar sistemas de control del acceso de vehículos a zonas restringidas. El sistema aplicado persigue reducir el tráfico en el interior de la zona mediante la restricción física al acceso que permita el paso tan solo a los vehículos autorizados durante los periodos preestablecidos. Se utiliza una tecnología de tarjeta inteligente con bolardos</p>

			<p>retráctiles gobernables desde el Centro de Control de Tráfico. Durante el período de libre acceso -carga y descarga- los bolardos se encuentran escondidos bajo la calzada.</p>
<p>Dotar de mobiliario urbano</p>		<p>El 23 % de las obras fueron de restauración integral de inmuebles; el 8 %, de obras nuevas; 18 % para acondicionar locales comerciales, y en un 51 % de los casos las obras consistieron solamente en intervenir las fachadas de los inmuebles (por lo que algunos criticaron al programa como una acción de puro "fachadismo!).</p>	
		<p>Se iniciaron las obras de restauración de un Hospital , varias oficinas de un banco, y la creación de un Hotel.</p>	
		<p>Con el Programa de Rescate de Calles se recuperó la imagen urbana de la zona, a través de <b>nuevos pavimentos, banquetas, iluminación, mobiliario urbano.</b></p>	
		<p>Entró en operación el programa turístico "Paseo por el Centro con tres TRANVÍAS" haciendo recorridos por los sitios más importantes, con la compañía</p>	

		de guías profesionales multilingües.	
		Se presentaron grandes exposiciones.	
Fortalezas			Previamente a la actuación se había consolidado un proyecto urbanístico concreto, con un orden de prioridades claro que se ha llevado adelante en diferentes fases.
			Un alto nivel de participación
			Amplio consenso entre todos los agentes que participan en el proceso.
			Una Administración municipal decidida a realizar el esfuerzo económico y organizativo necesario.
			Un estado de necesidad sin paliativos que ha forzado la intervención.
Debilidades			Disposición de un importante valor de centralidad y de patrimonio histórico y arquitectónico.
			La necesidad de disponer de un amplio parque de viviendas para el realojamiento de familias afectadas por los derribos urbanísticos.
			Infraestructuras viejas o inexistentes.

				<p>Mala accesibilidad desde el resto de la ciudad.</p>
				<p>Estructura comercial envejecida e inadecuada a las prácticas modernas. Gran número de locales comerciales sin actividad.</p>
				<p>La degradación urbanística y social había creado una mala imagen del distrito en la ciudad que es difícil combatir a pesar de los cambios realizados.</p>
				<p>Predominio de edificación residencial de mala calidad y por tanto grandes dificultades de reinversión en rehabilitación.</p>
				<p>Problemas para la extensión del programa de acceso restringido de vehículos a la zona por la necesidad de disponer de rutas alternativas mediante calles principales con capacidad para soportar el tráfico al que se impide el acceso. Generar una oferta suficiente de parking alrededor de las calles desvío.</p>

Fuente: Elaboración Propia