**Informe Final**

**Etapa III**

**01 de enero de 2014 al 10 de agosto de 2014**

BIENES PÚBLICOS PARA LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

PROYECTO " ELABORACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL DE BARRIOS: EL CASO DE YUNGAY COMO REFERENTE TURÍSTICO, CULTURAL, PATRIMONIAL, GASTRONÓMICO Y DE INDUSTRIAS CREATIVAS PARA CHILE"

Código de Proyecto: 12BPCR-16624

**Institución Ejecutora: Corporación Santiago Innova**

Santiago, 10 de septiembre de 2014

# ****INDICE****

[1. INDICE 2](#_Toc398143192)

[INDICE ANEXOS 3](#_Toc398143193)

[2. INTRODUCCIÓN 6](#_Toc398143194)

[3. FECHA INICIO / TÉRMINO DE LAS ACTIVIDADES 7](#_Toc398143195)

[4. DESARROLLO DE ACTIVIDADES Y LOGROS ETAPA III 9](#_Toc398143196)

[4.1. Coordinación con asociados mandantes: 9](#_Toc398143197)

[4.2. Trabajo continuo de Comunicaciones: 10](#_Toc398143198)

[4.2.1. Foco Comunicacional 10](#_Toc398143199)

[4.2.2. Informes de Prensa 11](#_Toc398143200)

[4.2.3. Social Media 11](#_Toc398143201)

[a Página Web 11](#_Toc398143202)

[b Facebook 12](#_Toc398143203)

[c Actualización Canal de Youtube del Barrio 13](#_Toc398143204)

[4.2.4. Eventos 13](#_Toc398143205)

[a Fiesta del Roto Chileno (15 al 20 de enero de 2014) 13](#_Toc398143206)

[b Aniversario del Barrio (5 de abril) 13](#_Toc398143207)

[c Semana del Patrimonio (25 mayo) 14](#_Toc398143208)

[d Seminario-taller “Barrio Yungay: ¿Cómo articular Identidad, Participación ciudadana y Turismo?” 14](#_Toc398143209)

[4.2.5. Creación de Piezas Gráficas 14](#_Toc398143210)

[4.2.6. Edición de Documentos 15](#_Toc398143211)

[4.3. Etapa III: Actividades ejecutadas 16](#_Toc398143212)

[4.3.1. Etapa 2: Transferencia e Implementación del Modelo de Gestión Turística. 17](#_Toc398143213)

[2.1.1. Etapa 3: Difusión del Modelo de Gestión a empresarios e instituciones culturales del Barrio Yungay. 21](#_Toc398143214)

[3. CARTA GANTT 33](#_Toc398143215)

[4. IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDADES QUE PARTICIPARON DE LAS ACTIVIDADES 35](#_Toc398143216)

[Coordinación con asociados mandantes: 35](#_Toc398143217)

[5. LOGROS DESTACABLES CON LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO 43](#_Toc398143218)

[6. AVANCE EN LOS INDICADORES 46](#_Toc398143219)

[7. RESULTADOS Y CONCLUSIONES 50](#_Toc398143220)

# ****INDICE ANEXOS****

1. Antecedentes del proyecto.
2. Minuta reunión de comunicaciones.
3. Informes de prensa.
4. Modificaciones en el sitio web.
5. Posteos y publicaciones en Facebook.
6. Salidas de prensa.
7. Eventos.
8. Fiesta de la Primavera 2013.
9. Fiesta del Roto Chileno.
10. Estrategia de navegación.
11. Material gráfico paseos turísticos.
12. Capitalización de encuentro de reflexión Barrio Yungay.
13. Manual de conceptos y entidades participantes.
14. Evaluación de indicadores inicial.
15. Invitación Taller con la Comunidad.
16. Invitación Estudio de Capacidad Carga Turística.
17. Taller con la Comunidad y Asistentes
18. Consulta Buenas Prácticas y Turismo Sustentable.
19. Registro gráfico de la actividad.
20. Coordinación de práctica Constanza Villalobos.
21. Informe y carta de práctica Constanza Villalobos.
22. Lista de asistentes reunión estudios turismo.
23. Estrategia comunicacional de fomento de visitación.
24. Reunión de coordinación proyecto Yungay Turismo Sustentable.
25. Cuestionario de evaluación de transferencia de modelo.

**Anexo 27**: Videos

27-1 Material audiovisual Barrio Yungay- 2013

* Fiesta de la Primavera Barrio Yungay, 2013
* Voces por Yungay

27-2 Material audiovisual Barrio Yungay- 2014

* Tráiler Barrio Yungay
* Documental Barrio Yungay
* Seminario Barrio Yungay, 2014

**Anexo 28:** Fotografías

28-1: Fotografías 2013:

* Semana del Patrimonio, 2013
* Seminario Barrio Yungay, 2013
* Fiesta de la Primavera, 2013

28-2: Fotografías 2014:

* Hitos del Barrio Yungay.
* Fiesta del Roto Chileno, 2014
* Semana del Patrimonio, 2014
* Seminario-Taller Barrio Yungay, 2014

**Anexo 29:** MailChimp Campaigns

**Anexo 30:** Material gráfico Seminario 2014

* Afiches.
* Pendones.
* Carpetas.
* Invitaciones.
* Bolsa.

**Anexo 31:** Folletos Paseos turísticos Barrio Yungay

**Anexo 32:** Material gráfico Semana del Patrimonio 2014.

**Anexo 33:** Presentaciones reuniones

**Anexo 34:** Registro de Asistencia Reuniones: listas y fotografías

**Anexo 35:** Informes de Gestión de medios.

**Anexo 36:** Registro Social Media

**Anexo 37:** Listas de asistencia al Seminario-Taller

37-1: Lista de asistencia Seminario, 29/07 y 30/07

37-2: Lista de asistencia Talleres de trabajo

**Anexo 38:** Expositores Seminario taller 2014

**Anexo 39:** Programa Seminario-taller

**Anexo 40:** Libro Barrio Yungay.

**Anexo 41:** Plan de marketing Barrio Yungay.

**Anexo 42:** Capitalización Seminario 2013

**Anexo 43:** Resumen Coloquio EcoDesarrollo Usach.

**Anexo 44:** Instructivo Talleres de trabajo

**Anexo 45:** Instrumento de evaluación transferencia

**Anexo 46**: Registro invitaciones encuentro Seminario-Taller 2014

**Anexo 47:** Cartas Agradecimiento Asistencia.

**Anexo 48:** Registro Experiencias internacionales con actores sociales- Leo Orellana

# INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al informe final del proyecto “Elaboración de un Modelo de Gestión Integral de Barrios: El caso de Yungay como referente de Desarrollo Económico, Turístico, Cultural, Patrimonial, Gastronómico y de Industrias Creativas para Chile”, a cargo del beneficiario Corporación Santiago Innova y contando con los asociados mandantes SERNATUR Región Metropolitana, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Región Metropolitana e Ilustre Municipalidad de Santiago. Este reporte presenta, por una parte, los avances detallados y globales logrados entre el 01 de enero 2014 y el 10 de agosto 2014; y por otra parte da cuenta de los logros alcanzados a lo largo del proyecto, resumiendo las actividades que han sido detalladas en los informes de las etapas I y II.

El proyecto en su ejecución global ha alcanzado un 100% de cumplimiento de las actividades y resultados propuestos, considerando las actividades planificadas inicialmente, y completadas en la etapa I y II y en la etapa III que será detallada a continuación.

Entre los logros más importantes que cabe destacar de esta fase; en primer lugar, se cuenta la realización del encuentro de reflexión, concertación y consolidación de acciones, denominado Seminario-taller “Barrio Yungay: ¿cómo articular identidad, participación ciudadana y turismo?”. Este encuentro se llevó a cabo durante el mes de julio 2014 y contó con la participación de variados actores de la sociedad civil, institucionales y académicos, donde fue posible aunar experiencias nacionales e internacionales. En segundo lugar, se realizó la sistematización y síntesis del proyecto a través de la publicación en formato de libro. Este trabajo significó la integración de diversos logros alcanzados en el desarrollo del modelo de gestión turística, como lo fue el diálogo con los actores sociales del barrio, la propuesta del modelo de visitación turística presentado en la Etapa II y la propuesta del producto turístico; todo esto acompañado de fotografías actuales e históricas de Yungay. Finalmente, y luego de los avances obtenidos en la etapa anterior, se generó la propuesta final de producto turístico, la cual fue validada y compartida con los vecinos del barrio, además d otras instituciones públicas y privadas.

A continuación y para una mejor compresión de la información aportada, primero se presentan una síntesis de las actividades desarrolladas a lo largo del proyecto, indicando fecha de inicio y termino de las mismas. Luego se da cuenta de las actividades que corresponden a esta tercera y última etapa. En tercer lugar se realiza una síntesis de los logros alcanzados en la ejecución total del proyecto. A modo de cierre se presenta el cumplimiento de los indicadores y se cierra el informe con una sección de resultados y conclusiones de las actividades desarrolladas.

Al finalizar este proceso de diálogo y trabajo permanente con actores sociales, traspasamos nuestro profundo agradecimiento a las organizaciones sociales, organismos mandantes, instituciones públicas y también privadas, que colaboraron en el desarrollo de algunas de las tantas actividades llevadas a cabo a lo largo de este desafío.

# FECHA INICIO / TÉRMINO DE LAS ACTIVIDADES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Fecha de inicio | Fecha término |
| **Etapa 1: Desarrollo de un Modelo de Gestión Turística de clase mundial para Barrio Yungay** |   |   |
| **Actividad 1:** Catastro y adecuación de estudios e información (Estudios de instituciones y actores relevantes como Sernatur, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Municipio, etc.). Levantamiento de información y formación de línea base de trabajo. | 18 diciembre 2012 | 17 enero 2013 |
| **Actividad 2:** Elaboración de mediciones de la realidad actual y construcción de nuevos indicadores para medir el impacto del proyecto con respecto a temas como N° de patentes comerciales del sector, ventas de los establecimientos relacionados con la oferta turística, N° de vistas a museos y otros atractivos, estadísticas de seguridad ciudadana, indicadores de crecimiento urbano, permisos de edificación, modificaciones al plano regulador, etc. | 1 julio 2013 | 31 octubre 2013 |
| **Actividad 3:** Generar informe de capacidad de carga del Barrio, a partir de un estudio de campo. | 1 julio 2013 | 31 octubre 2013 |
| **Actividad 4:** Traída de experto para transferencia de experiencias exitosas. | 1 julio 2013 | 31 octubre 2013 |
| **Actividad 5:** Desarrollo de Modelo de Gestión en base a antecedentes recopilados. | 1 julio 2013 | 31 diciembre 2013 |
| **Actividad 6:** Validación del Modelo con actores relevantes e Instituciones Mandantes. | 1 julio 2013 | 31 diciembre 2013 |
| **Actividad 11:** Desarrollo de imagen corporativa del Barrio Yungay y de los productos turísticos. | 1 abril 2013 | 31 julio 2013 |
| **Actividad 23:** Organización de Talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del barrio y a los encargados de los atractivos del sector. | 1 abril 2013 | 29 junio 2013 |
| **Etapa 2: Transferencia e Implementación del Modelo de Gestión Turística.**  |  |  |
| **Actividad 7:** Diseño de metodología participativa de transferencia a través de diferentes instrumentos: talleres de capacitación, aplicaciones web, manuales de operación, etc. | 1 noviembre 2013 | 31 diciembre 2013 |
| **Actividad 8:** Formación de equipos a cargo de la transferencia del Modelo en Sernatur, Dirección de Turismo de la Municipalidad, Profesionales de Santiago Innova. | 1 diciembre 2013 | 31 enero 2013 |
| **Actividad 9:** Evaluación de equipo capacitado. | 1 enero 2014 | 31 enero 2014 |
| **Actividad 10:** Diseño y desarrollo de circuitos turísticos | 1 noviembre 2013 | 31 enero 2014 |
| **Actividad 12:** Elaboración de materiales de apoyo para la transferencia del Modelo al usuario final. | 1 noviembre 2013 | 31 enero 2014 |
| **Etapa 3: Difusión del Modelo de Gestión a empresarios e instituciones culturales del Barrio Yungay.**  |  |  |
| **Actividad 13:** Evento de lanzamiento del Modelo de gestión | 1 marzo 2014 | 30 de abril de 2014 |
| **Actividad 14:** Traída de experto para taller de trabajo con empresas en temáticas que aborden las brechas específicas detectadas. | 1 marzo 2014 | 30 de abril de 2014 |
| **Actividad 15:** Desarrollo de plan de implementación del Modelo. | 1 enero 2014 | 28 febrero 2014 |
| **Actividad 16:** Organización de talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del Barrio y a los encargados de los atractivos del sector. | 1 marzo 2014 | 30 abril 2014 |
| **Actividad 17:** Elaboración de una estrategia de comercialización del “producto” Yungay con los empresarios turísticos de la región. | 1 marzo 2014 | 30 abril 2014 |
| **Actividad 19:** Definir e implementar acciones de marketing para mejorar el posicionamiento del Barrio. | 15 de feb de 2014 | 15 de julio de 2014 |
| **Actividad 20:** Medición del impacto de la implementación del proyecto. | 1 de junio de 2014 | 31 de julio de 2014 |
| **Actividad 21:** Publicación final con los resultados del proyecto. | 1 de junio de 2014 | 31 de julio de 2014 |

# DESARROLLO DE ACTIVIDADES Y LOGROS ETAPA III

## Coordinación con asociados mandantes:

 En las etapas I y II se organizaron reuniones mensualmente sobre los avances y la planificación del proyecto. (Ver Anexo N° 34). Para la fase III no fue posible programar reuniones mensuales en consideración al periodo de vacaciones (mes de febrero), responsabilidades institucionales de los socios mandantes relacionadas con el cambio de gobierno, y el mes de mayo (mes del patrimonio). Se sostuvieron 4 reuniones de coordinación durante el periodo, las cuales se indican a continuación:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **fecha** | **Temas**  | **Participantes** |
| **08/01/2013** | Avances y planificación proyecto (asesoría turismo) | Santiago Innova: Els Lauriks, Álvaro Bustos, Pamela Betancourt, Ignacio Salas, Constanza Villalobos, Sandra Chicao Sernatur: Bernardita BasCNCA: Daniela Mahana, Ariel FührerIMS: Isabel BórquezBS&G: Miguel García, Carolina Casals, Pablo Soriano |
| **03/04/2014** | Avances y Planificación del proyectoEvaluación Equipo capacitado a cargo de transferencia | Santiago Innova: Fernanda Huaracan, María Fernanda Castillo, Matias Bilbao, Camilo Kong, Sernatur: Bernardita Bas.CNCA: Pilar Vicuña, Ariel FuhrerMuni. Stgo: Isabel Borquez.BS&G: Miguel García |
| **12/06/2014** | Avances y Planificación proyecto* Trabajo en terreno
* Actividades tercera etapa
* Publicación
* Productos turísticos
* Avances seminario
 | Santiago Innova: Fernanda Huaracan, Felipe Godoy, Isabel Bussenius. Sernatur: Bernardita Bas.CNCA: Isadora Leighton.Muni. Stgo: María de los Ángeles Astudillo |
| **26/06/2014** | Avances y Planificación proyecto* Actividades tercera etapa
* Publicación
* Productos turísticos
* Avances seminario
 | Santiago Innova: Alvaro Bustos, Fernanda Huaracan, Felipe Godoy, Isabel Bussenius, Sebastian Zelada. Sernatur: Bernardita Bas.CNCA: Isadora Leighton.Muni. Stgo: Isabel Borquez. |

## Trabajo continuo de Comunicaciones:

Para potenciar la visibilidad del proyecto, tanto entre los actores vinculados al proyecto (públicos y privados) como a nivel barrial, sigue trabajando para el proyecto la consultora de profesión periodista, Sandra Chicao Peralta, cuya gestión se orientó al desarrollo de una serie de herramientas comunicacionales, de creación, desarrollo y mantención de contenidos de interés para los diversos actores.

En la última fase del proyecto, el trabajo de comunicaciones tuvo foco en definir e implementar acciones de marketing para favorecer el posicionamiento del barrio. Las actividades desarrolladas son las siguientes:

## Foco Comunicacional

Dado el carácter de bien público del proyecto, para la segunda fase del proyecto se realizó una reestructuración del foco comunicacional, reorientando la línea editorial de todas las herramientas en desarrollo, priorizando algunos contenidos respecto de otros. Este foco fue consolidado y reforzado en la Etapa III, respondiendo a actividades claves para el proyecto (seminario).

El foco comunicacional considera los contenidos en el siguiente orden:

* Notas del proyecto (cuando proceda).
* Notas sobre desarrollo turístico (en el barrio /atingentes al barrio).
* Noticias del barrio.
* Noticias de actores del barrio vinculados al proyecto, tipo CCBY, CCSP y entidades sociales (actividades, eventos, temas).
* Noticias del Municipio de Santiago (actividades, eventos, temas), preferiblemente temas de patrimonio, turismo, cultura.
* Noticias de otras instituciones vinculadas al proyecto, como Sernatur RM, CNCA RM, MINVU (solo programa recuperación barrios patrimoniales y preferentemente Barrio Yungay).

De esta manera todos los medios del proyecto tienen cambios en su foco informativo desde la segunda etapa, y en el uso de imagen priorizando la del Barrio. Mediante los distintos materiales y piezas gráficas elaborados para las actividades, así como en medios de comunicación, se posicionó el logo e imagen identitaria del barrio (Ver anexos n° 30, 32 Y 35). Para más detalle, revisar actividad n°11. Revisar informe de avance II, anexo n°2.

## Informes de Prensa

Entre enero y agosto 2014 y enero 2014 se han desarrollado un total de 8 informes, los cuales contemplan en su diseño la priorización de uso de la imagen de Barrio.

Los informes fueron a una base de datos de 315 actores vinculados al Barrio Yungay, entre emprendedores, entidades culturales, agencias de turismo, y organizaciones civiles.

El medio se envía además a una base de datos de medios de comunicación de cultura, gastronomía y espectáculos, con un total de 350 contactos. Para la difusión del seminario, se amplió la base de datos de la convocatoria a 480 contactos, a los cuales se les enviaron un total de 8 reportes (invitaciones e informaciones relativas al seminario).

Cabe destacar que el informe se re-diseña y sistematiza para su envío a través de la plataforma para despachos MailChimp, lo que permitió a partir de febrero 2014 tener reporte de efectividad del instrumento.

En Anexo N° 35 se adjuntan los informes de prensa del periodo.

* Mantención al día de la web del barrio ([www.barriopatrimonialyungay.cl](http://www.barriopatrimonialyungay.cl)), con noticias de actualización semanal, así como animación de las redes sociales.
* Elaboración y distribución del newsletter del barrio, de manera regular y semanal. Durante el mes de julio, se suspendió el envío de este boletín semanal dándole énfasis a la difusión del Seminario.
* Elaboración, distribución y publicación de comunicados de prensa de las actividades desarrolladas en el marco del proyecto, así como entrevistas y reportajes en medios de comunicación escrita y radial, destacando entre ellos y de forma gráfica lo conseguido para el Seminario nacional e internacional “Barrio Yungay: ¿cómo articular identidad, participación ciudadana y turismo?”, realizado los días 28 al 30 de julio de 2014.

## Social Media

## Página Web

Para el tercer periodo del proyecto el desarrollo web se enfocó en potenciar las actividades desarrolladas en etapas previas, a través de la carga de documentos e imágenes, y también en la implementación y transferencia de las actividades alcanzadas entre enero y agosto de 2014. De esta forma se realizan las siguientes modificaciones en el dominio [www.barrioyungay.cl](http://www.barrioyungay.cl) y [www.barriopatrimonialyungay.cl](http://www.barriopatrimonialyungay.cl):

* Se incorporan documentos e imágenes: Se sube a la web del proyecto, el estudio capacidad de carga, modelo de visitación y propuesta inicial de circuitos turísticos, capitalización del seminario Barrio Yungay 2013. Se actualizan las fotografías del barrio con una selección de imágenes obtenidas en las actividades del barrio (Fiesta del roto, Semana del Patrimonio, Primera Marcha por el patrimonio, Seminario- Taller Barrio Yungay 2014). Inclusión de logos de todas las entidades que participan del proyecto a pie de página, en todas las sección del site. Al finalizar el periodo de la etapa III se carga el Libro Barrio Yungay. (Ver anexos n°40, 28, 31)
* Habilitación de subdominio “seminario”: esta página deriva de la pagina del proyecto, y fue utilizada como medio de difusión del seminario, además de entregar información como:
	+ Inscripción: se indica fecha, hora y lugar de las actividades.
	+ Programa del encuentro.
	+ Expositores: breve descripción de los expositores que asistieron al encuentro. Se incluyen facilitadores, autoridades, expositores nacionales, expositores internacionales.
	+ Contacto: se indican lugar y dirección de las actividades.
	+ Galería: se incluye video documental y algunas imágenes.
* Habilitación de subdominio “paseos”: se genera nueva página para visualizar y descargar la propuesta final de paseos turísticos para el barrio (“Encuentro con la esencia de Yungay y “Yungay de las Artes” disponibles en anexo n°31).

Unas de las acciones implementadas en la fase anterior como la implementación de estadísticas de Google Analytics que permitieron contar con métricas web, se mantuvieron hasta el final del proyecto.

En detalle gráfico del web y Manuales de administración se adjuntan en Anexo N° 4 (incorporado en Etapa II) y Anexo n°35.

## Facebook

A la fecha existe una cuenta que es mantenida en el marco del proyecto: la **Fan Page del** **Barrio Patrimonial Yungay** (8.014 fans), implementada en enero 2014, de acuerdo al cambio realizado en la línea editorial del proyecto. Hasta la fecha se registró un aumento del 35% de fans.

Antes de esta modificación se administró paralelamente dos cuentas:

Fan Page de la **Corporación Cultural Barrio Yungay:** ésta fue creada al alero del proyecto, sin embargo no logró mayor evolución. El detalle de tráficos de ésta Fan Page se detalla a continuación y se adjuntan los posteos y Evolución Gráfica de tráficos en Anexo N° 5 y 36.

Métricas Fan Page Corporación Cultural Barrio Yungay

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Actividad | Enero | Agosto |
| Total de Me Gusta | 623(+3,3%) | 801(+28%) |
| Nuevos Me Gusta | 21 | 5 |

*Perfil Personas* ***Barrio Patrimonial Yungay***

Al comienzo de la administración de la red se contaba con 1.750 amigos, llegando al límite de 4.992 en enero 2013. Luego de esto se crea *Fan Page del Barrio* en enero 2014, a partir de la página de amigos que registraba 5.946 fans.

## Actualización Canal de Youtube del Barrio

Durante esta fase, se incorporan al canal los videos generados durante los meses de junio y julio. Uno de ellos fue un corto (tráiler) para difusión del encuentro Seminario-Taller, y el otro es un documental del barrio que fue presentado durante los días del evento. Se adjuntan videos en Anexo n°27.

## Eventos

## Fiesta del Roto Chileno (15 al 20 de enero de 2014)

Organizada por 101 organizaciones (colectivos e instituciones) que día a día dan vida a uno de los barrios más emblemáticos de la capital, se celebró la tradicional fiesta del Roto Chileno, que en esta oportunidad contó además con el apoyo de de la Municipalidad de Santiago a través de su Departamento de Cultura.

El objetivo de la fiesta este año fue mantener una tradición que es parte del patrimonio inmaterial del país y que uno de sus sellos es que está organizada en un 100% por la comunidad que habita el territorio y a amigos que defienden el Barrio Yungay, una zona patrimonial y una zona típica según la ley de Monumentos Nacionales.

Las actividades ejecutadas por el equipo del proyecto fueron:

* Organización y producción del Concierto de Gala del Roto, en el teatro Novedades.
* Diseños de piezas: para el concierto y otras.
* Tomas de fotografías y videos.
* Difusión: desarrollo de materiales para prensa y gestión de medios.

Más detalle se de la actividad en Informe técnico II, Anexo N° 9.

## Aniversario del Barrio (5 de abril)

Celebrado el 5 de abril de cada año, este año se cumplieron 175 años de existencia de Barrio Yungay. Las organizaciones del barrio realizan variadas actividades comunitarias que duran normalmente 3 días. Para os aniversarios se llevan a cabo asambleas con vecinos(as) convocadas por la Junta de Vecinos Barrio Yungay, en que se discuten de forma asociativa y participativa, sobre proyectos actuales y futuros en la zona; se efectúan presentaciones audiovisuales, poesía y jornadas culturales. También se desarrollan acciones de capacitación en temas como reconstrucción; reciclaje, vivienda, entre otras.

## Semana del Patrimonio (25 mayo)

Anualmente el último domingo del mes de mayo, fecha en que el Estado convoca a visitar lugares y edificios patrimoniales y en que éstos abren sus puertas en forma gratuita a los(as) visitantes. Para este efecto y coordinados tanto como el Consejo de Monumentos, Sernatur, Municipio y otros organismos, se articulan lugares que se inscriben en una Web, lo que luego se promueve como rutas patrimoniales. Tanto el año 2013 como 2014, el Barrio Yungay a organizado un completo programa como oferta para atraer a los(as) visitantes a visitar el barrio, incluyendo tanto sus atractivos patrimoniales, como su oferta en campos gastronómicos, de artesanía, cultura e industrias creativas, en general.

## Seminario-taller “Barrio Yungay: ¿Cómo articular Identidad, Participación ciudadana y Turismo?”

Este evento es una de las actividades clave de la Etapa III del Modelo de Gestión Turística, ya que se da a conocer el trabajo realizado previamente, además de serla instancia de lanzamiento del producto turístico. El desarrollo de medios para este encuentro, significó desarrollar una estrategia de difusión para la convocatoria y posicionamiento. Paralelo a esto se desarrollaron piezas graficas y adecuación de los recursos web. Para más detalle revisar anexos n°30, 31 y 35.

## Creación de Piezas Gráficas

Con el objeto de generar elementos gráficos para la promoción del Barrio Yungay, como soporte al Modelo en desarrollo, el trabajo en esta etapa se realizó utilizando algunos soportes (manuales de uso de piezas y de diseño, adjuntos en anexo n°10). Se desarrollaron los siguientes trabajos:

* Diseño Folleto Promocional de Paseos en el Barrio: acorde al modelo de paseos, establecidos en el estudio de carga desarrollado en esta fase, se diseñó un Folleto pensado en los visitantes, que presenta de manera gráfica y atractiva los principales atractivos de cada paseo.
* Elaboración de materiales gráficos para información y promoción de paseos turísticos.
* Material gráfico Actividades del Barrio Yungay: Se realiza el diseño de afiche y programa semana del Patrimonio.
* Material grafico Seminario Taller “Barrio Yungay”: Para el evento se desarrollaron los siguientes productos:
* Folletos Ruta Barrio Yungay.
* Afiches
* Invitación digital e invitación impresa
* Diseño Programa seminario
* Tarjetones
* Pendones
* Diseño sitio web Seminario.
* Retoques de imágenes.
* Publicación: Se realiza el diseño y diagramación de Publicación impresa. Para esto se trabajará en conjunto con la Unidad de Desarrollo Económico y Barrios definiendo extensión de textos, diseño de imágenes y formato de la publicación. Se requiere sostener reuniones periódicas con el diseñador que favorezcan el resultado final del producto.

Es importante destacar que los materiales gráficos publicitarios del barrio, incluidos aquellos promocionales de paseos y de la oferta de puntos de atracciones culturales, gastronómicas, de hospedaje, artesanía y edificaciones y espacios patrimoniales, se encuentras presentes y para su distribución en oficinas de organismos mandantes (Municipio de Santiago, SERNATUR y CNCA), en las organizaciones sociales de Yungay, emprendimientos del barrio (23 negocios del barrio) y miembros del Circuito Cultural Santiago Poniente (14 entidades).

(Ver Anexos N° 11 y 31)

##  Edición de Documentos

En el periodo, se desarrollan documento, vinculados a hitos claves del proceso, tales como:

* Capitalización de Encuentro de reflexión e intercambio “Barrio Yungay: Identidad y Turismo Sustentable. Oportunidades y Desafíos”: este informe entrega un registro de los principales alcances del Seminario, acorde a las opiniones vertidas, tanto por los especialistas como por los asistentes. Este documento fue reformulado para la Etapa III, el cual se encuentra en el anexo n°42.
* Plan de Marketing: para dar respuesta a la actividad 17, se realiza una propuesta de comercialización y difusión del “producto” Yungay. (ver actividad 17 del presente informe)
* Capitalización de Encuentro “Seminario-Taller “Barrio Yungay: ¿Cómo articular Identidad, Participación ciudadana y Turismo?”: este informe entrega un registro de los principales alcances del Seminario, acorde a las opiniones vertidas, tanto por los especialistas como por los asistentes. Este documento se encuentra en el anexo n°50.

## Etapa III: Actividades ejecutadas

La ejecución de la tercera y última etapa del proyecto, considera tanto las actividades planificadas para esta fase, como algunas que se desarrollaron en la etapa II. Esto tiene relación con la fecha de cierre de etapa anterior (31 de enero) y la de comienzo de esta fase final (1 de enero), lo cual deja un margen de un mes en el cual se ejecutaron actividades proyectadas.

En la etapa anterior se logró cumplir con el Plan de transferencia diseñado por especialistas, para lograr traspasar esta estrategia de manera efectiva. Además, luego de la consultoría solicitada a BS&G, fue posible presentar los productos turísticos desarrollados hasta enero de 2014. Junto con lo anterior, se obtuvo la imagen corporativa del barrio, la cual fue capaz de transmitir de manera sencilla y directa los conceptos que definen la identidad de Barrio Yungay.

 Durante la tercera etapa se arrastraron algunas actividades de la segunda etapa como:

|  |  |
| --- | --- |
| **Actividades Etapa II** | **Grado cumplimiento** |
| **Actividad 8:** Formación de equipos a cargo de la transferencia del Modelo en Sernatur, Dirección de Turismo de la Municipalidad, Profesionales de Santiago Innova. | 90% |
| **Actividad 9:** Evaluación de equipo capacitado. | 0% |
| **Actividad 10:** Diseño y desarrollo de circuitos turísticos | 95% |
| **Actividad 12:** Elaboración de materiales de apoyo para la transferencia del Modelo al usuario final. | 90% |

Con el cumplimiento a cabalidad de estas actividades en la última fase del proyecto, se cumple lo siguiente:

* Formar un equipo técnico para transferir herramientas a beneficiarios
* Obtener un adecuado nivel de conocimientos y competencias para la transferencia.
* Obtener material grafico y digital.

Una de las actividades que se encontraba programada inicialmente para la Etapa III del proyecto, como lo es el Desarrollo de plan de implementación del Modelo (actividad 15), fue avanzada hasta un 40% de cumplimiento en la etapa II.

## Etapa 2: Transferencia e Implementación del Modelo de Gestión Turística.

**Actividad 8:** Formación de equipos a cargo de la transferencia del Modelo en Sernatur, Dirección de Turismo de la Municipalidad, Profesionales de Santiago Innova.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de diciembre de 2013 | 3 de abril de 2013 |

Esta actividad fue llevada a cabo durante la segunda fase del proyecto, lo cual implicaba que el proceso de formación fuese una instancia dinámica y participativa. Considerando que durante el levantamiento de información y posterior redacción del informe de avance II, se mantuvieron reuniones de reflexión que permitieron intercambiar visiones y aportes relativos al tema. Para alcanzar el 100% de cumplimiento de la actividad se requería evaluar al equipo a cargo de la transferencia, lo cual fue realizado el 3 de abril (ver anexo n°45).

El equipo de Santiago Innova así como el equipo de los asociados mandantes, han incorporado conceptos y han comprendido dinámicas propias de la interacción social, muchas veces compleja, que nos presenta desafíos en la ejecución de proyectos (ver anexo n°13).

La transferencia, a través de una metodología participativa, va incorporando a los actores en todas las fases del estudio, llegando finalmente a un resultado compartido, en donde su contenido toma sentido en distintos ámbitos de intervención. Respecto a las dinámicas sociales y cómo ellas toman un rol propositivo o crítico, serán la base a la hora de hablar el turismo sustentable (ver anexos n° 25 y 26).

**Actividad 9:** Evaluación de equipo capacitado.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de enero de 2014 | 3 de abril de 2014 |

De acuerdo al trabajo realizado en la formación de equipo a cargo de la transferencia del modelo, en el cual se desarrollaron los contenidos necesarios para evaluar al equipo capacitado, existió un avance en la evaluación durante la segunda fase del proyecto, lo que permitió realizar una evaluación al comenzar la Etapa III.

El instrumento aplicado para el cumplimiento de esta actividad, consideraba una evaluación conceptual de contenidos y teórica de la metodología. De esta forma se estructuró un cuestionario de preguntas cerradas, el cual fue aplicado el mes de abril. Sus resultados se detallan en el anexo n°45.

**Actividad 10:** Diseño y desarrollo de circuitos turísticos

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término |
| 1 de noviembre de 2013 | 31 de enero de 2014 |

Esta actividad fue desarrollada durante la Etapa II, a partir del trabajo realizado por la Consultora B&S Taller de Innovación, quienes propusieron el diseño y desarrollo de circuitos turísticos, considerando la adecuación de experiencias turísticos y no la creación de productos turísticos. De esta forma se inspiraron en las buenas prácticas actuales y las adaptaron al modelo de visitación elaborado, profesionalizando las experiencias turísticas vigentes. Otra consideración de este estudio, es la propuesta de hablar de experiencias más que de productos (connotación meramente comercial) o circuitos (interpretación limitada).

Los productos turísticos propuestos durante la fase II del proyecto, surgen tras la revisión de buenas prácticas desarrolladas en otros países (ver anexo 19, página 52). Se sabe que en general las actividades barriales son apoyadas por instituciones públicas sectoriales, permitiendo resolver problemas de equipamiento y diversificación económica. Generalmente se comienza con el diseño de circuitos turísticos en los barrios y se acompañan de proyectos de dinamización económica e instalación de hitos turísticos que aseguran de alguna forma una demanda al barrio.

Para este proyecto se entiende por paseo turístico una distancia corta que puede recorrerse paseando, y que responde al perfil del visitante descrito anteriormente.

La propuesta de paseos que realiza el estudio en la segunda etapa, considera que sean desarrollados en un espacio con vocación turística (y no en todo el barrio), con una cantidad acotada de visitantes y en un tiempo que no supere las 4 horas. Del mismo modo la modalidad de ejecución de los paseos no debe ser invasiva y los guías patrimoniales y empresas deben ser locales.

Los paseos propuestos, además de atender a los puntos expuestos; en su construcción resultaron fundamentales tanto los talleres de retroalimentación, como los de validación con la comunidad. A continuación la propuesta de paseos turísticos que realizó la consultora:

1. El barrio de los museos.
2. Fotografía la arquitectura del barrio Yungay.
3. Memoria, resistencia y derechos humanos.
4. Yungay imperdible.

Cada paseo considera las siguientes variables:

* *Disponibilidad de visitación*
* *Existencia de un relato para la interpretación turística*
* *Concentración temática de los sitios en zona urbana*

Durante el recorrido se sugiere como tema transversal la transferencia del concepto de “vida de barrio” (autenticidad del barrio), sustentándose en prácticas culturales particulares.

Es importante mencionar que los paseos no hacen distinción según mercado etáreo ni socioeconómico, por el contrario responden a un perfil de turista cultural con interés en conocer espacios comunitarios barriales.

Durante la etapa III de este proyecto, se sostienen reuniones con actores del barrio y socios mandantes (ver Anexo n° 34 y 48)a partir de las cuales se plantean modificaciones al diseño de circuitos propuestos en la etapa anterior. En consideración con las recomendaciones del estudio mencionado, se valida la nueva propuesta con el aporte y experiencia de:

* Rosario Carvajal, Presidenta de la Asociación chilena de barrios y zonas patrimoniales, quien realiza desde hace 8 años paseos turísticos en el barrio. Su participación en el diseño, pudo ser lograda a través de conversaciones permanentes, además de el acompañamiento en terreno de sus recorridos por el barrio (fecha
* Claudia Manzur, Directora de la Fundación Escuela Guías del Patrimonio, quien realiza paseos turísticos patrimoniales Se obtiene un 95% ya que a partir del informe del Estudio de Capacidad de Carga y Modelo de Visitación se incorpora la propuesta de Circuitos Turísticos (anexo N° 19), se proponen paseos turísticos que han sido validados por los actores relevantes. El 5% faltante para cubrir la brecha se conseguiría al desarrollar los circuitos turísticos definitivos y ejecutados en la práctica en conjunto con la comunidad. El desarrollo de los pilotos de las experiencias turísticas dentro del Barrio Yungay con la comunidad organizada dará por finalizada esta actividad.

Para el pilotaje de los paseos y revisión de sus contenidos, se contó además con la experiencia y colaboración de Melissa Gutierrez, quien desarrollo una experiencia de turismo comunitario en Uruguay (ver anexo n°38). Tanto Melissa como Julie Gaye (Guía turístico y vecina del Barrio Yungay), asistieron al pilotaje de rutas y posteriormente fueron guías turísticas en el lanzamiento de los paseos el día 30 de julio de 2014.

Las propuestas finales de paseos turísticos que propone el presente estudio, se adjuntan en anexo 31. Estos paseos consideran:

1. Yungay de las Artes:

*“Más allá de la historia, sus personajes y arquitectura, en Yungay existe vida de barrio, diversidad y cultura en sus esquinas, cités y pasajes.*

 *El Barrio Yungay ha cobijado a artistas y creadores, muchos de los cuales han vivido aquí y desarrollan gran parte de su obra en sus casas y calles.*

*Un recorrido por este barrio es un encuentro con el arte, teatro, centros culturales, museos y… con o bello. Lamentablemente la estética del barrio se ve muchas veces amenazada por el prolífero rallado de sus muros patrimoniales y por la basura en las calles y veredas.*

*Grandes desafíos se presentan para que lo bello, el buen vivir y el respeto por los vecinos y el entorno se conviertan en un sello del Barrio Yungay”*

1. Encuentro con la Esencia de Yungay:

*“Este paseo, busca conectar al visitante con el pasado y presente de Yungay, recorriendo los principales hitos que entregan la esencia al barrio.*

*Comenzaremos el recorrido en Plaza Yungay, en la cual se encuentra el monumento en homenaje al Roto Chileno, personaje nacional inspirado en los chilenos que lucharon en la Batalla de Yungay en 1839“*

**Actividad 12:** Elaboración de materiales de apoyo para la transferencia del Modelo al usuario final.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de noviembre de 2013 | 30 de julio de 2014 |

La elaboración de material gráfico, se ha desarrollado en distintos formatos, y han sido validados por los vecinos y organizaciones territoriales, en la tercera etapa del proyecto para alcanzar el 100% de cumplimiento de la actividad. Si bien se sostuvieron reuniones entre enero y julio con la sociedad civil (ver anexo n°34 y 49) que permitieron validar el material (fotografías e imágenes) en instancias como la fiesta del roto, semana del patrimonio y aniversario del barrio; fue durante el Seminario-taller (28, 29 y 30 de julio), el momento en que se presentó a la comunidad la totalidad de material, fotografías y videodocumental.

Para la elaboración de material de apoyo, han colaborado estudiantes en práctica, y el diseñador Matías Cruz, a lo largo de esta etapa III:

Constanza Villalobos Canobra: Estudiante de la carrera de Diseño de la Universidad del Desarrollo Concepción, quien realizó su práctica a jornada completa de 02/01 a 05/02 de 2014, desarrollando como focos de trabajo el diseño de material de promoción productos turísticos. (Documentos administrativos e Informe Final en Anexo N° 22). La estudiante se integró al equipo del proyecto, insertándose en todas las reuniones y actividades, tanto del proyecto como de validación del mismo en el territorio, colaborando con material gráfico en todas las instancias comunitarias en las que el proyecto participa.

Junto al trabajo de los alumnos en práctica, y con la supervisión directa de la periodista del equipo, la señora Sandra Chicao Peralta, se crea un tríptico que apoyará gráficamente los paseos turísticos por el Barrio. Se crearon las maquetas, las que serán validadas con la comunidad cuando se inicie el trabajo de la tercera etapa en el mes de marzo.

* Material gráfico Actividades del Barrio Yungay: Se realiza el diseño de afiche y programa semana del Patrimonio.
* Material grafico Seminario Taller “Barrio Yungay”: Para el evento se desarrollaron los siguientes productos:
* Folletos Ruta Barrio Yungay.
* Afiches
* Invitación digital e invitación impresa
* Diseño Programa seminario
* Tarjetones
* Pendones
* Diseño sitio web Seminario.
* Retoques de imágenes.

El detalle de este material es posible encontrar en:

* Anexo 27: material audiovisual
* Anexo 28: fotografías
* Anexo 30: Material gráfico seminario
* Anexo 31: Folletos paseos turísticos
* Anexo 32: Material grafico semana del patrimonio

## Etapa 3: Difusión del Modelo de Gestión a empresarios e instituciones culturales del Barrio Yungay.

**Actividad 13:** Evento de lanzamiento del Modelo de gestión

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de marzo de 2014 | 30 de julio de 2014 |

Entre los días 28, 29 y 30 de julio de 2014, se realizó el Seminario-Taller “Barrio Yungay: ¿Cómo articular Identidad, Participación ciudadana y Turismo?”, el cual tuvo como propósito ser un espacio de reflexión, concertación y consolidación de acciones, en el marco del proyecto Gestión Integral de Barrios.

Al paseo y conversatorio del 28 de julio, asistieron alrededor de 60 personas (ver fotografías en anexo 28), mientras que en los días de seminario asistieron 129 personas el día 1 y 91 personas el segundo día. Considerando a los 38 asistentes a los talleres de trabajo, las 220 personas del seminario y 60 del paseo y conservatorio, se obtiene un balance positivo en cuanto a participación, sobre todo considerando que fue posible concertar ideas a través del acuerdo presentado el último día del encuentro.

En estos 3 días de actividades asistieron representantes de 8 ciudades de Chile, y 3 paises, permitiendo compartir la experiencia del caso de Yungay como referente turístico, cultural, patrimonial, gastronómico y de industrias creativas para Chile, financiado por Innova Chile y que cuenta con la participación vinculante de actores de la sociedad civil, representantes de CORFO, Corporación Santiago Innova, SERNATUR, el Consejo de la Cultura y las Artes y la Ilustre Municipalidad de Santiago.

Luego de la experiencia del seminario pasado (*“Barrio Yungay: Identidad y Turismo Sustentable. Oportunidades y Desafíos”),* la cual expuso de manera exitosa, las distintas visiones y posturas frente al turismo; se replantearon algunas de las actividades como talleres, presentaciones y recorridos por el barrio de manera de ser un espacio de consolidación de acciones.

La convocatoria a este seminario-taller fue amplia, tanto en cantidad como variedad, dada la importancia crucial que tiene la participación de la comunidad. Se convocó a la comunidad, organizaciones sociales del Barrio Yungay, instituciones y académicos, con el fin de presentar y retroalimentar sus visiones, experiencias y desafíos actuales respecto a alternativas de gestión turística en barrios patrimoniales. (ver anexo n°27, 28, 37, 44).

De esta forma, los objetivos planteados fueron los siguientes:

**Objetivo general:**

Realizar un seminario-taller que permita compartir y confrontar la experiencia del Barrio Yungay en temas de identidad, participación ciudadana y turismo con otras a nivel nacional e internacional, convocando actores públicos y privados, que permita establecer acuerdos para acciones futuras sobre gestión turística en dicho barrio.

**Objetivos específicos:**

* Promover espacios de compromiso discusión entre actores de la sociedad civil, gobiernos y académicos, en torno a temas de gobernabilidad, participación ciudadana, turismo cultural y gestión turística.
* Intercambiar las experiencias turísticas presentes en el Barrio Yungay, con otros casos de turismo similar nacionales e internacionales, abordados con un enfoque territorial de escala local.
* Evaluar alternativas y consolidar acciones prioritarias y factibles entre los participantes, que permitan articular armónicamente el turismo cultural y otros aspectos de las dinámicas a nivel local.

**Metodología:**

Las actividades del encuentro estuvieron dirigidas a aquellas personas interesadas en el patrimonio, en la vida de barrio y sobretodo en el turismo cultural. Sin embargo lo anterior, este encuentro contó con participación activa y vinculante de la sociedad civil en general y de la comunidad del Barrio Yungay en específico.

A lo largo de 3 días, se desarrollaron diversas actividades que permitieron dar a conocer el particular valor patrimonial del barrio y su gente, así como su potencial.

Se trabajó sobre 4 ejes temáticos:

* Desafíos para la gobernabilidad territorial y participación ciudadana
* El turismo cultural frente a nuevos territorios e identidades locales
* Gestión y Financiamiento del Turismo Cultural Sustentable
* Hacia una gestión integral turística: Experiencias nacionales e internacionales

Para más detalles de la actividad, revisar programa de la actividad en anexo n°39 e informe de capitalización en anexo n°50.

**Actividad 14:** Traída de experto para taller de trabajo con empresas en temáticas que aborden las brechas específicas detectadas.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de marzo de 2014 | 30 de abril de 2014 |

Esta actividad se fusiona y logra los resultados esperados con la Actividad 13, expuesta anteriormente.

Tomando en cuenta la particularidad de este Barrio, los emprendedores son actores que participan de otras instancias dentro de la comunidad. De este modo, nos encontramos con emprendedores que además son vecinos, dirigentes sociales y territoriales, activistas del rescate patrimonial y que valoran las dinámicas de barrio; de este modo, su compromiso se ha visto marcado en las distintas instancias a lo largo de todo el proyecto, en la colaboración y generación de un modelo de gestión turística sustentable.

Los emprendedores participan activamente de los talleres y del seminario, que en su conjunto abordan las brechas detectadas.

Paralelo a la preparación el seminario y taller realizado el mes de julio, el experto Internacional Leoncio Orellana participa en otras actividades vinculadas a centros culturales y empendedores del Barrio. Una de estas actividades fue realizada el 2 de mayo de 2014, en el Coloquio Patrimonio y Barrio en el Barrio Yungay. En esta oportunidad participaron 30 personas y contó con la moderación de José Osorio Cubillos (presidente de la Junta de Vecinos del Barrio Yungay) y las exposiciones de Leoncio Orellana y Ramón Cobas, Director de la Escuela Taller de Santiago de Cuba. La actividad fue organizada por Corporación Cultural Barrio Yungay, Escuela Taller de Artes y Oficios Fermín Vivaceta y Junta De Vecinos Barrio Yungay.

El día 6 de mayo, en la Biblioteca de Santiago, se realiza una Clase Magistral con Leo Orellana, denominada "Gestión del Patrimonio en cascos históricos", en el marco del Mes del Patrimonio que celebró la Escuela Taller de Artes y Oficios Fermín Vivaceta.

El registro de estas actividades se encuentra disponible en el anexo n°48. Mas detalles de la preparación del evento de difusión Seminario-Taller “Barrio Yungay: ¿Cómo articular Identidad, Participación ciudadana y Turismo?”, en actividad n°13.

**Actividad 15:** Desarrollo de plan de implementación del Modelo.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de enero de 2014 | 30 de julio de 2014 |

Al concluir la etapa II del proyecto, se convocó a la comunidad para dar a conocer el resultado del Estudio de Capacidad de carga y Modelo del Visitación, generándose espontáneamente, la estructura de trabajo a desarrollar a partir de la tercera etapa del proyecto. (Ver Anexo N° 23)

Analizados los resultados y las posibilidades de implementación del modelo, surgen propuestas de estructurar el trabajo de manera colectiva a través de una estructura que albergue a una comunidad de intereses, agrupando a vecinos y agrupaciones que tengan sensibilidad por el tema del turismo y la gestión comunitaria.

En esa oportunidad se llegó al acuerdo de evaluar, a partir de marzo (considerando el período de vacaciones que mucho de ellos tomarán en el mes de febrero) de la formación de una estructura legal, tipo Cooperativa, que de cuerpo a la iniciativa y puesta en marcha de los productos turísticos y dé sustentabilidad a la iniciativa.

Del resultado del Estudio, la comunidad compartió y validó cada uno de los puntos, centrándose principalmente en implementar el Modelo de Gestión local para el turismo, implementado por guías patrimoniales locales, la postulación a nuevos fondos públicos, realizando paseos de no más de 10 personas, estableciendo horarios de verano e invierno y que para la difusión se establezcan puntos, acuerdos con instituciones, acuerdos comerciales, apoyo en la página web, entre otros.

En lo que se refiere al Plan de implementación del Modelo de Gestión Integral de Turismo Cultural para el barrio Yungay, cabe destacar que lo ofrecido por el proyecto como resultado de la experiencia, fue el desarrollo de conversaciones y análisis con actores de la zona para reconocer la necesidad y establecer una organización, objetivos, estructura y eventual figura legal, que permita a las organizaciones de Yungay gestionar formalmente la información, difusión, promoción y operación de los productos turísticos y actividades del territorio, con la finalidad de administrar la oferta turística cultural, lograr coherencia en ella, proyectar en el tiempo y con mejoras sucesivas la calidad, pertinencia y ampliación de la oferta, a la vez que pensar en la sustentabilidad de esta labor, para el beneficio del conjunto de actores del barrio y teniendo en consideración el tipo de turismo deseado por los actores locales.

Para los objetivos señalados y una vez desarrollados los estudios contemplados en la Fase 2 del proyecto, los que consideraron -como se detalló en el Informe de Avance correspondiente- participación de los actores locales en talleres de socialización de resultados y propuestas, así como de análisis y recomendaciones ante dichos contenidos, se llevaron a cabo reuniones regulares con dirigentes de las organizaciones de la sociedad civil del barrio, para conversar acerca de la necesidad de contar con alguna organización. Su carácter y objetivos para dar continuidad al trabajo realizado en el marco del proyecto.

Ante este tema, los representantes de las entidades del barrio reconocen la necesidad y valor de contar con una orgánica que les permita no sólo dar continuidad al trabajo efectuado en el proyecto, sino que también permita articular los esfuerzos y colaboración ya desplegadas, además de mejorar la organización, del conjunto de actores en torno a los que han sido definidos como Hitos anuales de identidad del Barrio o que también pueden definirse como Hitos Turísticos de Yungay cada año y para los cuales ya se han llevado a cabo acciones de labores en conjunto.

Estos Hitos corresponden a las actividades de:

1. **Día de Roto chileno:** Realizado con motivo del 20 de enero, con una duración de entre 3 y 5 días, en que se desarrollan actividades como: Concierto de música en Teatro Novedades (500 personas); Carnaval de comparsas y grupos del Barrio (44 comparzas y 20 mil personas visitantes); Fiesta del Roto chileno (Música y muestra de artesanías, 10 mil personas) y Feria de Artesanos y Anticuarios del Barrio en la calle (10 mil personas).
2. **Aniversario del Barrio:** celebrado el 5 de abril de cada año, y llegando a laso 175 años de existencia en el 2014, las organizaciones del barrio realizan variadas actividades comunitarias que duran normalmente 3 días. Para os aniversarios se llevan a cabo asambleas con vecinos(as) convocadas por la Junta de Vecinos Barrio Yungay, en que se discuten de forma asociativa y participativa, sobre proyectos actuales y futuros en la zona; se efectúan presentaciones audiovisuales, poesía y jornadas culturales. También se desarrollan acciones de capacitación en temas como reconstrucción; reciclaje, vivienda, entre otras.
3. **Día del Patrimonio:** Anualmente el último domingo del mes de mayo, fecha en que el Estado convoca a visitar lugares y edificios patrimoniales y en que éstos abren sus puertas en forma gratuita a los(as) visitantes. Para este efecto y coordinados tanto como el Consejo de Monumentos, Sernatur, Municipio y otros organismos, se articulan lugares que se inscriben en una Web, lo que luego se promueve como rutas patrimoniales. Tanto el año 2013 como 2014, el Barrio Yungay a organizado un completo programa como oferta para atraer a los(as) visitantes a visitar el barrio, incluyendo tanto sus atractivos patrimoniales, como su oferta en campos gastronómicos, de artesanía, cultura e industrias creativas, en general.
4. **Fiesta Primavera en Yungay:** Se lleva a cabo cada año en el mes de octubre, con una duración de 3 a 5 días, incluyendo actividades de música, teatro, pintura, poesía, fotografía y películas, muestra de artesanías y oferta de paseos y rutas por la zona. Su objetivo es, mediante actividades artístico culturales, dar la bienvenida a la primavera en el barrio (10 a 15 mil personas)

Reconociendo la necesidad de mayor organización y coordinación, así como para efectividad del trabajo y la convocatoria, tanto en lo interno como también con organizaciones del Circuito Cultural Santiago Poniente ([www.circuitocultural.cl](http://www.circuitocultural.cl)), del Municipio y otros organismos de gobierno, es que los actores de Yungay ven positivamente la generación de un referente que los articule para la organización de las actividades de estos hitos del barrio, como también para proyectar y consolidar en forma ordenada nuevas ofertas que se desarrollen, las que pueden ser nuevo hitos amplios o actividades de menos escala que desarrollen los fines de semana en ciertas fechas especiales. Con ello, junto con consolidar la oferta, se busca proyectar el barrio ante la visitantes de región, el país e incluso internacional; siempre con el perfil de respeto a la dinámica y ritmo que caracteriza a Yungay.

Para estos efectos, los actores de Yungay han definido crear una estructura organizacional del tipo Cooperativa, que permita agrupar las organizaciones ya existentes y participantes en la organización de los Hitos Turístico Culturales del barrio, generando un espacio de articulación y coordinación permanente, en principio, para las fechas indicadas.

En lo concreto y en un plazo de 6 meses, se ha propuesto la conformación de una Cooperativa del Barrio para administrar y gestionar la oferta turística cultural, contar con un equipo de trabajo a cargo, establecer un plan estratégico para la organización, con Visión, Misión y Ejes estratégicos 2015 – 2017, así como un programa de actividades anuales.

Las organizaciones participantes en los encuentros y que actúan como coordinadoras y representantes del colectivo de organismos del barrio, han sido:

* Corporación Cultural Barrio Yungay (grupo de emprendedores). Roberto Baltra D., Presidente y Claudia Sabat S., Secretaria.
* Junta de vecinos Barrio Yungay. José Osorio C., Presidente.
* Fundación Patrimonio Nuestro – Vecinos por la defensa del barrio Yungay. Rosario Carvajal A., Presidenta.

Las reuniones efectuadas han sido en las fechas siguientes:

* Martes 25 de febrero de 2014.
* Jueves 13 de marzo de 2014.
* Miércoles 26 de marzo de 2014.
* Miércoles 16 de abril de 2014.
* Miércoles 30 de abril de 2014.
* Jueves 14 de mayo de 2014.
* Jueves 29 de mayo de 2014.
* Jueves 19 de junio de 2014.
* Martes 1 de julio de 2014.
* Jueves 24 de julio de 2014.
* Jueves 7 de agosto de 2014.

A lo anterior se suman reuniones desarrolladas con los representantes del Circuito Cultural Santiago Poniente, con quienes también se ha analizado las proyecciones del barrio, con la idea de desarrollar acciones de bien común de la zona y vinculación a las organizaciones sociales del territorio; así como acciones para una articulación permanente de los actores públicos y privados.

Los participantes de estos encuentros y sus fechas fueron:

Participantes: Haydeé Domic, Directora Fundación Planetario; Marcela Valdés, Directora Biblioteca de Santiago; Amelia Saavedra, Directora Museo Artequín; Cristóbal Gumucio, Director Matucana 100; María Isabel Orellana, Directora Museo de la Educación y Jaime Ahumada, Sub Director Radio Cooperativa.

Fechas de encuentros: jueves 6 de febrero, miércoles 2 de abril y miércoles 11 de junio de 2014.

Si bien, el dialogo con actores

**Actividad 16:** Organización de talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del Barrio y a los encargados de los atractivos del sector.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término reprogramada |
| 1 de marzo de 2014 | 6 de mayo de 2014 |

Tal como se menciona en la actividad 14, se establecieron diversas instancias para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del barrio y gestores de la cultura de Yungay.

Se mencionaron y desarrllaron 2 actividades que cumplieron este propósito:

* Coloquio Patrimonio y Barrio en el Barrio Yungay. Moderado por José Osorio Cubillos (presidente de la Junta de Vecinos del Barrio Yungay). Expusieron Leoncio Orellana y Ramón Cobas, Director de la Escuela Taller de Santiago de Cuba.
* Clase Magistral "Gestión del Patrimonio en cascos históricos", con Leo Orellana, en el marco del Mes del Patrimonio que celebró la Escuela Taller de Artes y Oficios Fermín Vivaceta.

**Actividad 17:** Elaboración de una estrategia de comercialización del “producto” Yungay con los empresarios turísticos de la región.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término  |
| 1 de marzo de 2014 | 30 de abril de 2014 |

Las actividades de comercialización y marketing que fueron previstas para esta etapa, y que comenzaron a desarrollarse en la etapa II, están ligadas al foco comunicacional y de desarrollo de medios del proyecto (Ver punto 4.2 ), en el cual ha trabajado la periodista Sandra Chicao en conjunto con el equipo ejecutor. En este sentido ha sido crucial realizar un seguimiento cercano al trabajo de los expertos en turismo, al quehacer de los emprendedores vinculados a la actividad, pero por sobretodo, al trabajo participativo con la comunidad.

En relación a este último punto, es que el equipo coordinador participó en reuniones y actividades del Barrio como fueron:

1. Concierto de la Orquesta de la Usach: 15 de enero en teatro Novedades.
2. Fiesta del Roto: Se participó tanto en reuniones de coordinación como en el desarrollo de material grafico (programa y afiche) y audiovisual (grabaciones). (ver anexos n° 4 y 34).
3. Inauguración Junta de Vecinos Barrio Yungay: ver anexo n° 34
4. Semana del Patrimonio: Participación en reuniones y colaboración en el desarrollo de material gráfico (ver anexo n° 32). Durante la semana del patrimonio, el equipo ejecutor, asistió a diversas actividades las cuales permitieron una comprensión cercana del cómo se plantea el “producto” Yungay a la comunidad.

Este trabajo cercano y continuo con la comunidad permitió determinar los productos turísticos y por ende la estrategia de comunicación y comercialización correspondiente. En la etapa II, el trabajo del grupo de 5 estudiantes del Magíster de Comunicación Estratégica, de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que desarrollaron una campaña pública comunicacional, también se considera como una reflexión preparatoria a ambas actividades (ver Anexo N° 24). Por otra parte, el estudiante en práctica de Relaciones Publicas, Ignacio Salas, durante su periodo de práctica profesional generó un Plan de Marketing (ver anexo n°41) para el proyecto, del cual se pudieron obtener recomendaciones las cuales se ejecutaron en la última etapa del proyecto.

Además, el informe final del equipo de asesores en turismo (actividades 2, 3 y 7) contiene recomendaciones básicas de comercialización.

Para la operación y comercialización de los paseos turísticos propuestos se realizaron las siguientes sugerencias:

Que la institución a cargo agrupe a guías patrimoniales locales, que cada paseo cuente con un referente de cada organización barrial, que para el financiamiento se postule a fondos públicos, entre otras. Así también se plantea realizar paseos de no más de 10 personas, acuerdos con instituciones, acuerdos comerciales, diseño de página web, y otros.

Sobre la gestión turística para el barrio en el mediano (agosto 2015) y largo plazo (2017-2018), se propone para el primer período una dinamización empresarial, como lo realizado en el modelo Quito Turismo, que prioriza las prácticas culturales auténticas sustentadas en la historia y lo contemporáneo del barrio; para el segundo periodo se propone la implementación de un tranvía que recorra el barrio.

Adicionalmente al trabajo realizado con los asesores de turismo, y la coordinación en diferentes instancias con actores del barrio, el equipo ha participado seminarios de manera constante a lo largo del proyecto, comprendiendo la importancia de manejar conceptos, informarse sobre los últimos desarrollos relacionados a las temáticas del proyecto y generando contactos. Las instancias de participación son las siguientes:

1. Jornada de Sensibilización del Patrimonio Cultural Inmaterial: organizada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes con la colaboración de la Universidad Alberto Hurtado. 26 de abril de2013.
2. Seminario Turismo verde: Universidad San Sebastián. 11 de junio de 2013.
3. XV Versión del Seminario sobre Patrimonio Cultural de la Dibam, "Patrimonio y Territorio". 3 y 4 de julio de 2013.
4. Seminario Eco Innovación Eima 2013: realizado en el Edificio del Reloj de la Universidad de los Andes. 9 y 10 de julio de 2013.
5. Conferencia recuperación del Centro Histórico de Quito. Expositor Diego Carrión: realizado en Campus Lo Contador UC. . 18 de julio 2013.
6. Seminario Institucionalidad, Metrópolis y Calidad de Vida Urbana: Organiza Universidad Católica de Chile, asiste Alcaldesa de Santiago, Carolina Toha. 1 de abril 2014.
7. Seminario de Turismo Cultural: Sede Antonio Varas del DUOC: 24 de abril 2014.
8. Tercer Congreso Nacional de Barrios y Zonas Patrimoniales “Ley de Patrimonio para Chile, la ciudadanía delibera y propone”: Organiza Asociación Chilena de Barrios y Zonas Patrimoniales. Convoca I. Municipalidad de Providencia y 33 organizaciones de la sociedad civil. 24, 25 y 26 de Abril de 2014.
9. II Coloquio sobre Educación Ambiental y Ecodesarrollo Comunitario: USACH. 24 y 25 de abril 2014. Ver anexo n°43.

El aporte de estas instancias repercutió en el análisis de contenidos que dan forma al producto Barrio Yungay, y del mismo modo, permitió desarrollar los contenidos del evento de difusión de la tercera etapa así como los aspectos claves a considerar en la construcción de los paseos turísticos.

**Actividad 19:** Definir e implementar acciones de marketing para mejorar el posicionamiento del Barrio.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término |
| 15 de febrero de 2014 | 15 de julio de 2014 |

Frente a la tarea de definir e implementar acciones de marketing para favorecer el posicionamiento del barrio, cabe destacar que las actividades desarrolladas en la presente fase incluyeron:

* Fortalecimiento de la imagen corporativa barrial, diseñada y definida junto a los actores del territorio. En este marco, mediante los distintos materiales y piezas gráfica elaborados para las actividades, así como en medios de comunicación, se posicionó el logo e imagen identitaria del barrio, la que ha tenido en todos los campos un amplio reconocimiento.
* Mantención al día de la web del barrio ([www.barriopatrimonialyungay.cl](http://www.barriopatrimonialyungay.cl)), con noticias de actualización semanal, así como animación de las redes sociales (facebook y twitter).
* Elaboración y distribución del newsletter del barrio, de manera regular y semanal. Durante el mes de julio, se suspendió el envío de este boletín semanal dándole énfasis a la difusión del Seminario.
* Elaboración, distribución y publicación de comunicados de prensa de las actividades desarrolladas en el marco del proyecto, así como entrevistas y reportajes en medios de comunicación escrita y radial, destacando entre ellos y de forma gráfica lo conseguido para el Seminario nacional e internacional “Barrio Yungay: ¿cómo articular identidad, participación ciudadana y turismo?”, realizado los días 28 al 30 de julio de 2014.
* Elaboración de materiales gráficos para información y promoción de paseos turísticos del barrio.

Es importante destacar que los materiales gráficos publicitarios del barrio, incluidos aquellos promocionales de paseos y de la oferta de puntos de atracciones culturales, gastronómicas, de hospedaje, artesanía y edificaciones y espacios patrimoniales, se encuentras presentes y para su distribución en oficinas de organismos mandantes (Municipio de Santiago, SERNATUR y CNCA), en las organizaciones sociales de Yungay, emprendimientos del barrio (23 negocios del barrio) y miembros del Circuito Cultural Santiago Poniente (14 entidades).

Desde su lanzamiento en julio de 2014, este material ha sido solicitado por diversos organismos públicos y privados, vecinos o ajenos al barrio. Entre estos es posible mencionar a algunos empresarios del Barrio Yungay, empresarios del Barrio Brasil (Hostel Landay) organismos educacionales (Diplomado Gestión del Patrimonio Cultural de la Universidad Alberto hurtado, Carreras de Ecoturismo y Turismo Aventura de la Universidad Santo Tomás y Dirección de Asuntos Estudiantiles de la Pontificia Universidad Católica de Chile)

Para más detalle de la actividad revisar anexos n° 27, 28, 30, 32 y 35.

**Actividad 20:** Medición del impacto de la implementación del proyecto.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término |
| 1 de junio de 2014 | 31 de julio de 2014 |

Los alcances de este proyecto, en términos económicos en el barrio, es posible de cuantificar a partir de la información entregada por los emprendedores del barrio. Dicha información ha sido solicitada previa vinculación con estos actores, ya que son datos privados de las ventas que cada uno de estos empresarios ha tenido desde el comienzo del proyecto a la fecha (mes de agosto).

El objetivo de esta medición es ver en qué medida se han visto beneficiados los empresarios del Barrio Yungay con la propuesta turística del proyecto, y esto, considerando el total de ventas al inicio versus las ventas realizadas al final del proyecto.

Para esto se recogió una muestra aleatoria de casos de emprendedores y vecinos, cuyas actividades se encuentren vinculadas al turismo.

Se reciben estimaciones de un total de 7 casos consultados. Los resultados se presentan a continuación:

* En 6 de 7 casos existe un incremento en las ventas entre el año 2012 y 2014 (agosto inclusive). El único caso que no incrementó sus ventas el año 2013, en el trascurso del presente año ha experimentado un aumento de sus ventas.
* Dichos incrementos en las ventas fluctúan entre un 20 y un 50%. El caso que registra el mayor incremento, pasó a facturar de 90 a 135 millones (cálculo proporcional estimado a partir de ventas a agosto de 2014).
* Los montos totales de las ventas fluctúan entre los 6 millones de pesos anuales a los 180 millones anuales. Esto tiene relación con el tipo de empresa, tamaño de la inversión e incluso antigüedad en el rubro.
* En lo que respecta a las inversiones realizadas por estos emprendedores existe una mayoría (57%) que invirtió en su empresa entre 2012 y 2014. Un 43% no registra inversiones en el periodo mencionado.
* De los montos de las inversiones, estos son variados dependiendo de la naturaleza de la inversión. De esta forma se encuentran emprendedores que ampliaron su local por 250 millones de pesos, mientras que otros pintaron por $500.000.
* En este sentido, cabe destacar que no existe una correlación entre incrementos en ventas y la inversión realizada en un plazo de 2,7 años de evaluación, esto porque la inversión se justifica por la estrategia y planificación del emprendedor.

**Actividad 21:** Publicación final con los resultados del proyecto.

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de inicio | Fecha término |
| 1 de junio de 2014 | 31 de julio de 2014 |

El principal objetivo de esta publicación es sistematizar y compartir lecciones desde Yungay para el desarrollo, posicionamiento y gestión turística integral de barrios que potencie el equilibrio entre residentes y turistas, preservando así los valores identitarios de la ciudad, poniendo a disposición de los actores y emprendedores, tecnologías y herramientas que mejoren la competitividad e innovación en la gestión empresarial de las pequeñas empresas de servicios turísticos, gastronómicos, hoteleros, culturales-artísticos y de comercio, entre otros, que permitan al mismo tiempo potenciar las fortalezas arquitectónicas, histórico-culturales, ambientales y sociales del Barrio, convirtiéndolo en un referente turístico chileno de clase mundial.

El libro se estructura en 5 capítulos. El primero realiza un recorrido por la historia de Yungay y los procesos históricos que le dan lugar, presenta su historia vinculada al surgimiento de una ciudad y como esto explica algunos aspectos de su diversidad. En un segundo capítulo se busca comprender las claves que le otorgan identidad, y cómo desde allí, tiene cabida la participación cuidadana, lo cual entrega luces de su potencial turístico cultural. Una tercera parte describe la diversidad social y cultural, indicando algunos alcances de la línea base generada en la Etapa I, y describiendo el potencial turístico del barrio. Como un cuarto capítulo, se incluyen lecciones y experiencias internacionales de turismo similar, junto a una síntesis del modelo de visitación turística propuesto; elementos a considerar de la participación ciudadana, y reflexiones en torno a las buenas prácticas que deben generarse y adaptarse a la realidad Yungay. Finalmente se comparten reflexiones y aprendizajes que surgen de la experiencia vivida junto a los actores del Barrio Yungay, así como con los socios de la iniciativa.

# GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Fecha de inicio | Fecha término | Grado de cumplimiento |
| **Etapa 1: Desarrollo de un Modelo de Gestión Turística de clase mundial para Barrio Yungay** |   |   |   |
| **Actividad 1:** Catastro y adecuación de estudios e información (Estudios de instituciones y actores relevantes como Sernatur, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Municipio, etc.). Levantamiento de información y formación de línea base de trabajo. | 18 de diciembre de 2012 | 17 de enero de 2013 | 100% |
| **Actividad 2:** Elaboración de mediciones de la realidad actual y construcción de nuevos indicadores para medir el impacto del proyecto con respecto a temas como N° de patentes comerciales del sector, ventas de los establecimientos relacionados con la oferta turística, N° de vistas a museos y otros atractivos, estadísticas de seguridad ciudadana, indicadores de crecimiento urbano, permisos de edificación, modificaciones al plano regulador, etc. | 1 de julio de 2013 | 31 de octubre de 2013 | 100% |
| **Actividad 3:** Generar informe de capacidad de carga del Barrio, a partir de un estudio de campo. | 1 de julio de 2013 | 31 de octubre de 2013 | 100% |
| **Actividad 4:** Traída de experto para transferencia de experiencias exitosas. | 1 de julio de 2013 | 31 de octubre de 2013 | 100% |
| **Actividad 5:** Desarrollo de Modelo de Gestión en base a antecedentes recopilados. | 1 de julio de 2013 | 31 de diciembre de 2013 | 100% |
| **Actividad 6:** Validación del Modelo con actores relevantes e Instituciones Mandantes. | 1 de julio de 2013 | 31 de diciembre de 2013 | 100% |
| **Actividad 11:** Desarrollo de imagen corporativa del Barrio Yungay y de los productos turísticos. | 1 de abril de 2013 | 31 de julio de 2013 | 100% |
| **Actividad 23:** Organización de Talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del barrio y a los encargados de los atractivos del sector. | 1 de abril de 2013 | 29 de junio de 2013 | 100% |
| **Etapa 2: Transferencia e Implementación del Modelo de Gestión Turística.**  |  |  |  |
| **Actividad 7:** Diseño de metodología participativa de transferencia a través de diferentes instrumentos: talleres de capacitación, aplicaciones web, manuales de operación, etc. | 1 de noviembre de 2013 | 31 de diciembre de 2013 | 100% |
| **Actividad 8:** Formación de equipos a cargo de la transferencia del Modelo en Sernatur, Dirección de Turismo de la Municipalidad, Profesionales de Santiago Innova. | 1 de diciembre de 2013 | 31 de enero de 2013 | 100% |
| **Actividad 9:** Evaluación de equipo capacitado. | 1 de enero de 2014 | 31 de enero de 2014 | 100% |
| **Actividad 10:** Diseño y desarrollo de circuitos turísticos | 1 de noviembre de 2013 | 31 de enero de 2014 | 100% |
| **Actividad 12:** Elaboración de materiales de apoyo para la transferencia del Modelo al usuario final. | 1 de noviembre de 2013 | 31 de enero de 2014 | 100% |
| **Etapa 3: Difusión del Modelo de Gestión a empresarios e instituciones culturales del Barrio Yungay.**  |  |  |  |
| **Actividad 13:** Evento de lanzamiento del Modelo de gestión | 1 de marzo de 2014 | 30 de abril de 2014 | 100% |
| **Actividad 14:** Traída de experto para taller de trabajo con empresas en temáticas que aborden las brechas específicas detectadas. | 1 de marzo de 2014 | 30 de abril de 2014 | 100% |
| **Actividad 15:** Desarrollo de plan de implementación del Modelo. | 1 de enero de 2014 | 28 de febrero de 2014 | 100% |
| **Actividad 16:** Organización de talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del Barrio y a los encargados de los atractivos del sector. | 1 de marzo de 2014 | 30 de abril de 2014 | 100% |
| **Actividad 17:** Elaboración de una estrategia de comercialización del “producto” Yungay con los empresarios turísticos de la región. | 1 de marzo de 2014 | 30 de abril de 2014 | 100% |
| **Actividad 19:** Definir e implementar acciones de marketing para mejorar el posicionamiento del Barrio. | 15 de febrero de 2014 | 15 de julio de 2014 | 100% |
| **Actividad 20:** Medición del impacto de la implementación del proyecto. | 1 de junio de 2014 | 31 de julio de 2014 | 100% |
| **Actividad 21:** Publicación final con los resultados del proyecto. | 1 de junio de 2014 | 31 de julio de 2014 | 100% |

# CARTA GANTT

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | jul-13 | ago-13 | sep-13 | oct-13 | nov-13 | dic-13 | ene-14 | feb-14 | mar-14 | abr-14 | may14 | jun-14 | jul-14 | **% de avance** |
| **Etapa I** | **mes 8** | **mes 9** | **mes 10** | **mes 11** | **mes 12** | **mes 13** | **mes 14** | **mes 15** | **mes 16** | **mes 17** | **mes 18** | **mes 19** | **mes 20** |
| **Desarrollo de Modelo de Gestión Turística de Clase Mundial para el Barrio Yungay** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Catastro y adecuación de estudios e información (Estudios de instituciones y actores relevantes como Sernatur, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Municipio, etc.). Levantamiento de información y formación de línea base de trabajo. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Desarrollo de imagen corporativa de los productos o circuitos turísticos. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Organización de talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del Barrio y a los encargados de los atractivos del sector. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Elaboración de mediciones de la realidad actual y construcción de nuevos indicadores para medir el impacto del proyecto con respecto a temas como N° de patentes comerciales del sector, ventas de los establecimientos relacionados con la oferta turística, N° de vistas a museos y otros atractivos, estadísticas de seguridad ciudadana, indicadores de crecimiento urbano, permisos de edificación, modificaciones al plano regulador, etc. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Traída de experto para transferencia de experiencias exitosas. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Generar informe de capacidad de carga del Barrio. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Desarrollo de Modelo de Gestión en base a antecedentes recopilados. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
|  | jul-13 | ago-13 | sep-13 | oct-13 | nov-13 | dic-13 | ene-14 | feb-14 | mar-14 | abr-14 | may14 | jun-14 | jul-14 | **% de avance** |
| **Etapa II** | **mes 8** | **mes 9** | **mes 10** | **mes 11** | **mes 12** | **mes 13** | **mes 14** | **mes 15** | **mes 16** | **mes 17** | **mes 18** | **mes 19** | **mes 20** |
| **Transferencia e Implementación del Modelo de Gestión Turística** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Validación del Modelo con actores relevantes e Instituciones Mandantes. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |
| Diseño de metodología de transferencia a través de diferentes instrumentos: talleres de capacitación, aplicaciones web, instructivos, etc. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Diseño y desarrollo de circuitos turísticos integrando elementos culturales, patrimoniales y gastronómicos. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **95%** |
| Elaboración de materiales de apoyo (folletería, aplicaciones para smartphones, etc.) para la transferencia del Modelo al usuario final. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **90%** |
| Formación de equipos a cargo de la transferencia del Modelo en Sernatur, Dirección de Turismo de la Municipalidad, Profesionales de Santiago Innova. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **90%** |
| Evaluación de equipo capacitado. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **65%** |
|  | jul-13 | ago-13 | sep-13 | oct-13 | nov-13 | dic-13 | ene-14 | feb-14 | mar-14 | abr-14 | may14 | jun-14 | jul-14 | **% de avance** |
| **Etapa III** | **mes 8** | **mes 9** | **mes 10** | **mes 11** | **mes 12** | **mes 13** | **mes 14** | **mes 15** | **mes 16** | **mes 17** | **mes 18** | **mes 19** | **mes 20** |
| **Difusión del Modelo de Gestión a empresarios e instituciones culturales del Barrio Yungay** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Desarrollo de plan de implementación del Modelo. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **40%** |
| Evento de lanzamiento del Modelo de gestión. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0%** |
| Traída de experto para taller de trabajo con empresas en temáticas que aborden las brechas específicas detectadas. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0%** |
| Organización de talleres de trabajo para la entrega de herramientas de gestión a emprendedores del Barrio y a los encargados de los atractivos del sector. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0%** |
| Elaboración de una estrategia de comercialización del “producto” Yungay con los empresarios turísticos de la región. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **20%** |
| Definir e implementar acciones de marketing para mejorar el posicionamiento del Barrio. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **20%** |
| Medición del impacto de la implementación del proyecto. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0%** |
| Realizar publicación final con los resultados del proyecto. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **0%** |

# IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDADES QUE PARTICIPARON DE LAS ACTIVIDADES

En el transcurso del proyecto, se mantuvo contacto con las siguientes autoridades:

* Sernatur RM: Ernesto Astorga Valdés. (Director SERNATUR RM), Bernardita Bas (Encargada Turismo cultural).
* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes RM: Ana Carolina Arriagada (Directora del CNCA RM) y Pilar Vicuña Domínguez (Coordinadora Área de Ciudadanía y Cultura CNCA), Isadora Leighton (Profesional Área de Ciudadanía y Cultura CNCA).
* MINVU: Daniela Aguirre (Coordinadora Barrios Patrimoniales MINVU), Irene Tapia (Secretaría Ejecutiva de Desarrollo de Barrios MINVU), Vicente Burgos (Asesor de Desarrollo Urbano MINVU).
* Ilustre Municipalidad de Santiago: Isabel Bórquez (turismo), Mireya Danilo (Patrimonio), Jaime Puyol (Patrimonio).
* Cordesan: Marilyn Masbernat (coordinadora Plan Capital).

## A partir de las reuniones de coordinación con los asociados mandantes, fue posible desarrollar y validar algunas de las actividades. Estas reuniones se encuentran detalladas en la página 9 del presente informe.

A continuación se mencionan algunas de las entidades participantes en el proyecto:

* Asociación chilena de barrios y zonas patrimoniales de Chile
* Taller sol
* Escuela Taller de Artes y Oficios Fermín Vivaceta
* Corporación Cultural Barrio Yungay
* Vecinos por la defensa del Barrio Yungay
* Fundación Patrimonio Nuestro
* Comité Adelanto
* Escuela Guías del Patrimonio
* Cultura Mapocho
* Circuito Cultural Santiago Poniente
* Biblioteca de Santiago
* Matucana 100
* Museo de la Memoria y Derechos Humanos
* Museo de la Educación
* Pontificia Universidad Católica de Chile
* Universidad Santo Tomas
* DUOC

**Seminario días 24 y 25 de septiembre de 2013**

En anexo 26 se encuentra la lista completa de invitaciones y presentes que por su extensión no la copiamos entera. En resumen el día 24, hubo 108 asistentes y el día 25 se contó con 81 personas. Los presentes provenían del mundo académico, de autoridades, del sector turístico, de distintas organizaciones de la sociedad civil o eran simplemente vecinos sin pertenecer a una organización.

**Seminario días 28, 29 y 30 de julio 2014**

Al paseo y conversatorio del 28 de julio, asistieron alrededor de 60 personas (ver fotografías en anexo 28), mientras que en los días de seminario asistieron 129 personas el día 1 y 91 personas el segundo día. Considerando a los 38 asistentes a los talleres de trabajo, las 220 personas del seminario y 60 del paseo y conservatorio, se obtiene un balance positivo en cuanto a participación, sobre todo considerando que fue posible concertar ideas a través del acuerdo presentado el último día del encuentro.

En anexo 37 se encuentra la lista de asistencia al seminario los días 29 y 30 julio, en el anexo 46 completa de invitaciones y presentes que por su extensión no la copiamos entera.

# LOGROS DESTACABLES CON LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

En términos generales el proyecto permitió, a lo largo de 20 meses de trabajo, consolidar acciones y vínculos con las organizaciones sociales y otros actores de la sociedad civil; a la vez que contribuyó a fortalecer el dialogo entre distintas instituciones públicas cuyos ámbitos de acción se relacionan con el desarrollo territorial a escala local, el patrimonio y turismo con foco en la cultura.

En la primera etapa del proyecto, los logros más notables fueron en comunicaciones, desarrollo de imagen, levantamiento de información, articulación y activación de actores. En este sentido se fortaleció el desarrollo de la imagen que identifica a los vecinos de Barrio Yungay, y que ha sido validada por ellos.

Durante la etapa II el equipo del proyecto hizo un gran esfuerzo, ya que junto a las labores propias de esta fase, logró recuperar el atraso de la etapa I. Se consiguió ejecutar tanto las actividades no completamente realizadas de la etapa I (1.- Elaboración de mediciones de la realidad actual y construcción de nuevos indicadores, 2.- Estudio e Informe de capacidad de carga, 3.- Modelo de Gestión y 4.- Traída del experto internacional), como todas las actividades previstas de la etapa II y además de logró avanzar en algunas actividades planificadas para la etapa III.

Entre los logros más importantes que cabe destacar de esta fase; en primer lugar, se cuenta la realización del encuentro de reflexión, concertación y consolidación de acciones, denominado Seminario-taller “Barrio Yungay: ¿cómo articular identidad, participación ciudadana y turismo?”. Este encuentro se llevó a cabo durante el mes de julio 2014 y contó con la participación de variados actores de la sociedad civil, institucionales y académicos, donde fue posible aunar experiencias nacionales e internacionales. En segundo lugar, se realizó la sistematización y síntesis del proyecto a través de la publicación en formato de libro. Este trabajo significó la integración de diversos logros alcanzados en el desarrollo del modelo de gestión turística, como lo fue el diálogo con los actores sociales del barrio, la propuesta del modelo de visitación turística presentado en la Etapa II y la propuesta del producto turístico; todo esto acompañado de fotografías actuales e históricas de Yungay. Finalmente, y luego de los avances obtenidos en la etapa anterior, se generó la propuesta final de producto turístico, la cual fue validada y compartida con los vecinos del barrio, además d otras instituciones públicas y privadas.

# AVANCE EN LOS INDICADORES

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Indicador propuesto | Fórmula | Meta comprometida% | Plazomeses | Medios de verificación | Estado de avance% | Análisis |
| Indicadores relacionados con cierre de Brechas |
| Aumento del N° de Productos turísticos, culturales y patrimoniales creados | (N° de nuevos productos - N° de productos existentes) / N° de productos existentes | 100% | 7 | Presentación de productos creados y material promocional | 100% | Al crear folletería como material de apoyo de los paseos turísticos identificados en el Estudio de Capacidad de Carga y Modelo de Visitación, se logra el objetivo. La brecha se cubre al 100% cuando se completa con la comunidad las imágenes a incluir, e imprima el tiraje necesario. |
| Grado de vinculación de actores del Barrio | N° de participantes en redes y medios de vinculación / N° de actores identificados | 50% | 7 | Presentación de informe de acuerdo a los registros efectuados. | 100% | Al finalizar la Etapa II, se evalúa positivamente la evolución de la vinculación con el proyecto. El equipo logra participar de actividades comunitarias autogestionadas, siendo un actor más dentro del territorio, en donde la vinculación entre los actores ha sido un factor relevante desde el inicio del proyecto. Con la vinculación de puesta en marcha de los paseos turísticos se cubre el 100% del indicador.  |
| Indicadores de Cobertura |
| Porcentaje de participación en el proyecto de los actores involucrados | N° de actores participantes / N° total de actores identificados | 80% | 12 | Registro de participantes en talleres de trabajo y otros eventos de difusión. | 100% | Actividades como los seminarios de 2013 y 2014 y las múltiples reuniones sostenidas durante toda la totalidad de las etapas han reforzado esta participación. Se espera lograr el 100% de vinculación, con la puesta en marcha de los paseos en el Barrio y la creación de una estructura de gestión.  |
| Indicadores de Producto |
| Modelo de Gestión de Barrios | N/A | N/A | 12 | Presentación de Modelo en evento de lanzamiento | 80% | Si bien se presentan los resultados del Estudio de Capacidad de Carga y Modelo de Visitación a todos los actores relevantes y se la logrado la validación de éste en todos ellos, el evento lanzamiento del modelo se ha reprogramado para la etapa III. |
| Método de transferencia de Modelo | N° de personas capacitadas |  5 | 12 | Equipo capacitado | 100% | Se transfiere el modelo durante sesiones de trabajo realizadas durante toda la etapa II. Se completó con el 100% de cumplimiento luego de aplicar el instrumento de evaluación durante el mes de marzo. |
| Asistencia a eventos de difusión | N° de asistentes a eventos de difusión | 100 | 20 | Registro de asistentes | 100% | Se registran 187 asistentes al Seminario 2013, 220 al seminario 2014, Se difunde el proyecto en otras actividades del barrio, sobrepasando las 700 personas que han recibido transferencia. |
| Indicadores Impacto Económico |
| Aumento de visitas al Barrio | (N° de visitantes al final del proyecto - N° visitantes al inicio del proyecto) / N° visitantes al inicio del proyecto | 30% | 20 | Registro de visitantes a museos, centros culturales y locales comerciales. | 100% | Según los registros que indican las instituciones miembros del CCSP, y centros culturales insertos en el barrio las visitas al sector, aumentaron un 45% con posterioridad a los eventos de difusión |
| Aumento de ventas de los oferentes de los productos creados | (Ventas al final del proyecto – Ventas al inicio del proyecto) / Ventas al inicio del proyecto. | 15% | 20 | Informe realizado en base a la información entregada por las empresas. | 100% | El aumento en las ventas de la muestra analizada de emprendedores del barrio fluctúa entre un 20 y 50 % de incremento, lo cual permite cumplir con un 100% este indicador. |

#

# RESULTADOS Y CONCLUSIONES

A modo de conclusión, el presente informe comparte las reflexiones y aprendizajes que han sido descritos en uno de los principales productos del proyecto: la publicación *“El Barrio Yungay, Historia, Identidad, Patrimonio y Vida de Barrio”*. Dichos aprendizajes surgen de la experiencia vivida junto a los actores del Barrio Yungay, así como con los socios de la iniciativa, y tienen el deseo de instalar temas de interés que es preciso tener en cuenta a la hora de promover el desarrollo turístico de zonas y barrios en el país, intentando aportar con ello a despejar las interrogantes y desafíos que marcarán las conversaciones para la construcción de ciudades habitables, amables, sustentables, al fin y al cabo, humanas, como todos deseamos.

**Gobernanza: claves para la democracia**

La crisis de la representatividad dificulta el camino de las políticas públicas y el buen funcionamiento de las decisiones gubernamentales. La democracia no es sólo un voto, la democracia es participar en las decisiones que nos afectan, entregando respuestas a inquietudes y conflictos que nos involucran.

La Gobernanza se presenta como una alternativa que sintoniza al Estado y la sociedad civil, para generar un diálogo íntimo con el fin de legitimar las decisiones que involucran de forma directa o indirecta a la ciudadanía. Es una forma de gobernar cooperativamente en la que los actores involucrados colaboran para mejorar y articular las políticas públicas. Los organismos técnicos que dinamizan un desarrollo territorial, en ámbitos urbanos, económicos, políticos y culturales, ignoran y muchas veces rechazan las propuestas ciudadanas y la opinión pública. Es el gran déficit de la institucionalidad que no escucha las diversas realidades de un territorio. La gobernanza trata de dar soluciones a los problemas colectivos y lograr un bienestar público.

Las organizaciones sociales tienen un componente “asociativo” muy importante, lo que permite que se organicen y auto-gestionen de acuerdo a problemáticas que los afectan. Una organización vecinal -como es el caso de Yungay- se compone de un fuerte referente identitario. Esta particularidad permite activar la necesidad democrática, proponiendo un nuevo modelo de patrimonio y un modelo de ciudad a escala barrial. Ignorar estos signos es un error para la Gobernanza.

Cuando esta relación (Estado-comunidad) no es equilibrada y, a la vez, se impone un modelo territorial, el patrimonio y la “vida de barrio” se ven amenazadas por el mercado y la ambición económica de los grandes conglomerados. La ciudad es entregada a la oferta y la demanda que impone una ciudad ajena y distante. Los conflictos indican que la ciudad está despertando de las amenazas externas e internas, donde la ciudadanía forma parte de las propuestas que los involucran y los afecta directamente.

La ***apropiación de la ciudad*** es necesaria para dinamizar la gobernanza que busca incesantemente dialogar entre los componentes técnicos y la comunidad. Una comunidad no empoderada y organizada dificulta las iniciativas y el funcionamiento de las “buenas prácticas” generando conflictos y dificultades entre los residentes, vecinos y ciudadanos. No obstante, mientras más empoderada se encuentra la sociedad, mejores son las políticas de planificación y desarrollo.

El empoderamiento ciudadano cada vez se hace más visible, la diversidad de los barrios y su gente necesariamente requiere de políticas que aborden e integren la diversidad. Una política que ignore las condiciones económicas, sociales y culturales de una comunidad puede caer en una política errada y devastadora para la población, la identidad y la forma de vida.

Reconocer cómo evoluciona un barrio, de qué modo se produce la diferenciación de lugares, cómo enfatizar criterios de sustentabilidad ambiental y cómo dinamizar al sector productivo, permitirá desarrollar propuestas genéricas y que también pueden ser implementadas en otros barrios, que fomenten una ciudad más sostenible, más amigable, y a través de la aplicación de instrumentos combinados, es posible ejecutar programas y proyectos considerados prioritarios para mejorar la calidad de vida de la población, para generar una ciudad para todos, más saludable, más equitativa, más integrada.

Es por esto que la autoridad debe tener un rol protagónico, no puede estar ajena a las intenciones de la ciudadanía por participar en la planificación. La participación estructurada tiene efectos permanentes en la formación de la ciudadanía y los acuerdos, en diseño y calidad de vida, fortaleciendo la democracia en distintos niveles.

**Participación ciudadana**

Las organizaciones y la sociedad civil en un esfuerzo mancomunado, lograron que el Barrio Yungay fuese declarado Zona Típica. Esta condición especial que presenta la zona la convierte en una fortaleza desde el punto de vista patrimonial, pero ¿Es suficiente para proteger el patrimonio? ¿De qué forma disminuir el impacto turístico en el patrimonio?

Si bien, el valor de un barrio con estas características está en su arquitectura patrimonial, que por cierto, debe ser protegido porque representa la identidad y la historia de una ciudad, lo realmente importante es lo que conforma un barrio, la **comunidad**, la **gente** y su **forma de vida**. Si el valor patrimonial tiene como objetivo resguardar la historia y potenciar el turismo de una ciudad, ¿*para quién es el patrimonio*? El patrimonio es para la comunidad, las personas que habitan un territorio, viven y se relacionan formando estrechos lazos sociales en una ciudad cada vez más ajena y anónima.

La planificación de la ciudad era algo técnico que alejaba a la comunidad en la toma de decisiones, convirtiendo a la ciudad en un lugar “ajeno” y sin participación. El resurgimiento de la comunidad ha permitido que en los últimos tiempos surjan un sin número de ***organizaciones civiles*** y ciudadanas que defienden y protegen la ciudad, preservar los barrios y mejorar la calidad de vida.

 Los temas de desarrollo y planificación urbana afectan directamente a la comunidad, dañando severamente la forma de vida de barrio. La organización de la comunidad apunta a la intervención urbana que daña y perjudica su calidad de vida. La comunidad se levanta con un arma de lucha colectiva y comunitaria en defensa de lo que consideran lo “**propio**”, el lugar que habitan, con diversas identidades que conviven y se conectan con la memoria, construyendo y propia historia.

Las autoridades deben mantener un diálogo constante con la comunidad para generar soluciones a las problemáticas que la comunidad manifiesta. La sociedad civil es el actor clave para entender la realidad y vulnerabilidad de un sector, *nadie sabe mejor lo que tiene que la gente que vive en el territorio*, escuchar sus propuestas e inquietudes, es buscar soluciones adecuadas para cualquier fenómeno.

La ***participación ciudadana***  es la extensión y profundización del sistema democrático y la clave para la gobernanza. Sin embargo, ¿Cómo incorporar la percepción social de la población para proyectar estrategias de gestión participativa?

Identificar y visibilizar el potencial turístico del Barrio Yungay en términos arquitectónicos, históricos y de vida de barrio, permite que los propios habitantes reconozcan el patrimonio considerándose parte de este, activando la necesidad de participar en las políticas de reactivación económica, para incorporar y formar parte del escenario que se busca transformar, respetando el patrimonio y la vida de barrio.

Un Modelo de Gestión Turística busca entregar diversas herramientas a los actores y emprendedores del sector y contribuir al trabajo asociativo de los diferentes personas y referentes que lo conforman. Sin embargo, esto debe ir acompañado de una educción patrimonial que ayude a la revalorización y reconocimiento de una identidad cultural, y a la vez, formando líderes comunitarios con conciencia social del patrimonio cultural.

La capacidad de gestionarlo depende tanto del gobierno local como de las organizaciones vinculadas al barrio, diseño de un plan integral de desarrollo turístico que considere una imagen objetivo. No obstante ¿Cómo equilibrar los intereses de una comunidad diversa? Esto sólo se puede lograr involucrando a sus residentes y a los distintos actores en el proceso de planificación y gestión de las intervenciones de forma “vinculante”. La participación es fundamental para la construcción de la ciudad y el barrio que se quiere, un lugar amable, cercano y familiar. Porque un barrio es de quien lo habita y lo practica, es un lugar en constante tensión, porque las lógicas de planificación así lo requieren, pero la vinculación de los ciudadanos(as) permite equilibrar esta relación que se encuentra en constante construcción.

El carácter único del Barrio Yungay –como comunidad enraizada y fuertemente vinculada con su espacio- determina ritmos de vida comunitarios necesarios de preservar y esenciales para comprender el patrimonio y sus identidades. La lógica del futuro y la nueva planificación de los barrios desde la base es *“disfrutar donde vives”* y participar con la gente. Los barrios históricos nos cuentan su pasado pero nos abren un futuro y barrio deseado.

Una sociedad *“avanzada*” es una sociedad que tiene una fuerte participación política. No obstante, esta participación va orientada en grupo con intereses comunes. Se evidencia un cambio en la participación, una participación activa, demandantes, con conocimiento y educación, una sociedad con la capacidad de generar un discurso para potencializar la identidad y su forma de vida, por sobre las decisiones burocráticas e impuestas, que pueden llegar afectar su existencia. El futuro del Estado depende de la capacidad de escuchar y entender las demandas de la sociedad para mejorar las condiciones de vida de la ciudadanía.

**Turismo Cultural y el impacto en la sociedad**

El turismo cultural puede constituir, primero, un factor de riqueza y por tanto, de desarrollo económico; y en segundo lugar, un incentivo para la recuperación del patrimonio cultural y un estímulo para la creación de nuevas ofertas y atractivos culturales. El valor patrimonial de un barrio puede significar una importante ventaja comparativa y una poderosa herramienta de diferenciación para aquellos emprendimientos que sean capaces de adoptarla y transferirla como valor agregado al servicio y/o producto que brinde su negocio.

Las organizaciones sociales han promovido iniciativas de preservación endógenas, donde la noción de ***barrio-pueblo*** se ha constituido como un sello identitario que potencia el resguardo y conservación del patrimonio. Sin embargo, dicho patrimonio no debería entenderse como algo perpetuo e intocable, sino que desde la compresión de la ciudad y el espacio como algo **“vivo”**, donde comulgan territorio y sociedad civil, lo público y lo privado. *¿Cómo equilibrar el sector público y el sector privado para la gestión integral turística?*

La cultura se está convirtiendo en un factor cada vez más decisivo en la regeneración urbana de las ciudades, que ven en la recuperación de sus elementos patrimoniales y en la dotación de nuevas infraestructuras culturales, una forma de atracción de nuevos visitantes y quizás incluso nuevos residentes, así como una nueva forma de acumular atributos de diferenciación con otros enclaves y territorios.

No obstante, lo turístico patrimonial del Barrio Yungay es revalorizar el deseo de una población que habita una ciudad moderna pero caótica, en un lugar emblemático de la ciudad, con una “historia fundante”, una identidad propia diferenciada desde afuera. Lo complejo en la “lógica de consumo” es que busca desplazar lo “propio” de una comunidad, instalando una nueva lógica económica. Esta lógica es muchas veces devastadora para la comunidad, generando un gran impacto en la naturaleza y la forma de vida. Es sabido que el turismo puede generar un gran daño y un cambio significativo en la vida de barrio, pero también, es una oportunidad. Para equilibrar la lógica económica, social y patrimonial el turismo debe enfrentar un cambio en su forma de entenderse.

Un cambio de mentalidad que indaga en la pregunta ***¿turistas o visitantes?*** El Barrio Yungay es un espacio cotidiano, cercano y familiar donde las necesidades pueden ser satisfechas en el espacio físico y comunitario: patrimonio y vida de barrio. Hablar de visitantes es hablar de una persona que camina por un lugar “nuevo” pero conocido. Un lugar que se encuentra oculto en su memoria y reaparece en el acto de caminar por los antiguos adoquines. El visitante camina por el barrio viviendo una experiencia única y cercana.

Explorar y recordar la vida a escala de barrio permite entender y comprender las antiguas relaciones económicas, sociales y culturales que las modernas ciudades han olvidado.

Entre los aspectos positivos del turismo se destaca el **dinamizar la economía del barrio**, generar empleo y emprendimientos con talleres y oficios para el desarrollo desde la propia comunidad. Entre los aspectos negativos del turismo están la **imagen no deseada** que puede proyectar el barrio y atraer individuos que alteren la vida de barrio y sus estrechar y delicadas relaciones. La sensibilidad de la vida barrial puede ser afectada por la llegada de nuevas actividades económicas.

La escasa inversión urbana y servicios básicos dificultan los procesos de articulación necesaria para generar un turismo comunitario seguro. El barrio es entendido como un lugar “propio” donde la comunidad responde a sus necesidades y cómo articular y dar vida a su espacio. La apropiación del espacio por alguien “ajeno” es un malestar que tensiona las relaciones de los vecinos del Barrio Yungay.

La diversidad, la multiculturalidad, la economía formal e informal son elementos cotidianos del Barrio, desde sus inicios hasta la actualidad, elementos que podrían ser problemáticos, afectando el “turismo deseado”. Sin embargo, la riqueza de estos elementos puede potencializar el atractivo turístico de barrio. La diferencia no puede ser un problema, es más bien una oportunidad. Estas características son esenciales para la vida de barrio, complementadas con una oferta de servicios hoteleros, gastronómicos y económicos desde la misma comunidad. De esta forma, se presenta un escenario caótico pero muy atractivo para el visitante que busca empaparse de la diversidad y conocer nuevas realidades.

La revitalización de los centros históricos puede ser parte de una nueva visión económica; los valores culturales pueden volverse valores productivos, revitalizando el patrimonio tangible e intangible. Estas últimas son el reflejo de un barrio republicano que se encuentra y descubre en un ambiente distendido y conversaciones hasta alta hora de la noche, sus rincones guardan las historias de una estrecha convivencia, generando una rica y diversa relación barrial que, poco a poco, desaparece del imaginario urbano.

En el caso del Barrio Yungay, existen sectores de comercio y viviendas restauradas, pero no ha sido suficiente para generar una activación concreta del sector. Pese a los esfuerzos en esta materia, Yungay sigue siendo desconocido y poco frecuentado por los habitantes de la Región Metropolitana. El turismo cultural, que es la alterativa más respetuosa para el territorio, no resuelve la tensión, pero es más cercana a lo que desea el Barrio. A futuro pueden surgir nuevas conceptualizaciones que se acerquen a una mejor convivencia entre el mercado, el patrimonio, la identidad y sus residentes; y para ello es esencial que estas se basen en la vida del Barrio, que la hacen cotidianamente sus habitantes.