

PLAN DE ACCIÓN

PARA LA GESTIÓN PARTICIPATIVA DE ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO (ZOIT).



PLAN DE ACCIÓN
DESTINO TURÍSTICO SALTOS DEL LAJA

DICIEMBRE 2015

CONTENIDOS

1. MODELO DE GOBERNANZA ZOIT	4
1.1 Conformación de la Mesa Público Privada.....	4
1.2 Resumen ejecutivo de la propuesta ZOIT	5
1.3 Diagrama de la Mesa Público Privada	6
1.4 Participación en la elaboración del Plan de Acción.....	7
2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.	10
3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.	15
3.1 Análisis FODA y Objetivo Estratégicos.....	15
3.1.1 Puesta en valor – Infraestructura pública habilitante.....	15
3.1.2 Calidad y sustentabilidad de la oferta; y capital humano.	16
3.1.3 Gestión Sustentable del Territorio.....	17
3.1.4 Desarrollo de productos turísticos.....	19
3.1.5 Promoción Turística.....	20
3.2 Visión ZOIT.	21
4. LÍNEAS DE ACCIÓN PARA EL FOMENTO DEL TURISMO.....	22
5. FICHA DE INICIATIVAS PARA LOS DOS PRIMEROS AÑOS ZOIT	29
6. ANEXOS.....	39
6.1 Cartas de apoyo de los actores involucrados en la propuesta ZOIT.	40
6.2 Verificadores de instancias de participación en el Plan de Acción.....	46

INTRODUCCIÓN.

Salto del Laja es un destino turístico de la región del Biobío, que administrativamente pertenece a dos comunas: Cabrero y Los Ángeles. No obstante lo anterior, el terreno donde se ubica el salto principal es propiedad de la Municipalidad de Yumbel.

Esta división administrativa ha provocado una descoordinación en el trabajo que se realiza en el destino, lo que se ha traducido en un estancamiento en materia de inversión pública. No obstante lo anterior, actualmente se está creando la Asociación de Municipios para el Desarrollo Turístico de las comunas de Cabrero, Los Ángeles y Yumbel, lo que permitirá una mejor gestión del destino, cumpliendo esta asociación el rol de entidad gestora y velará por el correcto funcionamiento del plan de acción.

Salto del Laja fue declarado Centro de Interés Turístico CEIT (con una superficie de 527,7 hectáreas) por SERNATUR el año 2001 y actualmente está postulando para ser declarado Zona de Interés Turístico, ZOIT. Para la definición del polígono de la ZOIT se han considerado diversos sectores del destino, sin duda, en algunos de ellos se ha desarrollado con mayor impacto la oferta turística, como son los sectores de Salto del Laja Centro (eje de la Ex Ruta 5 Sur) y el sector Paraguay, siendo este último, donde se concentra la mayor oferta de alojamiento turístico (principalmente camping), sin embargo, se han incorporado otros sectores de Salto del Laja como: Chillancito, La Aguada y El Litre, que pertenecen a las comunas de Cabrero, Yumbel y Los Ángeles, en los cuales si bien la oferta aún es incipiente, son sectores que de a poco se han ido incorporando al desarrollo de la oferta turística y que hoy en día, cuentan con un alto potencial de desarrollo, diversificación de la oferta turística, empresarios comprometidos y registrados en la base de datos de SERNATUR.

1. MODELO DE GOBERNANZA ZOIT

1.1 Conformación de la Mesa Público Privada

Proporcionar antecedentes de contacto de los actores que forman parte de la Mesa Público Privada, indicando sus roles y ámbito del Plan de Acción en el que trabajarán.

Gobernanza ZOIT				
Secretario (a) ejecutivo (a) de la Mesa Público Privada	Pamela Navarro Oyarzún		+56 9 5 +56 43	
Profesional que realiza el Plan de Acción	Carlos Guerrero		+56 5	
Encargado de Turismo Municipal	Joel Jara Municipalidad Cabrero		+56 9	
	Carolina Pinto Higuera Municipalidad Los Ángeles		+56 +56	
	Jessica Briones Vergara Municipalidad Yumbel		+5 +5€	
Instituciones involucradas en el Plan de Acción	Nombre Representante	Rut	Teléfono	Correo
Servicio Nacional de Turismo	Paola Núñez Muñoz	60	41-	
Municipalidad de Cabrero	Mario Gierke Quevedo	69	43-	
Municipalidad de Los Ángeles	Esteban Krause Salazar	69	43-	
Municipalidad de Yumbel	Jaime Gacitúa Echeverría	69	43-	
Cámara de Turismo, Comercio y Servicios A.G.	José Sanzana Villegas	65	8	
Encargados por Ámbito del Plan de Acción	Nombre Representante	Rut	Teléfono	Correo
Infraestructura habilitante	Paola Fernández	1	6	
Sustentabilidad de la oferta	Gastón Rodríguez		8	
Desarrollo de productos	Pablo Venegas	1	8	
Gestión integral del territorio	Jorge Rodríguez	1	7	
Promoción	José Sanzana	1	8	

1.2 Resumen ejecutivo de la propuesta ZOIT

RESUMEN EJECUTIVO

Salto del Laja, es uno de los principales atractivos turísticos naturales de jerarquía internacional en la región del Biobío, está constituido por cuatro caídas de agua independientes. El salto principal, que se ve desde la carretera, tiene una altura de 35 m; la segunda caída, que se encuentra al lado de la principal, tiene una altura de 25 m, el tercer salto se ubica en el Km 1 del camino a Paraguay y mide unos 25 m y es el denominado “Salto Chico”, finalmente la cuarta cascada, se encuentra atrás de este último y mide unos 20 metros de altura, por lo que llevo a ser declarado CEIT en noviembre del año 2001.

En relación a la oferta turística de Salto del Laja, es posible encontrar establecimientos de alojamiento (principalmente camping y cabañas) en cada uno de los sectores de este destino: Camino Paraguay, El Litre, Chillancito y La Aguada, en tanto la oferta gastronómica se emplaza principalmente en el sector centro del destino, pudiendo encontrar desde la típica comida criolla, hasta platos internacionales. Complementan esta oferta, los servicios de paseos en lancha, visitas guiadas a las 4 cascadas, paseos a caballo, arriendo de kayak, canopy y bicicletas de agua, minigolf, y la experiencia de realizar actividades propias del campo, entre otros. Por otro lado, los principales actores públicos y privados que participan del destino destacan: 3 Municipios (Cabrero, Los Ángeles y Yumbel), SERNATUR, INDAP, CORFO y SERCOTEC además de la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios A.G., 2 Agrupaciones de Turismo, 3 Agrupaciones de Comerciantes y Artesanía, 7 Juntas de Vecinos y 3 Agrupaciones de Adultos Mayores, todos los anteriores quienes se cohesionan a través del trabajo conjunto que se realiza en la Organización de Gestión de Destinos (OGD) que existe desde el año 2012.

Según el estudio de perfil del turista realizado en el Diagnóstico del destino Salto del Laja y Lineamientos Estratégicos, realizado por CFT ITUR Ltda. (2008). “El Perfil del Turista – Salto del Laja corresponde a turistas que caracterizan por ser viajeros de paso, interesados en conocer la localidad. De estos, alrededor del 77,5% de los visitantes están durante el día, mientras que del total de los que pernoctan, el 80% lo efectúa en camping. El nivel socioeconómico de los turistas nacionales es medio a medio bajo (C2 y C3), lo que caracteriza un bajo nivel de gastos de los visitantes, a lo que se suma, el hecho de que el 63% de los visitantes prefiere llevar alimentación propia”.

Las principales brechas del destino;

Gestión sustentable del territorio; debilidad de la institucionalidad del turismo a nivel público y privado a nivel de gestión del destino. La superación de la brecha pasa por el posicionamiento de un ente gestor que articule y posicione el plan de acción del destino y capture las oportunidades detectadas.

Puesta en valor del destino e infraestructura habilitante; desarrollo de construcción y habilitación de señalética, ciclovías, áreas verdes y de esparcimiento, equipamiento con pertinencia que mejore y proyecta una imagen identitaria del destino. Las acciones para abordar estas brechas pasan por el desarrollo de un programa de desarrollo de infraestructura y equipamiento, participativo y con identidad, que refuerce los valores locales tanto paisajísticos, como identitarios y culturales.

Capital Humano y Calidad; Las brechas de capital humano están en diversos órdenes de necesidades y prioridades para la gestión del destino, siendo el más central la carencia de capacidades técnicas, públicas y privadas necesarias para reorientar el desarrollo de una oferta que capitalice nuevos hábitos de consumo de turismo y segmentos de turistas en mercados prioritarios cercanos (Los Ángeles y Concepción). Las principales propuestas de superación son el desarrollo de un programa de instalación de capacidades en actores públicos y privados tendientes a la captura de nuevos segmentos y el desarrollo de una oferta con identidad.

Desarrollo de Productos turísticos; no existe una propuesta de servicios o productos que aborde la rica posibilidad de generar experiencias en torno a cada uno de los productos anclas que hemos individualizados en este estudio; cultura campesina, tradición criolla, entre otras, a los cuales se debe agregar como productos complementarios experiencias ligadas a; artesanías, gastronomía tradicional, productos locales, festividades, entre otros. La solución pasa por el desarrollo de productos de turismo complementarios a la oferta actual del destino o propuesta principal de venta (PPV) que son Los Saltos del Laja y que busque en los principales activos culturales y sociales del territorio el desarrollo de una oferta complementaria.

Diagnóstico de Promoción; En términos generales Destino Salto del Laja no cuenta con una estrategia de promoción, ni con canales ni herramientas que permitan una información articulada, coherente, que ataque segmentos con mensajes definidos ni que permita mostrar la oferta de servicios de manera integral, la misma que se conecte con las actividades, todo esto sucede porque básicamente no se ha generado investigación de mercado hacia segmentos definidos del mismo. La solución pasa por el

desarrollo de una estrategia de promoción en mercados definidos y segmentados, que permitan mejorar el perfil del turista actual.

Principales actores del Plan

PUBLICO	PRIVADO	SOCIAL
Municipalidad de Cabrero	Cámara de Turismo Saltos del Laja	Comité de Agua Potable Saltos del Laja
Municipalidad de Los Ángeles	Organización de Gestión de Destinos	Club de Rodeo Caliboro
Municipalidad de Yumbel	Asociación de Turismo Aguas del Laja	Club de Rodeo Aguas del Laja
Asociación de Municipios	Asociación de Artesanos Cabrero	Leonardo Echaíz – Director Escuela La Rinconada
SERNATUR	Sindicato de Artesanos de Los Ángeles	JJV 19 Saltos del Laja
SERCOTEC	Forestal Mininco	JJV La Playita
CORFO		JJV La Aguada
INDAP		JJV El Litre
Vialidad		JJV Chillancito
Gobernación Provincial		

El trabajo desarrollado en la ZOIT busca consolidar los Saltos del Laja a través de una oferta de productos segmentados basados en su oferta actual y potencial, con el liderazgo de una acción público privada entre los entes locales empresariales de turismo, los actores sociales del territorio y las Municipalidades locales, quienes estas últimas se han formado como asociación de municipios para el desarrollo turístico.

Su imagen objetivo: “Somos un destino eminentemente turístico, que brindamos experiencias asociadas al disfrute activo o pasivo del río Laja, el encuentro con la cultura criolla y nuestra historia. Contamos con una planta e infraestructura en crecimiento y que busca la diversificación de su oferta, especialización y calidad de los servicios”.

Principales proyectos:

1. Desarrollar un Plan de Mejoramiento Urbanístico del destino para la Implementación de Áreas Verdes, Áreas de Descanso, Sistemas Colectores de Aguas Lluvias y Aguas Superficiales Programa de instalación de capacidades en actores públicos y privados tendientes a la captura de nuevos segmentos y el desarrollo de una oferta con identidad.
2. Mejoramiento de Sendero a Salto principal considera: Mejoramiento de Cubierta Peatonal de Acceso, Sistema de Evacuación de Aguas, Iluminación, Mobiliario y Habilitación de Área de Protección e Interpretación del Bosque Nativo.
3. Desarrollo de un cuerpo de Ordenanzas para el destino validado por la Asociación de Municipios.

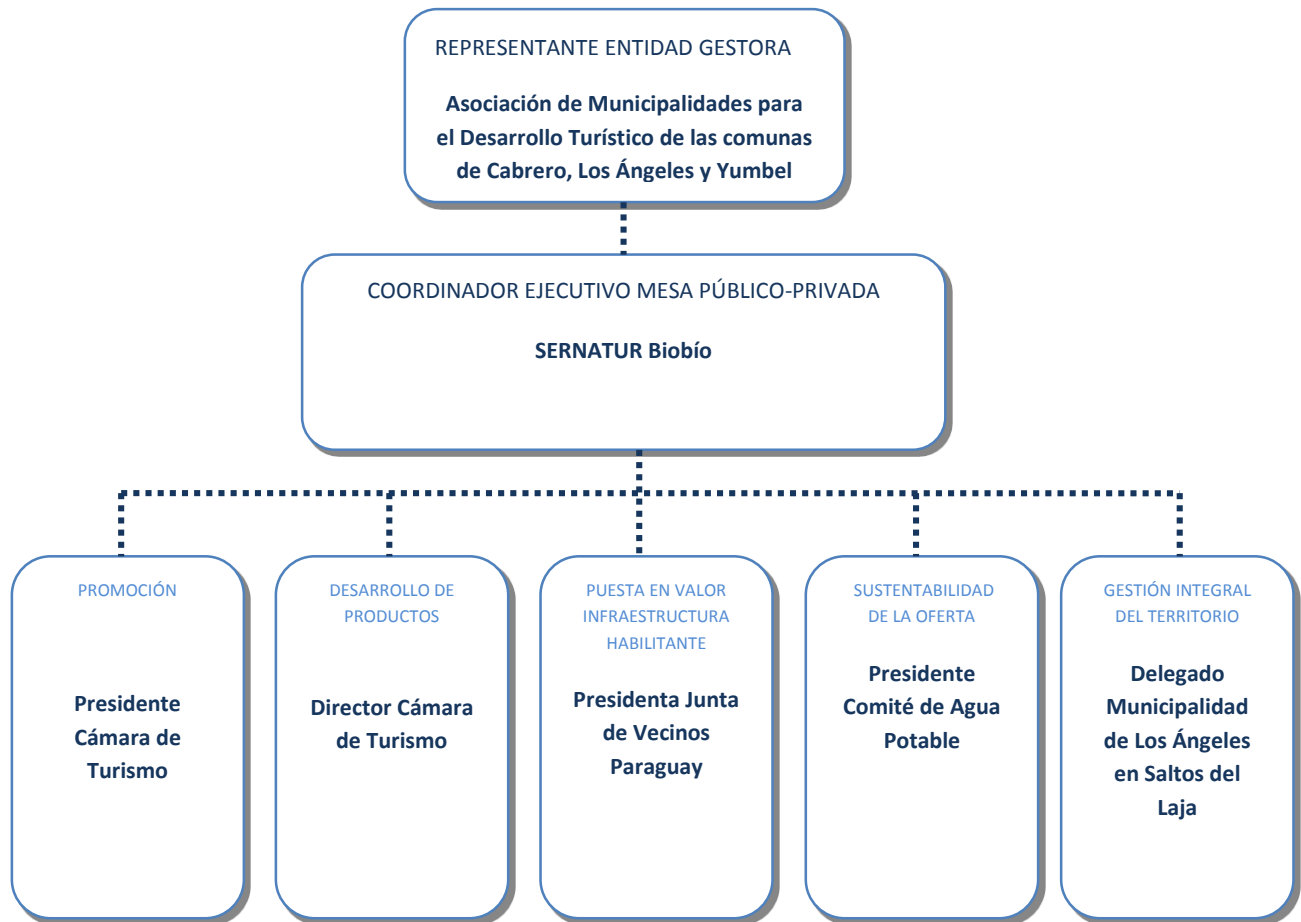
Máximo 500 palabras

1.3 Diagrama de la Mesa Público Privada

Luego de visualizar las diferentes dinámicas con que se relacionan los actores del territorio en sus diferentes niveles; resulta evidente disponer de una dinámica relacional intensa, con relaciones que se mantienen a lo largo del tiempo y están articuladas formalmente (con contratos sociales validados ampliamente por todos los actores), es esencial en la gestión activa del Destino Saltos del Laja. Posteriormente, mediante la convocatoria dirigida hacia estos actores, se realizan dos talleres grupales con todos los participantes de la mesa, más reuniones de trabajo con los actores principales detectados en el trabajo de mapa de actores. Con estas acciones, se logra:

- En el primer taller generar una propuesta preliminar de la mesa pública – privada, la cual se genera mediante las propuestas de los mismo participantes, guiadas estas por preguntas orientadoras del equipo facilitador local, y luego son correlacionadas con los valores generados en el trabajo de análisis de redes hecho.
- El segundo taller consideró la validación de la mesa público – privada, la cual generó como novedad el cambio e incorporación de un actor emergente, el cual fue mapeado, valorado y validado en el proceso.

Máximo 150 palabras



1.4 Participación en la elaboración del Plan de Acción.

La intervención ha considerado hasta la fecha dos momentos y etapas fundamentales, que tienen enfoques diferentes desde el punto de vista metodológico:

El primero ha sido la identificación de los actores claves del territorio, los perfiles de los mismos y los criterios de validación de éstos. Para ello, como insumo inicial se ha hecho un Mapeo de Actores Locales (MAL) y un análisis de redes sociales en la unidad del destino. Posteriormente se avanza en el modelo de gobernanza y conformación de la Mesa Público – Privada, entendiendo que este acto no puede ser el comienzo de la etapa, ya que requiere como insumo un detallado perfil de los posibles participantes, pues en dicha elección se juega buena parte de los resultados del modelo de gestión en cuestión.

Mediante el trabajo de Análisis de Redes Sociales (ARS) se generó un mapa de actores locales que nos da una visión dinámica de relaciones y liderazgos en función de; conocimiento, validación, interacción entre redes y actores, actitud frente a propuestas y disposición al trabajo. Luego, y en función de la posición relativa de cada uno de estos actores en el Mapa general, se aplican estos mismos criterios para determinar los roles y funciones que cada actor puede tener en el proceso ZOIT (liderazgo, influencia, competencias), así alguno de ellos les compete participar de las instancias de consulta, otros de las instancias de definición de orgánica, y aquellos que realmente se ajustan al perfil, formar parte del modelo de

gestión del destino.

El segundo paso realizado ha sido la sistematización de línea base del destino, la cual ha considerado como parte fundamental un diagnóstico exploratorio-descriptivo, en cuanto a su alcance; así como también en términos del tipo de información y análisis de datos, proceso que se ha hecho acompañado de un importante componente de participación ciudadana, necesario para la generación de datos de primera fuente, propuestas y contrastación de información.

El Plan de Acción ha sido guiado por un Equipo Consultor y por los actores claves identificados en la Mesa Público – Privada.

Máximo 300 palabras

En la siguiente tabla, detallar las instancias de participación detallando fechas y asistentes para la elaboración de la ficha de postulación, delimitación ZOIT y construcción del Plan de Acción ZOIT. Agregar en Anexos (Punto 6.4) los verificadores de tales actividades tales como: actas, listado de asistentes, fotografías u cualquier otro medio que dé cuenta del desarrollo de la actividad.

INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN					
Etapas de Postulación ZOIT					
NOMBRE DE ACTIVIDAD	BREVE DESCRIPCIÓN	CONVOCANTE	LUGAR	FECHA	PARTICIPANTES
Creación de una Mesa de Trabajo (Comité Técnico)	Creación de una mesa de trabajo (comité técnico)	Cámara de Turismo, Comercio y Servicios A.G.	Gobernación Provincial	09/10/2014	Directiva de la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios Salto del Laja A.G., Coordinadores de Turismo de las municipales de Cabrero, Los Ángeles y Yumbel, SERNATUR Biobío.
Etapas de Delimitación ZOIT					
Georeferenciación de información turística para la delimitación ZOIT	Visita a Terreno al Destino Turístico Salto del Laja, con el objeto de georeferenciar a los establecimientos y atractivos turísticos.	Cámara de Turismo, Comercio y Servicios A.G.	Destino Salto del Laja		SERNATUR Forestal Mininco
Reunión de definición y validación polígono ZOIT Salto del Laja	Reunión de definición y validación polígono ZOIT Salto del Laja, con los prestadores de servicios turísticos y representantes de la comunidad local.	Cámara de Turismo, Comercio y Servicios A.G.	Complejo Turístico Turismo Don Ambrosio	16/10/2014	Prestadores de Servicios Turísticos Cámara de Turismo, Comercio y Servicios Salto del Laja A.G. Coordinadores de Turismo de las municipales de Cabrero, Los Ángeles y Yumbel, Forestal Mininco SERNATUR Biobío.
Etapas Construcción Plan de Acción					
Reunión Coordinación Inicio Elaboración Plan de Acción		SERNATUR	Oficina Provincial SERNATUR	04/11/2015	SERNATUR, Municipalidad de Los Ángeles, Empresa Consultora Lafquen
Taller Informativo ZOIT para comenzar construcción Plan de Acción	Taller inicial para informar del proceso ZOIT, devolución de insumos diagnósticos iniciales, conocer cambios en el proceso ZOIT, construcción de MAPA de actores del	SERNATUR	Complejo Turístico Los Manantiales del Salto del Laja	04/11/2015	Cámara de Turismo Salto del Laja, SERNATUR, Municipalidad de Cabrero, Municipalidad de Los Ángeles, Juntas de Vecinos del Sector, Asociación de Turismo Aguas del Laja, Empresarios Locales.

	territorio, propuesta inicial de Mesa Público – Privada del destino.				
Taller validación Mesa Público – privada, FODA y visión	Taller de validación Mesa Público – privada con actores locales mediante trabajo en grupos y sobre temáticas del destino, en el mismo taller se ejecuta el trabajo de devolución FODA y de ejecución de Foda por componentes. Finalmente y como síntesis del taller se devuelve visión generada y esta se estructura y modifica en función de los nuevos desafíos que enfrenta el destino.	SERNATUR	Camping San José, Cabrero	18/11/2015	Cámara de Turismo Salto del Laja, Sernatur, Municipalidad de Cabrero, Municipalidad de Los Ángeles, Municipalidad de Yumbel, JJVV 19 Salto del Laja, JJVV La Playita, JJVV La Aguada, JJVV El Litre, JJVV Chillancito, Asociación de turismo aguas del Laja, club de rayuela, agrupación de artesanos de la aguada, empresarios locales

2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.

Presente de forma resumida los antecedentes actualizados del formulario ficha de Postulación ZOIT

OFERTA TURÍSTICA

En relación a la oferta turística de Salto del Laja, es posible encontrar establecimientos de alojamiento (principalmente camping y cabañas) en cada uno de los sectores de este destino: Camino Paraguay, El Litre, Chillancito y La Aguada, en tanto la oferta gastronómica se emplaza principalmente en el sector centro del destino, pudiendo encontrar desde la típica comida criolla, hasta platos internacionales. Complementan esta oferta, los servicios de paseos en lancha, visitas guiadas a las 4 cascadas, paseos a caballo, arriendo de kayak, canopy, bicicletas de agua, minigolf, y la experiencia de realizar actividades propias del campo, entre otros.

TIPO DE SERVICIO	NRO. DE SERVICIOS REGISTRADOS EN EL SITIO WEB DE SERNATUR	NRO. DE SERVICIOS NO REGISTRADOS EN EL SITIO WEB DE SERNATUR
Alojamiento	57	10
Restaurantes y Similares (Alimentación)	9	6
Tour Operadores y Agencias de Viaje	No existen en el destino	No existen en el destino
Arriendo de Vehículo (Transporte)	No existen en el destino	No existen en el destino
Culturales (Esparcimiento)	No existen en el destino	No existen en el destino
Turismo Aventura (Esparcimiento)	01	04
Guías de Turismo (Guías de Turismo)	01	02

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	CÓDIGO	JERARQUÍA
Salto del Laja (CEIT)	Sitio Natural	R08340	Internacional

En el destino Saltos del Laja, dentro de los atractivos naturales relevantes destacan, el Salto del Laja (salto principal), un lugar donde se concentra la actividad turística por lo que lo hace singular en la región y además por tener una alta jerarquía. También, por su jerarquía y singularidad se encuentra el Salto Chico, que por situarse en propiedad privada no cuenta con senderos e interpretación adecuada. Finalmente, el Río Laja, atractivo de carácter local pero que presenta una potencialidad en la práctica de agroturismo en algunos sectores. Sin embargo, este tipo de turismo aún no es materializado por los actores, lo que en un futuro puede ser clave para la generación de productos en torno al tema.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	OBSERVACIONES
Salto Chico	Atractivo Natural	El Salto Chico es la segunda caída de agua más importante y presenta aproximadamente 25 mts. de altura. Sólo es posible acceder al Salto Chico mediante la autorización en terrenos privados. Existen otros dos saltos pero su ingreso o visita es limitada solo para los clientes del hotel.
Río Laja	Atractivo Natural	En su rivera se ubica diversidad de servicios turísticos, principalmente camping. El Río es apto para práctica de Pesca Deportiva y Navegación (existiendo oferta en época estival).

Como se mencionó anteriormente, en el destino Saltos del Laja, dentro de los atractivos naturales relevantes destacan, el Salto del Laja (salto principal), un lugar donde se concentra la actividad turística por lo que lo hace singular en la región y además por tener una alta jerarquía, se trata la cascada principal (caída de agua) de aproximadamente 35 ms. de altura, que se puede observar desde la ex ruta 5 Sur y que año a año recibe un gran número de visitantes, estimándose en temporada alta (enero y febrero), un total de 12.000 visitantes diarios.

Máximo 350 palabras

DEMANDA TURÍSTICA

Antes de reseñar la demanda turística de la zona ZOIT, se debe señalar que esta zona no cuenta con un estudio de demanda que pueda determinar en forma exacta los flujos turísticos. Por lo anterior, se analizó la demanda de las comunas, por concepto de llegada y pernoctación en establecimientos de alojamiento turístico, datos que fueron extraídos de las Estadísticas de Alojamiento Turístico según Comunas, documento elaborado por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) junto al Instituto Nacional de estadísticas (INE).

De acuerdo a lo expresado anteriormente, en la comuna de Los Ángeles, se concentra la mayor oferta de alojamiento turístico en el territorio Salto del Laja, por lo que se asume, que las presentes estadísticas referenciales, muestran en gran medida el flujo turístico de dicho territorio.

Llegada y pernoctación de Pasajeros a Establecimientos de Alojamiento Turístico

La llegada y pernoctación de pasajeros a establecimientos de Alojamiento Turístico es la fuente más confiable para determinar la cantidad de pasajeros y la nacionalidad de éstos en las comunas de estudio. La Provincia de Biobío presenta un total de 119.439 llegadas de turistas a establecimientos de alojamiento turístico y 222.019 pernoctaciones en los mismos.

Llegada y Pernoctación de Pasajeros a Establecimientos de Alojamiento Turístico

La Comuna de Los Ángeles es la que muestra un mayor flujo turístico en los establecimientos de alojamiento, representa un 79,3% del total de llegadas a la provincia y un 19,2% de total de llegadas a la región, sobre los totales en establecimientos de alojamiento. Esto principalmente se debe al ser la capital provincial y centro de operativo de la provincia. Cabrero, en tanto solo representa un 9,1% de las llegadas a la provincia y un 2,2% del total de llegadas a la región, sobre el mismo concepto.

Respecto a la pernoctación, la capital provincial representa un 74,7% del total en la provincia y un 18,1% sobre el total regional, sobre las pernoctaciones en establecimientos de alojamiento. Para Cabrero, en tanto los porcentajes de variación se mantienen similares a las llegadas a este tipo de establecimientos con una representación del 9,5% en la provincia de estudio y 2,3% a nivel regional.

Máximo 350 palabras

SUSTENTABILIDAD

Satisfacción al Visitante

De acuerdo al estudio del Observatorio Turístico del INE, realizado en 2 periodos (2012 y 2013), en temporada alta y baja, podemos inferir que el destino ha sido evaluado entre los rangos “bueno” y “muy bueno” en los niveles de satisfacción:

- Calidad de la Infraestructura
- Relación precio – calidad (servicios de alojamiento y alimentación)
- Aseo Urbano y mantención general
- Hospitalidad de los habitantes
- Atención del personal

Sin embargo, es importante señalar que el nivel de satisfacción de calidad de señalización para llegar al destino, fue evaluado con los rangos “Regular” y “Bueno”.

Riqueza Cultural

El desarrollo turístico debe reconocer y sostener la identidad, la cultura y los intereses de la población local. El destino, de manera creciente ha sido capaz de incorporar otros actores locales no empresariales en sus incipientes modelos de gobernanza, logrando un creciente proceso de empoderamiento y de participación de comunidades rurales, grupos de

vecinos, agrupaciones culturales y otros actores, que hoy se han transformado en uno de sus principales activos y en uno de sus motores más potentes de transformación.

Certificación SCAM Municipal

En relación al Sistema de Certificación Ambiental Municipal, podemos señalar que tanto la Municipalidad de Cabrero como la Municipalidad de Los Ángeles están certificados en Fase 1, las cuales está postulando a la Fase Básica e Intermedia respectivamente, cabe señalar que la Municipalidad de Yumbel no posee Sistema de Certificación Ambiental (SCAM).

Gestión de Residuos

El sistema con el que cuenta el destino para la disposición final de residuos sólidos es el rellano sanitario Laguna Verde de Los Ángeles, el cual se encuentra ubicado en el sector aldeaño, distante a 9 Km. Del destino Saltos del Laja

Calidad del Empleo

La cantidad de personal con contrato formal y la que no se encuentran en la misma condición en temporada alta es muy similar en el número de trabajadores, mientras que en temporada baja la diferencia se amplía. Lo anterior, se podría asociar a las dificultades para cumplir con las leyes sociales asociadas a la contratación de personas, sobre todo en temporada baja, donde los ingresos son mucho menores.

En general, no existe mucho incentivo a la contratación de personal en la industria del turismo, los trabajos no se encuentran bien remunerados y los empleados no cuentan con contratos fijos. No existen mecanismos para generar una mayor contratación de personas, los mismos instrumentos de fomento que se encuentran a disposición de los negocios, no cuentan con la posibilidad de financiar capital humano para desarrollar tareas que podrían elevar el nivel de la empresa.

Lo anterior también se ve reflejado en la formación de personal, la mayoría no se encuentra capacitada para realizar las tareas que lleva a cabo. Ésta casi nula especialización incide directamente en un nivel bajo de honorarios y una baja calidad de los servicios prestados.

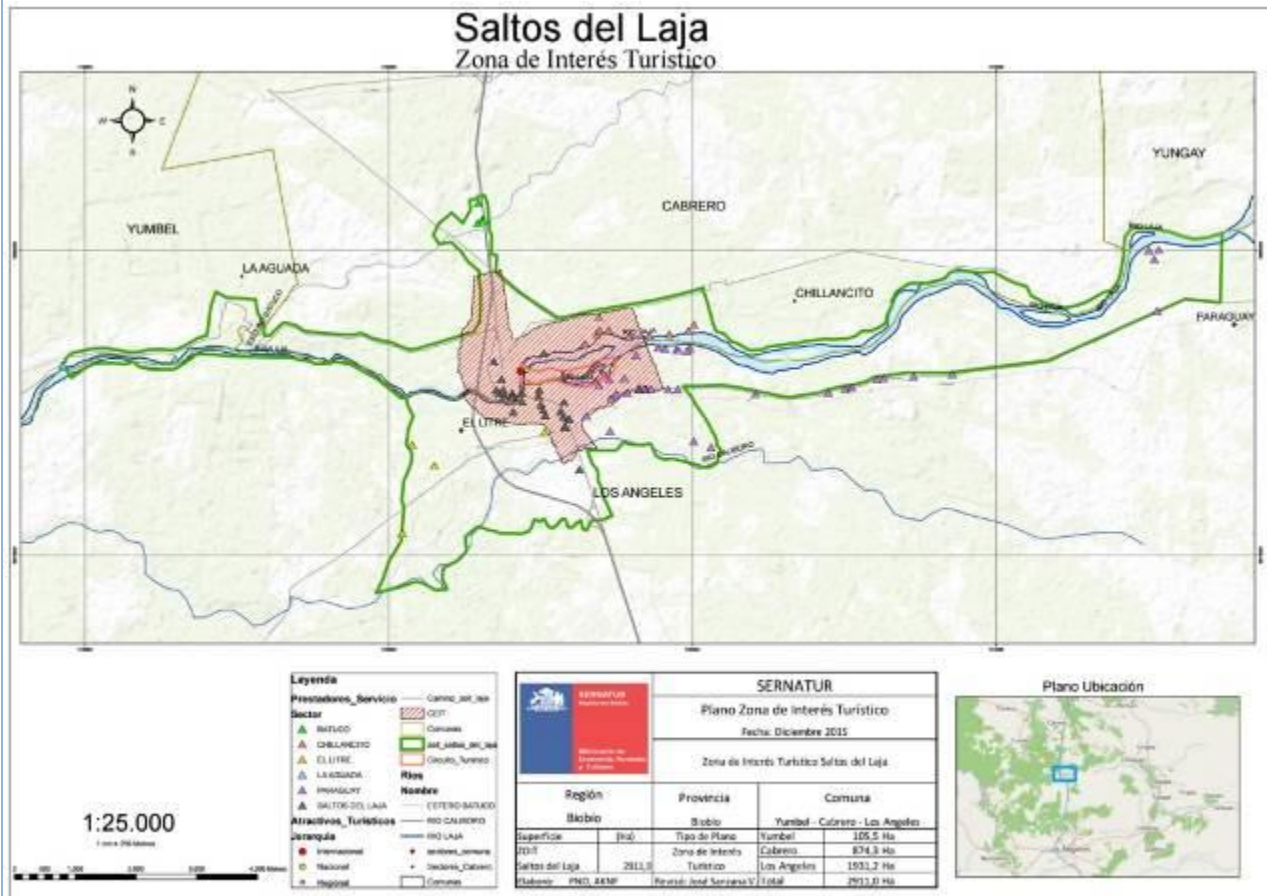
Saneamiento Sistema de Alcantarillado

El Destino Turístico no cuenta con alcantarillado ni tratamiento de aguas servidas público, tanto urbano como rural. Sin embargo, todas las empresas formalizadas ubicadas en el destino, cuentan con soluciones particulares de alcantarillado y agua potable.

Máximo 500 palabras

UBICACIÓN GEOGRÁFICA ZOIT

Insertar mapa con la propuesta final ZOIT, según los requerimientos de la ficha de postulación ZOIT.



1. Límites de la propuesta ZOIT

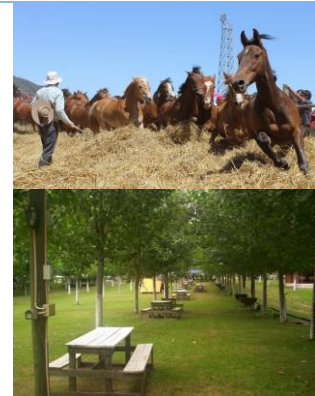
La Propuesta ZOIT tiene una superficie de 2911 hectáreas que colindan por el NORTE con el camino a Chillancito en 13 Km., con el Sector Batuco y con el camino a La Aguada en 9 km. Por el ESTE con una línea recta, imaginaria, de 1 kilómetro de longitud, medida de norte a sur, que cruza el río Laja, al llegar al sector Paraguay. Por el OESTE con una línea recta, imaginaria de 280 metros medida de norte a sur, en el sector del Camping doña Meche. Por el SUR por una línea imaginaria por la ribera sur del río Laja que comienza en el sector del Zarzal por el oeste y avanza en 5.700 m hacia el este, luego a la altura del sector el Litre, sigue en forma imaginaria hacia el sur por 3600 metros hasta empalmar con el río Caliboro. Luego sigue por la rivera norte de este río, hasta llegar a la ruta 5 Sur a la altura del peaje Lateral Salto del Laja. En este punto la línea imaginaria sube hacia el norte por el oeste y en forma paralela a la ex ruta 5 Sur, hasta empalmar nuevamente con el río Caliboro. Luego sigue por la rivera sur de este río hacia el oriente por 2400 metros hasta el sector del Camping Tío Willy. En este punto avanza hacia el norte siguiendo un camino vecinal hasta llegar al camino a Paraguay y sigue por este camino hacia el oriente por 8.900 metros.

Por tal motivo, para la definición del polígono de la ZOIT se han considerado diversos sectores del destino, sin duda, en algunos de ellos se ha desarrollado con mayor impacto la oferta turística, como lo son los sectores de Salto del Laja Centro (eje de la Ex Ruta 5 Sur) y el sector Paraguay, siendo este último donde se concentra la mayor oferta de alojamiento turístico (principalmente camping), sin embargo, se han incorporado otros sectores de Salto del Laja como: Chillancito, La Aguada y El Litre, que pertenecen a las comunas de Cabrero, Yumbel y Los Ángeles, en los cuales si bien la oferta aún es incipiente, son sectores que de a poco se han ido incorporando al desarrollo de la oferta turística y que hoy en día, cuentan con un alto potencial de desarrollo, diversificación de la oferta turística, empresarios comprometidos y registrados en la base de datos de SERNATUR.

- ✓ **Sector El Litre:** se está considerando este sector dentro de la propuesta ZOIT porque durante los últimos años se ha comenzado a desarrollar la actividad turística, en torno al ambiente rural, lo que ha permitido el aumento en el flujo de turistas, asociado a sus

atractivos turísticos entre los que destacan aquellos que se sitúan en la categoría de folclore y acontecimientos programados, como: fiestas costumbristas, trilla a yegua suelta, carreras a la chilena y rodeo. Respecto a su oferta de servicios, ésta se encuentra ubicada en un perímetro de 6 Km., cuenta con: establecimientos de campings, cabañas y restaurantes, además de actividades agroturismo.

- ✓ **Sector Paraguay:** la ampliación de este sector se justifica dado que concentra la mayor cantidad de establecimientos de alojamiento turístico, principalmente camping y cabañas, además de actividades de esparcimiento entretención como: mini golf, trekking, paseos a caballo y una granja educativa, los que han aumentado considerablemente durante los últimos años, pudiendo encontrar establecimiento de alojamiento turístico hasta el Km. 12. Entre sus principales atractivos turístico destacan aquellos que se sitúan en la categoría sitios naturales y acontecimientos programados, entre los que destacan: uno de los saltos de agua (denominado Salto Chico), además de fiestas costumbristas, carreras a la chilena y carreras de perros.



- ✓ **Sector Saltos del Laja Carretera:** este sector concentra la mayor demanda del destino, lo cual en temporada alta (enero y febrero) provoca una saturación de mismo, llegando a recibir aproximadamente 12.000 visitantes diarios. Entre sus atractivos turísticos destacan aquellos que se sitúan en la categoría de sitios naturales, folclore y acontecimientos programados, entre los que destacan: en la cascada principal (30 metros de altura) más conocido como Salto del Laja, además de otras 2 cascadas, denominadas: Saltos 2 y 3, eventos, festivales además fiestas costumbristas. En relación a su oferta de servicios, es aquí donde se concentra la mayor diversidad de la misma, pudiendo encontrar servicios de alojamiento, alimentación, entretención y esparcimiento, trekking guiados (circuito las 4 cascadas), además de ferias artesanales.



- ✓ **Sector de La Aguada:** se está incluyendo este sector dentro de la propuesta ZOIT porque durante los últimos años también ha comenzado a desarrollarse la actividad turística en torno al medio rural, lo que ha permitido el aumento en el flujo de turistas, asociado a sus atractivos turísticos. Entre sus atractivos turísticos destacan aquellos que se sitúan la categoría folclore y eventos programados, entre los que destacan: ferias costumbristas y domaduras. Respecto a su oferta de servicios, este sector es posible encontrar establecimientos de campings, actividades esparcimiento (kayak, bicicletas de agua, paseos a caballo) y otros servicios de provisiones, además de actividades de turismo rural. Así también con la construcción de la represa se están potenciando actividades náuticas que permiten utilizar el espejo de agua que se formó.



- ✓ **Sector de Chillancito:** se está incorporando este sector dentro de la propuesta ZOIT dado que la asociatividad empresarial en torno a la actividad turística se ha ido consolidando con el paso de los años, quienes, a través de su Asociación de Turismo Aguas del Laja, han postulado a diversos proyectos asociativos e individuales de mejoramiento del entorno e infraestructura habilitantes, aumentando la oferta de servicios. Entre sus atractivos turísticos destacan aquellos que se sitúan la categoría folclore y eventos programados, entre los que destacan: ferias costumbristas maratones, fiesta del conejo y lanzamiento temporada, entre otros. En relación a su oferta de servicios, se destacan servicios de alojamiento (camping y hospedaje rural), y actividades de esparcimiento como: canopy, paseos a caballos y en carreta.



2. Límites administrativos (comunales, regionales, internacionales)

La Propuesta ZOIT, limita por el NORTE con las Comunas de Cabrero y Yumbel y por el SUR, ESTE Y OESTE limita con la comuna de Los Angeles.

3. Accesibilidad

Se accede por la Ruta 5. Desde el norte: En el kilómetro 480, se toma un desvío a lugar debidamente señalizado. Desde el sur: 32 kilómetros al norte de la ciudad de Los Angeles se encuentra el desvío a Saltos del Laja, previamente señalizado.

En relación al estado de camino, se puede señalar que la ruta principal (Ex Ruta 5 Sur) es un camino pavimentado en muy buenas condiciones, en tanto los caminos interiores del destino Saltos del Laja (El Litre, Paraguay, Chillancito y La Aguada), que son caminos de ripio, que se conservan en buen estado.

4. Atractivos turísticos naturales y/o culturales sólo los de jerarquía regional, nacional o internacional de SERNATUR

En el mapa se identifican los atractivos turísticos existentes en el destino, que en este caso, sólo corresponden a atractivos turísticos naturales, de jerarquía internacional, nacional, regional y local. Identificándose 4 saltos del agua y del río Laja.

5. Circuitos turísticos (opcional)

En el destino Saltos del Laja, existe sólo un circuito turístico establecido, llamado “Ruta Las 4 Cascadas”, y que corresponde a un trekking

guiado de una duración aproximada de 3 horas por el interior de la isla del Laja, y cada uno de los salto del agua.

6. Oferta de servicios, alojamiento y alimentación

En el mapa se identifica toda la oferta turística (alojamiento y alimentación), disponible en el destino, en cada uno de los sectores de Saltos del Laja: El Litre, Paraguay, Sector Centro, Chillancito y La Aguada).

7. Comunidades indígenas

En el territorio de este destino turístico no existen comunidades indígenas.

3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.

3.1 Análisis FODA y Objetivo Estratégicos.

3.1.1 Puesta en valor – Infraestructura pública habilitante.

Ámbito: Puesta en valor infraestructura pública habilitante	
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> Existencia de valores paisajísticos y rurales relevantes. Oferta abundante de artesanías locales que permiten proyectar un espacio concentrado y con mayores valores de identidad. Diseño y habilitación de señalética propia y con identidad, siguiendo valores ya desarrollados en sectores como Chillancito. Focalización creciente de inversión pública hacia áreas ZOIT. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> Desarrollo de oferta complementaria de áreas cercanas que no permitan visibilizar oferta integral del destino. Falta de instancia e hitos de señalización en acceso principal (ruta 5) que rescaten y promuevan oferta integral del destino. Falta de identidad en propuesta de infraestructura pública que sea capaz de contar los valores diferenciadores del destino en su conjunto y no solo los saltos de agua. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> Cercanía de ruta principal del país (ruta 5) como vector central de dinamización del destino. Buena accesibilidad hacia una oferta amplia de servicios de alojamiento y restaurantes en el destino. Cercanía de oferta complementaria regional en términos de acceso, tiempos y señalización. Compromiso permanente de las autoridades comunales e instituciones públicas para el desarrollo de la actividad turística. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> Falta construcción y habilitación de infraestructura (baños, áreas verdes, señalética, ciclovías, caminos, áreas verdes, de esparcimiento y de descanso). Falta construcción de pueblo de artesanos que permita descongestionar sendero principal. Falta instalación de servicios complementarios con la actividad turística como: cajero automático, estación servicios (bencinera). Falta mejoramiento caminos interiores. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>

Síntesis FODA: Puesta en valor – Infraestructura pública habilitante

En la elaboración del plan de acción de la ZOIT los actores claves del destino, manifestaron que desde la construcción del by pass (aproximadamente 15 años) no ha habido inversión pública en el destino, por lo cual hay un importante

deterioro en la infraestructura pública, tales como: caminos, señalética, senderos, áreas Verdes y lugares de esparcimiento, ciclovías, entre otros.

A nivel general, el destino Saltos del Laja cuenta con señalética diversa, en muchos casos colocada por auspicio de marcas comerciales, y en otros en diferentes momentos por lo que se nota que no existe uniformidad en los criterios, formas, colores e incluso tipografía de los carteles. Esto trae consigo una imagen poco homogénea a nivel visual y de sensación de orden. Por lo que es necesario, efectuar acciones para generar un sistema integral, principalmente en las zonas alto interés turístico en el destino.

Máximo 100 palabras

Objetivos Estratégicos

- 1.- Dotar de infraestructura pública habilitante al destino.
- 2.- Desarrollar un sistema de señalización interna y pública con identidad local.
- 3.- Construir infraestructura que permita dar seguridad a los turistas que visitan el destino.

3.1.2 Calidad y sustentabilidad de la oferta; y capital humano.

Ámbito: Calidad y Sustentabilidad de la oferta; y Capital Humano

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de instrumentos públicos de apoyo a la asociatividad gremial podrían favorecer el desarrollo de valores y cultura de calidad. 2. Apertura de actores locales a conocer otros modelos y experiencias de desarrollo sustentable de destinos. 3. Programas de certificación de calidad y sustentabilidad de SERNATUR. 4. Presencia de organismos técnicos competentes que pueden prestar las capacitaciones necesarias para el sector (Universidades, CFT) <p style="text-align: center;"><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tendencias mundiales por la búsqueda de servicios turísticos certificados, ya sea en calidad y/o sustentabilidad. 2. Informalidad de la oferta, sin posibilidad de que valores de calidad sean una conducta regular. 3. Intermediación de la oferta por entes externos al destino y al tejido local con prácticas alejadas de criterios de calidad y sustentabilidad. 4. Actores del tejido empresarial que priorizan cantidad sobre calidad como una manera de subsistir como negocio. <p style="text-align: center;"><i>Máximo 100 palabras</i></p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Compromiso del tejido empresarial con la calidad y sustentabilidad de la oferta. 2. Apoyo de capacidades técnicas por parte de entes institucionales en áreas claves para el mejoramiento de la calidad de la oferta. 3. Amplia experiencia empresarial de algunos actores del territorio, quienes actúan como vector de transformación de su entorno. <p style="text-align: center;"><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta rotación de personal de empresas y baja calificación de capacidades técnicas. 2. Déficit en capacitación del recurso humano de servicios turísticos y de la comunidad (conciencia, atención al cliente, inglés básico, calidad de servicios, asociatividad, gastronomía, comercialización). 3. Insuficientes recursos humanos municipales con competencias turísticas para el fomento y desarrollo del destino. 4. Falta de recursos para implementar estrategias de capacitación a largo plazo. 5. Inexistencia de alojamiento turísticos certificados con el

sello S de Sustentabilidad de SERNATUR.

Máximo 100 palabras

Síntesis FODA: Calidad y Sustentabilidad de la oferta; y Capital Humano

Las brechas de capital humano están en diversos órdenes de necesidades y prioridades para la gestión del destino, siendo el más relevante la carencia de capacidades técnicas, públicas y privadas necesarias para reorientar el desarrollo de una oferta que capitalice nuevos hábitos de consumo de turismo y segmentos de turistas, en mercados prioritarios cercanos (Los Ángeles y Concepción).

Por otra parte, es importante destacar el rol distorsionador de la oferta y su calidad que genera la existencia de actores externos, verdaderos intermediarios que cortan los procesos de mejoramiento y calidad al colocar valores más vinculados a rentabilidad bruta que a valor agregado de la oferta, generando ruidos y dinámicas poco virtuosas en todo el sistema turístico territorial.

Máximo 100 palabras

Objetivos Estratégicos

- 1.- Fortalecer las capacidades (públicas y privadas) para la gestión de la oferta actual y de nuevos segmentos de mercados priorizados en el plan de acción.
- 2.- Desarrollo de una cultura de la hospitalidad en el destino en su conjunto.
- 3.- Elaborar un programa de inversión para la certificación de calidad turístico, tanto en el sello Q (calidad) y sello S (sustentabilidad).

3.1.3 Gestión Sustentable del Territorio.

Ámbito: Gestión sustentable del territorio

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentos de mercado cada vez más interesados en buscar destinos con valor escénico y natural. 2. Fondos públicos disponibles, para el mejoramiento de la gestión destino. 3. Obtener la declaración de Zona de Interés Turístico. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sector industrial y de energía con una presión asimétrica sobre recursos locales. 2. La inexistencia de ordenanzas y normativas turísticas ambientales. 3. Falta de visión clara de entes nacionales frente a conflictos de turismo y recursos naturales y los efectos de ellos sobre las comunidades locales. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de negociación que han desarrollado los entes privados frente a conflictos ambientales del territorio y que inciden en todo el destino, con una creciente capacidad de 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las herramientas de gestión indispensables son muy básicas o inexistentes: planes y estudios que dirijan el que hacer de las Cámara o asociaciones.

<p>interlocución frente a proyectos de intervención fuerte.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Municipios comprometidos con la planificación territorial y cuidado del medio ambiente. 3. Comunidad local altamente interesada en el desarrollo integral del territorio y con una activa participación en temas no sólo de turismo, sino que ambientales, sociales y culturales. 4. Los recursos naturales del destino son la base de la oferta turística local y son reconocidos a nivel nacional e internacional como hitos de nuestra geografía y paisaje cultural, lo cual permite un punto de partida y negociación más fuerte. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. El presupuesto con el que cuenta el sector privado para la gestión es insuficiente tomando en consideración las necesidades de sus quehaceres y posibles acciones. 3. La relación y coordinación entre el sector público y privado, no llega a un nivel técnico, sino únicamente a niveles de conversación de aspectos genéricos, por lo que se hace urgente un diálogo con propuestas técnicas y acuerdos. 4. Hace falta capacitación constante y promoción de recurso humano local para la gestión, vale decir que las juntas directivas o comités directivos tengan capacidades de gestión que ayuden a cumplir con los objetivos y metas expresados en las herramientas de gestión. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>
--	--

Síntesis FODA: Gestión sustentable del territorio

En general, el destino ha desarrollado acciones relevantes encaminadas hacia la sustentabilidad ambiental y social, expresadas estas primero en la lucha por mantener vivo el río y su caudal y, la segunda en el hecho de la creciente participación de sus actores territoriales no empresariales en las acciones que definen el desarrollo del destino. Esto último, debe señalarse, es uno de los elementos claves para hablar de sustentabilidad integral de un destino y, ciertamente el territorio tiene entre sus principales activos un tejido social bien definido y con liderazgos que tienen visiones sustentables del territorio.

En el marco público – privado la conformación geopolítica del destino (Jurisdiccionalmente las comunas de Cabrero y Los Ángeles y como propietario la comuna de Yumbel) no ha permitido generar una gestión sustentable del territorio, por cuanto las inversiones que se desarrollan, son realizadas individualmente por cada uno de los municipios que componen el destino.

La más importante de estas brechas es la sustentabilidad de la oferta propiamente tal, la cual hasta hoy está fuertemente marcada por sus recursos naturales, con poco liderazgo, poca asociatividad empresarial que redundan en la inexistencia de productos integrados y en la proliferación de actores no formales que distorsionan la oferta y dañan a calidad de la experiencia turística del destino en su conjunto.

Máximo 100 palabras

Objetivos Estratégicos

Desde la síntesis anterior, elaborar no más de 3 objetivos que orientarán la definición de líneas de acción para el ámbito Gestión Sustentable del Territorio ZOIT.

- 1.- Desarrollar capacidades para la gestión sustentable de la oferta en el tejido empresarial y su vinculación con el tejido social del territorio.
- 2.- Crear e implementar ordenanzas y normativas turísticas ambientales y comerciales.
- 3.- Elaborar un plan de gestión sustentable del destino.

3.1.4 Desarrollo de productos turísticos.

Ámbito: Desarrollo de productos turísticos	
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gastronómica local aún no desarrollada y puesta en valor, pero con comunidades locales conocedoras y con buena disposición a ser parte de ellos. 2. Existencia de una rica tradición cultural e histórica para la creación de nuevos productos. 3. Posibilidad de implementar programa articulados del territorio con actividades durante todo el año. 4. Instrumentos de fomentos disponibles para la creación de nuevos negocios. 5. El destino turístico de la región, con mayor afluencia de público en temporada alta (enero y febrero). 6. Existencia de programas de turismo social de SERNATUR. Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La falta de ordenanzas que regulen la actividad turística en el territorio, con el consiguiente deterioro de la oferta y de la calidad de la experiencia. 2. Acciones poco articuladas entre los principales actores del territorio, implican que no se desarrollen productos turísticos. 3. Otros destinos turísticos cercanos, han desarrollo productos turísticos competitivos. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El territorio del destino posee riquezas naturales y culturales variadas, capaz de entregar una oferta integral y no estacional. 2. Variedad de servicios turísticos como complejos turísticos, hoteles, cabañas, restaurantes, camping, red de turismo rural. 3. Conexión con oferta de productos complementarios regionales (volcanes, lagos, playas, entre otros). 4. Existencia de actividades culturales y fiestas tradicionales que han ido consolidándose y creciendo en el tiempo. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oferta centrada exclusivamente en productos estacionales. 2. Oferta con poca agregación de valor. 3. Poca integración de productos y servicios del territorio en oferta (artesanías, gastronomía, actividades) 4. Bastante oferta de alojamiento, pero deficiente oferta de actividades complementarias. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>

Síntesis FODA Ámbito Desarrollo de productos turísticos
<p>Es evidente que el actual desarrollo de productos del destino hace que se encuentre preso de su misma oferta. En efecto, gran parte de los problemas detectados en la oferta de productos como son; estacionalidad, sobrecarga, informalidad, entre otros, tienen estrecha relación con una oferta casi de mono-producto enfocada hacia el recurso principal Saltos del Laja como dinamizador único de la oferta y, por ende, condicionando no solo el formato de poco valor agregado de estos, sino con muy poco control de la calidad y tipo de productos vinculados a este, siendo el caso de las ferias de artesanías el mejor ejemplo, con una oferta hecha en gran parte por revendedores de otras zonas, que dañan la experiencia, borran la identidad del destino y los tercerizan hacia mercados de volumen más que de calidad.</p> <p>Por otra parte, y en orden a generar esta visión que requiere el territorio para pasar sólo de un destino de paisajes hacia otro de experiencias, se ha visualizado en la construcción del plan de acción, que se deben desarrollar propuestas de servicios o productos que aborden la posibilidad de generar experiencias en torno a la cultura campesina, tradición criolla, etc. a los</p>

cuales también se debe agregar como productos complementarios experiencias ligadas a artesanías, gastronomía tradicional, productos locales, festividades, entre otros.

Máximo 100 palabras

Objetivos Estratégicos

Desde la síntesis anterior, elaborar no más de 3 objetivos que orientarán la definición de líneas de acción para el ámbito de la del Desarrollo de Productos Turísticos.

- 1.- Desarrollar nuevos productos y servicios como oferta complementaria, no estacionales, vinculados a los activos culturales, sociales y patrimoniales del territorio.
- 2.- Desarrollar la gastronomía y artesanía del destino como uno de los sellos de diferenciación de la oferta y como agregación de valor al destino.
- 3.- Fortalecer los productos y servicios turísticos existentes.

3.1.5 Promoción Turística.

Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el ámbito **Promoción Turística**: entendiéndose por promoción los esfuerzos de marketing por promocionar la industria del turismo tanto dentro como fuera de Chile.

Ámbito: Promoción	
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Canales de venta y promoción a través de herramientas tecnológicas que apoyan a la industria del turismo, tales como: Booking, Despegar.com, Tripadvisor, entre otros. 2. Recursos regionales han permitido que SERNATUR realice un fuerte posicionamiento de Biobío como destino integral. 3. Existencia de instrumentos de fomentos de apoyo a la promoción. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta posicionamiento del destino a través de una marca turística. 2. Imagen de recursos naturales degradados o fuertemente disminuidos por proyectos de energía, sequías y fenómenos ambientales, con amplia repercusión mediática. 3. Fuerte inversión en promoción de otros destinos turísticos regionales. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Destino turístico con alto grado de recordabilidad en el mercado y considerado uno de los hitos nacionales 2. Gran cantidad y variedad de servicios turísticos como complejos turísticos, hoteles, cabañas, camping y restaurantes. 3. Existencia de fiestas costumbristas y otros eventos, realizados por los actores locales, municipios y otros organismos del Estado. 4. Existencia de una Oficina de Información Turística en el destino. 5. El destino cuenta con un mercado cautivo de turistas y excursionistas. <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de dinámicas de mercados emergentes para generar estrategias adecuadas a dichos mercados. 2. Falta de una estrategia de promoción en mercados que permitan mejorar el perfil del turista actual. 3. Facilitar el acceso y uso de información turística a los turistas a través del posicionamiento de la oferta de productos y servicios turísticos en las plataformas digitales. 4. Asegurar información turística de calidad para el turista: completa, precisa, clara y actualizada. 5. Falta de compromiso de empresas en financiar campañas de promoción hacia mercados actuales y potenciales. 6. Poca innovación en propuesta de oferta local.

	<p>7. Falta de recursos locales, propios y territoriales, para promoción.</p> <p>8. Falta de conectividad (comunicaciones) y acceso a internet en gran parte del destino.</p> <p><i>Máximo 100 palabras</i></p>
--	---

Síntesis FODA Ámbito Promoción

En términos generales el destino Saltos del Laja no cuenta con una estrategia de promoción, ni con canales ni herramientas que permitan una información articulada, coherente, que ataque segmentos con mensajes definidos ni que permita mostrar la oferta de servicios de manera integral.

Si bien es cierto se registran eventos donde se promociona comunas y oferta del destino Saltos del Laja, sin embargo, no existe un plan de difusión que englobe al territorio y una oferta integrada, desestacional y sostenible.

Finalmente, podemos decir que el material promocional que existe y ha sido desarrollado por las municipalidades locales no cuenta con los niveles requeridos en cuanto a información o enfoque por segmentos, si bien es cierto es un gran esfuerzo y un inicio valioso, se requiere mejorar y perfilar materiales acordes a cada segmento de mercado.

Máximo 100 palabras

Objetivos Estratégicos

Desde la síntesis anterior, elaborar no más de 3 objetivos que orientarán la definición de líneas de acción para el ámbito de la promoción.

- 1.- Mejorar y posicionar una imagen del destino Saltos del Laja como un destino de experiencias, no estacional y con productos integrados.
- 2.- Crear un plan de medios del destino y apalancar recursos para ejecución
- 3.- Implementar un sistema de medición de la oferta y demanda en el destino

3.2 Visión ZOIT.

Presentar la visión propuesta del territorio ZOIT de forma que represente a todos los actores que conforman la Mesa Público Privada.

Visión ZOIT

En el año 2025 los Saltos del Laja estará posicionado como un destino turístico competitivo, único y acogedor, con una amplia oferta de productos criollos y servicios locales de calidad certificada y sostenible, que permite del desarrollo de experiencias con identidad.

Máximo 50 palabras



4. LÍNEAS DE ACCIÓN PARA EL FOMENTO DEL TURISMO.

Una vez definido los objetivos estratégicos para cada uno de los ámbitos del Plan de Acción, se deberá definir las distintas líneas de acción, especificando el plazo, los responsables la fuente de financiamiento y los indicadores que permitan monitorear el logro de cada actividad.

ÁMBITO: Puesta en valor infraestructura pública habilitante							
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Dotar de Infraestructura Pública Habilitante al Destino	1. Desarrollo y Ejecución de un Plan de Mejoramiento Urbanístico del destino para la Implementación de Áreas Verdes, Áreas de Descanso, Sistemas Colectores de Aguas Lluvias y Aguas Superficiales	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS – SERNATUR, SERVIU	MM\$50	SUBDERE (plan de Mejoramiento Urbano, Serviu)	Porcentaje de avance de obras del Plan de Mejoramiento Urbanístico del destino.	Informes de avance, permisos de edificación, Certificados de recepción de obras, fotografías
	2. Diseño y Construcción de Centro de Información Turística con Baños Públicos, Parque de Estacionamientos e información de Productos Locales, Artesanales y Turísticos, en Predio Los Coyuches, Comuna de Los Ángeles	2017 - 2020	MUNICIPALIDAD LOS ÁNGELES - SERNATUR	MM\$60	SUBDERE	Porcentaje de avance de obras del centro de información turística	Informes de avance, permisos de edificación, Certificados de recepción de obras, fotografías
	3. Diseño y Habilitación de Pueblito de Artesanos y baños públicos	2017 - 2020	MUNICIPALIDAD CABRERO Y YUMBEL - SERNATUR	MM\$500	FNDR	Porcentaje de avance de obras de pueblito de artesanos	Informes de avance, permisos de edificación, Certificados de recepción de obras, fotografías
	4. Diseño y Construcción de Anfiteatro	2018 - 2020	MUNICIPALIDAD CABRERO Y YUMBEL - SERNATUR	MM\$350	FNDR	Porcentaje de avance de obras Anfiteatro	Informes de avance, permisos de edificación, Certificados de recepción de obras, fotografías
	5. Diseñar una Identidad Arquitectónica para el Destino	2016 - 2020	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS - SERNATUR	MM\$30	SUBDERE o Convenio con universidad que tenga la carrera de Arquitectura.	Cantidad de iconos y propuestas generadas en el marco de la propuesta para el destino.	Documento propuesta de Identidad Arquitectónica para el Destino
2. Desarrollar un Sistema de Señalización Interna y Pública con Identidad	1. Diseño e Implementación de Señalización Temática de Servicios Turísticos en Zonas de Desarrollo Litre – Paraguay - Chillancito	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS - SERNATUR	MM\$80	SUBDERE	Numero de sectores y emprendimientos que se acogen a sistema de señalética	Documento propuesta diseños, Entrega de letreros y señalética, fotografías.

Local	2. Habilitación de Señalética Vial Turística en Puntos de Acceso, Áreas de Servicios generales y Atractivos Turísticos	2016 - 2018	VIALIDAD - ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS - SERNATUR	MM\$80	VIALIDAD	Numero de sectores y zona priorizadas que se acogen a sistema de señalética	Informe Instalación de señalética, fotografías.
3. Construir infraestructura que permita da seguridad a los turistas que visitan el destino	1. Diseño y Ejecución Mejoramiento de Sendero a Salto principal considera: Seguridad perimetral, Mejoramiento de Cubierta Peatonal de Acceso, Sistema de Evacuación de Aguas, Iluminación, Mobiliario y Habilitación de Área de Protección e Interpretación del Bosque Nativo.	2016 - 2019	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS – SERNATUR y MINVU	MM\$360	SUBDERE	Porcentaje de avance de obras Mejoramiento de Sendero a Salto principal	Informes de avance, permisos de edificación, Certificados de recepción de obras, fotografías

ÁMBITO: Calidad y Sustentabilidad de la oferta; y Capital Humano							
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Fortalecer las Capacidades (Públicas y Privadas) para la gestión de la oferta actual y de nuevos segmentos de mercado priorizados en el plan de acción	1. Programa de Fortalecimiento de Capacidades Municipales	2017 - 2019	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$20	ASOCIACIÓN NACIONAL DE MUNICIPALIDADES	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
	2. Programa de Fortalecimiento de Capacidades de Asociaciones de Turismo	2017 - 2018	CÁMARA DE TURISMO SALTOS DEL LAJA - SERNATUR	MM\$50	SERCOTEC	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
	3. Programa de Articulación intersectorial para el fortalecimiento de la Oferta del Destino	2017 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS - SERNATUR	MM\$2	SUBDERE	Porcentaje de avance en acciones del programa	Instrumentos de fomentos de instituciones alineados en estrategias del programa.
2. Desarrollo de una Cultura de la Hospitalidad en el Destino en su conjunto	1. Programa de Conciencia Turística (Con Metodología de Coaching y Rol Playing) incorporando otros actores locales como taxistas, Colegios, etc.	2016 - 2018	SERNATUR	MM\$10	FNDR	Porcentaje de actores del destino participantes en el programa	Listado de asistencia a talleres y actividades, fotografías.
	2. Manual para la hospitalidad de los Turistas (Formato lúdico y cercano)	2016 - 2017	SERNATUR	MM\$15	FNDR	Cantidad de actores participantes en elaboración de manual	Documento manual y formatos relacionados entregados (más media, video, otros)
3. Incorporar un programa de inversión para la Certificación de la Calidad Turística tanto en El Sello Q (Calidad) y el Sello S (Sustentabilidad)	1. Desarrollo de Instrumentos de Apoyo Financiero para acceder a certificación S y Q	2017 - 2019	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS - SERNATUR	MM\$10	CORFO	Cantidad de instrumentos generados o adaptados para proceso de certificación Q y S	Cartera de instrumentos de fomento disponibles para empresarios del territorio.

ÁMBITO: Gestión Sustentable del destino							
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Desarrollar capacidades para la gestión sustentable de la oferta en el tejido empresarial y su vinculación con el tejido social del territorio	1. Programa para el Desarrollo de Habilidades Blandas para gestión Sustentable de la Oferta (Resolución de Conflictos, Liderazgo, Trabajo en Equipo, etc.)	2017 - 2019	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$5	MUNICIPIOS	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
	2. Programa de Pasantías internas para la Valorización y Conocimiento entre los actores locales del destino	2016 - 2020	CÁMARA DE TURISMO SALTOS DEL LAJA	MM\$15	SUBDERE	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
2. Crear e implementar ordenanzas y normativas turísticas ambientales y comerciales	1. Desarrollo de un cuerpo de Ordenanzas para el destino validado por la Asociación de Municipios	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$8	MUNICIPIOS	Porcentaje de actores locales e iniciativas propuestas	Documento de propuestas y ordenanzas.
3. Elaborar un plan de gestión sustentable del destino	1. Estudio de Sustentabilidad del Mercado Turístico Actual y nuevas Oportunidades para el Destino	2016 - 2018	SERNATUR	MM\$15	FNDR	Avance del Estudio, Porcentaje de empresarios participantes en estudio	Informe de avance del Estudio, Informe Final del Estudio, Listado de asistencia participante, fotografías.
	2. Estudio de Capacidad de Carga Actual del Destino	2016 - 2018	SERNATUR	MM\$5	FNDR SERNATUR	Avance del estudio de Capacidad de Carga	Informe de avance del Estudio, Informe Final del Estudio, fotografías.
	3. Desarrollo y Ejecución de un Plan de Gestión Sustentable de Residuos	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS - MINISTERIO MEDIO AMBIENTE - SERNATUR	MM\$100	FNDR y/o SUBDERE	Porcentaje de avance en acciones del plan.	Entrega de informe con iniciativas, fotografías

ÁMBITO: Desarrollo de productos turísticos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Desarrollar nuevos productos y servicios como oferta complementaria, no estacionales, vinculados a los activos culturales, sociales y patrimoniales del territorio	1. Catastro de Recursos Histórico Culturales del Destino	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS, SERNATUR	MM\$15	FNDR	Cantidad de recursos y activos catastrados	Documento catastro entregado, fotografías
	2. Programa de Desarrollo de Productos Histórico-Culturales (Gastronomía, Artesanía, otros)	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$20	FNDR	Cantidad de productos Histórico – culturales desarrollados o puestos en valor	Listados de asistencias técnica, informes de participantes, fotografías de rutas y productos.
	3. Desarrollo de Capacidades para la gestión del turismo histórico cultural	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$15	FNDR	Porcentaje de empresarios participantes.	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
2. Desarrollar la gastronomía y artesanía del destino como uno de los sellos de diferenciación de la oferta y como agregación de valor al destino	1. Programa de Familiarización de Emprendedores en gastronomía y artesanía con Identidad	2016 - 2018	CÁMARAS DE TURISMO – ASOCIACIONES DE TURISMO, SERNATUR	MM\$12	FNDR	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
	2. Programa de Pasantías dirigidas hacia destinos con Oferta con Identidad	2016 - 2018	CÁMARAS DE TURISMO – ASOCIACIONES DE TURISMO	MM\$18	FNDR	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
3. Fortalecer los productos turísticos existentes	1. Programa de Familiarización de Oferentes Actuales del Destino hacia el Turismo de Experiencias	2017 - 2018	CÁMARAS DE TURISMO – ASOCIACIONES DE TURISMO	MM\$30	FNDR	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.
	2. Programa de Asistencia Técnica especializada para la Implementación de nuevos productos de Turismo Experiencial	2017 - 2020	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$15	FNDR	Porcentaje de empresarios participantes en programa	Listas de asistencias, informes de participantes, fotografías.

ÁMBITO: Promoción							
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Mejorar y posicionar una imagen del destino Saltos del Laja como un destino de experiencias, no estacional y con productos integrados	1. Estudio de Imagen y Marca para nuevos mercados y destinos	2016 - 2018	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS, SERNATUR	MM\$25	FNDR y/o SUBDERE	Porcentaje de empresarios participantes en estudio	Listas de asistencias, informes de participantes, Informes de avance, Informe Final, fotografías.
2. Desarrollo de un Plan de Medios del destino y apalancar recursos para ejecución	1. Diseñar e Implementar un Plan de Medios que posicione el Destino Saltos del Laja como Una Oferta Integral y Sustentable representativa de la Identidad Local	2016 - 2020	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$60	FNDR	Porcentaje de avance en acciones del plan de medios.	Informes de Avance, Informe Final Plan de Medios, Acciones de promoción, folletería, video institucional.
3. Implementar un sistema de medición de oferta y demanda en el destino	1. Diseño e Implementación de un Observatorio Turístico para el Destino	2016 - 2020	ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS	MM\$100	FNDR	Cantidad de empresas participantes, cantidad de protocolos de recolección de información	Sistema de recolección de información en línea en funcionamiento, protocolo en oficinas de turismo municipal, protocolos en empresas adheridas del destino.

Durante los primeros dos años de gestión, la entidad gestora deberá definir una serie de iniciativas a desarrollar en materia turística. Estos deberán estar descritos en una ficha de iniciativas para su posterior evaluación y seguimiento de la gestión en el territorio ZOIT.

5. FICHA DE INICIATIVAS PARA LOS DOS PRIMEROS AÑOS ZOIT

Desarrollo de un Plan de Mejoramiento Urbanístico del destino para la Implementación de Áreas Verdes, Áreas de Descanso, Sistemas Colectores de Aguas Lluvias y Aguas Superficiales							FICHA
							1
1. Descripción de la iniciativa:							
Desarrollo y ejecución de un plan para la puesta en valor del destino y de su área principal, mediante el mejoramiento urbanístico con la implementación de áreas verdes, áreas de descanso, sistema de colectores de aguas lluvias y aguas superficiales.							
Se requiere que la iniciativa posea identidad del destino, tanto en su definición, diseño y ejecución (materialidad, gráfica, entre otros)							
2. Ámbito:							
Puesta en valor – Infraestructura Pública Habilitante							
3. Objetivo estratégico:							
Dotar de Infraestructura Pública Habilitante al Destino							
4. Ubicación:							
Carretera principal, entorno de recursos centrales del destino, área de Los Saltos de la ZOIT							
5. Beneficiarios:							
Prestadores de Servicios Turísticos y emprendimientos ubicado en el área del polígono de la ZOIT, principalmente prestadores de servicios turísticos de alojamiento, alimentación, entretención y de manera complementaria emprendimientos de artesanías. Además de los turistas que visitan el destino.							
6. Factibilidad de implementación: Marque con una cruz							
Muy Alta	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>	Baja	<input type="checkbox"/>
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Se requiere de un levantamiento detallado de obras, estado del arte, permisos y presupuestos sectoriales involucrados (Municipalidades, Vialidad, privados, etc.). La acción debe ser liderada por la Asociación de Municipios, quien debe articular intersectorialmente las acciones de los demás actores concurrentes, mediante convenios específicos, licitaciones públicas o inversiones contenidas en planes anuales de cada institución.							
8. Inversión estimada:							
MM\$50							
9. Fuente de Financiamiento:							
SUBDERE, a través del instrumento Plan de Mejoramiento Urbano del Serviu, como contraparte de la Asociación de Municipios. No obstante, dada la naturaleza variada de las áreas donde se focaliza estos proyectos, se debe considerar además la integración y articulación de presupuestos con otros actores.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: 31/08/2016 Término: 30/07/2018							
11. Responsable							
La Asociación de Municipios cuyo profesional directo será el Coordinador de la misma, además de SERNATUR y SERVIU.							

Habilitación de Señalética Vial Turística en Puntos de Acceso, Áreas de Servicios generales y Atractivos Turísticos							FICHA
							2
1. Descripción de la iniciativa:							
Propuesta que busca generar impacto en la identificación del destino desde los diversos accesos y centros emisores relacionados. Se habilitará señalética indicando la oferta turística existente en el destino, áreas de servicios y atractivos turísticos. La definición de ubicaciones y espacios debe hacerse en función de la identificación de oportunidades actuales del mercado, pero también hacia las nuevas tendencias y segmentos hacia los cuales el destino se está dirigiendo.							
2. Ámbito:							
Puesta en valor – Infraestructura Pública Habilitante							
3. Objetivo estratégico:							
Desarrollar un Sistema de Señalización Interna y Pública con Identidad Local							
4. Ubicación:							
Área principal de acceso del destino (Ex Ruta 5 Sur), además de los sectores comprendidos que conforman la ZOIT (El Litre, Chillancito, La Aguada y Paraguay) obras de conservación							
5. Beneficiarios:							
Prestadores de Servicios Turísticos y emprendimientos ubicado en el área del polígono de la ZOIT, principalmente prestadores de servicios turísticos de alojamiento y alimentación y de manera progresiva aquellos emprendimientos que desarrollen oferta complementaria del destino no directamente vinculado al salto principal (agroturismo, turismo de experiencias, entre otros)							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Se requiere de un levantamiento detallado de la situación actual y de las necesidades de señalización en el polígono de la ZOIT. La acción debe ser liderada por la Asociación de Municipios, quien debe articular intersectorialmente las acciones de los demás actores concurrentes, principalmente Vialidad.							
8. Inversión estimada:							
MM\$80							
9. Fuente de Financiamiento:							
VIALIDAD, como ente responsable de la mantención e inversión en señalética de vías públicas de acceso a la ZOIT.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: 31/08/2016 Término: 30/07/2018							
11. Responsable							
La Asociación de Municipios cuyo profesional directo será el Coordinador de la misma, quien deberá articular con Vialidad y SERNATUR.							

Diseño y Ejecución de Mejoramiento de Sendero a Salto principal considera: Seguridad perimetral, Mejoramiento de Cubierta Peatonal de Acceso, Sistema de Evacuación de Aguas, Iluminación, Mobiliario y Habilitación de Área de Protección e Interpretación del Bosque Nativo.							FICHA
							3
1. Descripción de la iniciativa:							
Proyecto para la puesta en valor del destino y de sus principales recursos turísticos, mediante el diseño y ejecución de una iniciativa de inversión que mejore la imagen del destino y sobretodo el tema de seguridad para los turistas. Considera Mejoramiento de Cubierta Peatonal de Acceso, Sistema de Evacuación de Aguas, Iluminación, Mobiliario, Habilitación de Área de Protección e Interpretación del Bosque Nativo y Seguridad perimetral. Se debe hacer hincapié que el diseño y propuesta general de la obra no sólo deben salvar una brecha estructural específica, sino que debe además generar una imagen integrada e identitaria del destino.							
2. Ámbito:							
Puesta en valor – Infraestructura pública habilitante							
3. Objetivo estratégico:							
Construir infraestructura que permita dar seguridad a los turistas que visitan el destino							
4. Ubicación:							
Entorno de recursos centrales del destino, área de Los Saltos de la ZOIT, senderos de acceso principal, y bosques aledaños.							
5. Beneficiarios:							
Prestadores de Servicios Turísticos y emprendimientos ubicado en el área del polígono de la ZOIT, principalmente prestadores de servicios turísticos de alojamiento, alimentación, entretención y de manera complementaria emprendimientos de artesanías. Además de los turistas que visitan el destino.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Se requiere de un levantamiento detallado de obras, diseño, estado del arte, permisos y presupuestos sectoriales involucrados (Municipalidades, Minvu, privados, etc.). La acción debe ser liderada por la Asociación de Municipios, quien debe articular intersectorialmente las acciones de los demás actores concurrentes, mediante convenios específicos, licitaciones públicas o inversiones contenidas en planes anuales de cada institución.							
8. Inversión estimada:							
MM\$360							
9. Fuente de Financiamiento:							
SUBDERE, como contraparte de la Asociación de Municipios, debiera ser la contraparte financiera central de esta propuesta. No obstante, dada la naturaleza variada de las áreas donde se focaliza estos proyectos, se debe considerar además la integración y articulación de presupuestos de otros actores como privados, Minvu, Municipalidades locales, entre otros.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: 31/09/2016 Término: 31/07/2019							

11. Responsable

Asociación de Municipios, MINVU, SERNATUR

Programa de Conciencia Turística (Con Metodología de Coaching y Rol Playing) incorporando otros actores locales como taxistas, colegios, etc.							FICHA
							4
1. Descripción de la iniciativa:							
Acción consistente en un programa destinado a generar mayores grados de conciencia turística entre los diversos actores del territorio, tanto empresarios como comunidad en general, mediante el desarrollo de actividades con formato más cercano y que permita a los actores entender mejor las dinámicas del turista, la importancia y los beneficios de una buena experiencias para los visitantes. Se considera el uso de coaching y role playing, entre otros, pues permitirá que los actores puedan “darse cuenta” e identificar un rol claro en su relación con el turismo							
2. Ámbito:							
Calidad y Sustentabilidad de la oferta; y Capital Humano							
3. Objetivo estratégico:							
Desarrollo de una cultura de la hospitalidad del destino en su conjunto							
4. Ubicación:							
Todos los sectores de la ZOIT, pero particularmente en aquellos sectores que tienen una oferta de servicios más estructurada y demandada por los flujos actuales de turismo (sector centro del destino Saltos del Laja), pero también aquellos sectores de oferta complementaria (El Litre, Chillancito, Paraguay y La Aguada)							
5. Beneficiarios:							
Prestadores de Servicios Turísticos y emprendimientos ubicado en el área del polígono de la ZOIT, principalmente prestadores de servicios turísticos de alojamiento, alimentación, entretención y de manera complementaria emprendimientos de artesanías.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Las acciones centrales son la coordinación entre los actores locales del territorio (Cámara y asociaciones), la Asociación de Municipalidades y Sernatur, como actores relevantes de la acción. Se debe partir de la generación de insumos previos para la ejecución del programa, como son la determinación de los nuevos segmentos a los cuales se apunta como destino, el diagnóstico de los hábitos actuales de los turistas y del destino y el diseño de un itinerario participativo.							
8. Inversión estimada:							
MM\$10							
9. Fuente de Financiamiento:							
Los recursos centrales deben ser generados vía transferencia institucional desde el FNDR, en articulación con Sernatur							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: 31/05/2016 Término: 30/04/2017							

11. Responsable

SERNATUR

Desarrollo de un cuerpo de Ordenanzas para el destino validado por la Asociación de Municipios							FICHA
							5
1. Descripción de la iniciativa:							
Cuerpo de normativas locales, que generen un ordenamiento de la actividad turística en los diversos ámbitos de esta; patentes, construcción, publicidad, señalética, identidad del destino, entre otros, mediante un conjunto de ordenanzas que son presentadas a la Asociación de Municipalidades, pero por su intermedio a cada una de las tres Municipalidades participantes de la Asociación y del destino, para que sean sancionadas y validadas y , de este modo, puedan tener competencias en sus respectivas áreas administrativas.							
2. Ámbito:							
Gestión sustentable del Destino							
3. Objetivo estratégico:							
Crear e implementar ordenanzas y normativas turísticas ambientales y comerciales.							
4. Ubicación:							
Todas las áreas delimitadas para la ZOIT, tanto cercanas al recursos principal, como aquellas más complementarias.							
5. Beneficiarios:							
Beneficiarios directos; todos aquellos empresarios y emprendedores de la ZOIT que hoy ven desmejoradas y desvalorizadas su oferta por el desorden en que funciona el mercado local. Beneficiarios indirectos; la comunidad local en su conjunto que se beneficia del mayor orden en la actividad central de su territorio.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Se debe generar primero una propuesta de acuerdo entre las tres municipalidad de la ZOIT mediante el trabajo de coordinación de la Asociación de Municipalidades, para posteriormente implementar un trabajo de estudio de la realidad de cada una de las comunas en lo que compete a la ZOIT. Finalmente, se debe articular las propuestas de cada una de las Municipalidades en un cuerpo integrado de ordenanzas que recoja el interés, la visión y participación de los actores involucrados en el destino, para posteriormente ser sancionados en los respectivos consejos municipales.							
8. Inversión estimada:							
MM\$8							
9. Fuente de Financiamiento:							
La fuente principal para su desarrollo deben ser los propios municipios participantes, dado que atañe a mecanismos administrativos de cada Municipalidad. No obstante ello, debe ser la Asociación de Municipalidades quien lidere el proceso.							

10. Fecha de inicio y término:

Inicio: 31/03/2016 Término: 30/02/2018

11. Responsable

Asociación de Municipios

Estudio de Capacidad de Carga Actual del Destino							FICHA
							6
1. Descripción de la iniciativa:							
Estudio que busca generar un plan de uso racional de los recursos turísticos de la ZOIT, principalmente en torno a su producto central Saltos del Laja, el cual se ha visto dañado en su valor por la sobrecarga que se hace del, básicamente por la falta de información dura y real que muestre y dimensione el impacto de esta sobrecarga en el producto. Para ello se modelarán los flujos actuales del producto, pero también se generarán indicadores que permitan abordar el desarrollo y proyección del destino hacia otros tipos de mercados identificados por los actores locales, de mayor valor y menor estacionalidad.							
2. Ámbito:							
Gestión sustentable del destino							
3. Objetivo estratégico:							
Elaborar un plan de gestión sustentable del destino							
4. Ubicación:							
El área donde se ubica el sendero principal de la cascada, siendo este lugar el que concentra la mayor afluencia de público en temporada alta.							
5. Beneficiarios:							
Beneficiarios directos; todos aquellos empresarios y emprendedores de la ZOIT que hoy ven desmejoradas y desvalorizadas su oferta por la sobrecarga y estacionalidad del recurso local Beneficiarios indirectos; la comunidad local en su conjunto que se beneficia con una mejor calidad de vida al no saturar sus espacios de ocio, recreación, vías de traslados, servicios, entre otros.							
6. Factibilidad de implementación: Marque con una cruz							
Muy Alta	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>	Baja	<input type="checkbox"/>
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
La primera acción debe ser la definición de los estándares que debe poseer la ZOIT para generar verdaderas experiencias de turismo, acordes con la visión que el destino se ha propuesto en su conjunto. De manera vinculada, el estudio de capacidad de carga debe articularse con todos los municipios de la ZOIT, sus actores privados y comunitarios, teniendo muy en claro que la comunidad hace parte central del impacto del turismo en la ZOIT y, por lo mismo, debe ser central en la orientación que se haga sobre la capacidad de carga del destino.							
8. Inversión estimada:							
MM\$5							
9. Fuente de financiamiento:							
Sernatur a través de FNDR “Fortalecimiento Integral de la Oferta Turística Regional”							

<p>10. Fecha de inicio y término: Inicio: 31/01/2016 Término: 30/12/2016</p>
<p>11. Responsable Sernatur</p>

Catastro de Recursos Histórico Culturales del Destino							FICHA								
							7								
<p>1. Descripción de la iniciativa: Mediante este catastro se busca identificar, catastrar, describir y poner en valor recursos históricos culturales del destino que a la fecha aún no han sido puestos como parte de la oferta ZOIT. Mediante este catastro se busca generar nuevos productos de turismo que permitan por un lado desestacionalizar la demanda del destino, y por otra parte ampliar la oferta e impacto del turismo hacia sectores más postergados de los entornos del recurso principal (Saltos del Laja), mediante la integración de fiestas, historias, patrimonio tangible e intangible a la oferta de la ZOIT</p>															
<p>2. Ámbito: Desarrollo de productos turísticos</p>															
<p>3. Objetivo estratégico: Desarrollar nuevos productos y servicios como oferta complementaria, no estacionales, vinculados a los activos culturales, sociales y patrimoniales del territorio</p>															
<p>4. Ubicación: Todas las áreas delimitadas para la ZOIT, principalmente aquellas cercanas al recursos principal, pero también aquellas más complementarias y emergentes (Chillancito, El Litre, La Aguada y Paraguay)</p>															
<p>5. Beneficiarios: Beneficiarios directos; todos aquellos empresarios y emprendedores de la ZOIT que hoy posee solo una oferta dependiente de los Saltos del Laja como recurso único y que por lo mismo sufren las consecuencias de una alta incertidumbre y estacionalidad Beneficiarios indirectos; la comunidad local en su conjunto que se beneficia con un reconocimiento externo y propio a su propia historia e identidad local.</p>															
<p>6. Factibilidad de implementación:</p> <table border="1"> <tr> <td>Muy Alta</td> <td>X</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>Media</td> <td></td> <td>Baja</td> <td></td> </tr> </table>								Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja									
<p>7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Principalmente, se debe generar una amplia participación de la comunidad local, pues son estos los poseedores de los activos y recursos que se buscan catastrar y poner en valor. Por ello, fundamental es la coordinación con entes locales (juntas de vecinos, asociaciones culturales, de ancianos, de folclore, entre otros), en el proceso de trabajo. Del mismo modo, se debe considerar la participación de los municipios locales en sus departamentos de cultura y del CNAC.</p>															
<p>8. Inversión estimada: MM\$15</p>															
<p>9. Fuente de financiamiento: Principalmente recursos FNDR. De manera complementaria se puede considerar recursos SUBDERE</p>															

destinados a Asociaciones de Municipios para estudios.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: 31/03/2017 Término: 30 /12/2017							
11. Responsable Asociación de Municipios y SERNATUR							
Programa de Familiarización de Emprendedores en gastronomía y artesanía con Identidad							FICHA
							8
1. Descripción de la iniciativa: Programa destinado a que los emprendedores y empresas del territorio conozcan su propia oferta local de gastronomía y artesanía, la actual y la potencial. Para ello, se diseña un conjunto de fam internas, pasantías experienciales, talleres e intercambios entre los prestadores locales con actores claves del territorio que sean capaces de mostrar, comunicar y traspasar parte del legado de la zona a la oferta de la ZOIT. Busca mediante estas acciones además el lograr generar sinergias y mayor integración en el destino, tanto entre los propios emprendedores como en la oferta integrada de productos y servicios locales.							
2. Ámbito: Desarrollo de productos turísticos							
3. Objetivo estratégico: Desarrollar la gastronomía y artesanía del destino como uno de los sellos de diferenciación de la oferta y como agregación de valor al destino							
4. Ubicación: Todas las áreas delimitadas para la ZOIT, principalmente aquellas más complementarias al recurso principal, es decir, sectores rurales del destino (Chillancito, El Litre, La aguada y Paraguay).							
5. Beneficiarios: Beneficiarios directos; todos aquellos empresarios y emprendedores de la ZOIT que hoy poseen una oferta no integrada de servicios de gastronomía y artesanía, carente de identidad y relato local. Beneficiarios indirectos; la comunidad local en su conjunto al revalorar aspectos centrales de su historia e identidad local.							
6. Factibilidad de implementación: Marque con una cruz							
Muy Alta	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>	Baja	<input type="checkbox"/>
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: El desarrollo de esta acción requiere un alto grado de coordinación entre los propios prestadores locales y la comunidad en su conjunto, por ello, debe ser liderada por la Cámara de turismo y la Asociación de turismo, por ser ambos entes referentes para la oferta local. Del mismo modo, se requiere una activa participación de las municipalidades locales mediante la Asociación de Municipalidades y de organizaciones sociales del territorio, que permita darla la extensión y profundidad que requiere el objetivo.							
8. Inversión estimada: MM\$12							

9. Fuente de Financiamiento: Principalmente recursos FNDR. De manera complementaria se puede considerar recursos SUBDERE destinados a Asociaciones de Municipios para estudios.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: 2016 Término: 2018							
11. Responsable Cámara de Turismo Local – Asociación de Turismo, SERNATUR							
Estudio de Imagen y Marca para nuevos mercados y destinos							FICHA 9
1. Descripción de la iniciativa: Generar un estudio que permita posicionar el destino y ZOIT Saltos del Laja como un lugar no estacional, más integrado y con una oferta complementaria mayor. Se busca que la oferta dependa exclusivamente y estacionalmente sólo de los Saltos del Laja, para ello se debe generar una imagen que posicione una oferta mayor del destino, anclada también en recursos de tipo histórico y culturales, donde los Saltos del Laja sean la propuesta ancla del destino pero no la única, para ello el estudio debe entregar elementos, imágenes, íconos y relatos que sean capaces de ampliar la demanda actual del destino, haciendo que el turista identifique en la imagen del destino una oferta mucho mayor, más variada, amplia e integrada que solo los Saltos del Laja.							
2. Ámbito: Promoción							
3. Objetivo estratégico: Mejorar y posicionar una imagen del destino Saltos del Laja como un destino de experiencias, no estacional y con productos integrados							
4. Ubicación: Todas las áreas delimitadas para la ZOIT, principalmente aquellas cercanas al recursos principal, pero también aquellas más complementarias y emergentes (Chillancito, El Litre, La Aguada y Paraguay)							
5. Beneficiarios: Beneficiarios directos; todos aquellos empresarios y emprendedores de la ZOIT que hoy posee solo una oferta dependiente de los Saltos del Laja como recurso único y que por lo mismo sufren las consecuencias de una alta incertidumbre y estacionalidad Beneficiarios indirectos; la comunidad local en su conjunto que se beneficia con un reconocimiento externo y propio a su propia historia e identidad local.							
6. Factibilidad de implementación: Marque con una cruz							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Principalmente, se debe generar una amplia participación de los actores locales, públicos y privados, institucionales como comunitarios que permitan visualizar una imagen de destino que amplíe y capture nuevas oportunidades de mercado para el destino. Se requiere un trabajo de articulación con SERNATUR, la Asociación de Municipalidades y los privados para que esta imagen sea capaz de traducirse en un buen desempeño al mercado actual, pero a la vez en una apuesta creciente a los mercados potenciales que hoy no están en la mira de la marca e imagen del destino.							
8. Inversión estimada: MM\$25							

<p>9. Fuente de Financiamiento: Principalmente recursos FNDR. De manera complementaria se puede considerar recursos SUBDERE destinados a Asociaciones de Municipios para estudios.</p>
<p>10. Fecha de inicio y término: Inicio: 31/08/2017 Término: 30/07/2018</p>
<p>11. Responsable Asociación de Municipios, con el apoyo de SERNATUR</p>

Desarrollo y Ejecución de un Plan de Gestión Sustentable de Residuos							FICHA								
							10								
<p>1. Descripción de la iniciativa: Esta iniciativa busca Desarrollar un Plan de Gestión de Residuos, tanto sólidos como líquidos, que se producen en el destino por la masiva concurrencia de turistas a éste, los cuales deben ser tratados de forma correcta. Luego de obtener dicho Plan de Gestión de residuos, se necesita implementar dicha iniciativa para que se pueda resolver la problemática latente que tiene este destino, para lo cual se ha visualizado que para los residuos sólidos se pueda contar con un camión recolector de basura para el destino.</p>															
<p>2. Ámbito: Gestión Sustentable del Territorio</p>															
<p>3. Objetivo estratégico: Elaborar un plan de gestión sustentable del destino.</p>															
<p>4. Ubicación: Defina el lugar o alcance territorial de la iniciativa. Que sectores se beneficiarán en la ZOIT. El Desarrollo de esta iniciativa abarca toda la extensión de la ZOIT.</p>															
<p>5. Beneficiarios: Los beneficiarios directos de esta iniciativa son los empresarios y los turistas del destino. A su vez serán beneficiarios indirectos la comunidad que reside en el destino.</p>															
<p>6. Factibilidad de implementación: Marque con una cruz</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Muy Alta</td> <td>x</td> <td>Alta</td> <td></td> <td>Media</td> <td></td> <td>Baja</td> <td></td> </tr> </table>								Muy Alta	x	Alta		Media		Baja	
Muy Alta	x	Alta		Media		Baja									
<p>7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Describir las iniciativas claves tales como asociaciones, reuniones, firma de acuerdos u otra necesaria para el logro de ésta.</p>															
<p>8. Inversión estimada: MM \$100</p>															
<p>9. Fuente de Financiamiento: F.N.D.R.</p>															
<p>10. Fecha de inicio y término: Inicio: 01/08/2016 Término: 30/07/2018</p>															



Ficha “Plan de Acción para la Gestión de la Zona de Interés Turístico”

Subsecretaría de Turismo

11. Responsable

Asociación de municipios cuyo profesional directo será el Coordinador de la misma.

6. ANEXOS

6.1 Cartas de apoyo de los actores involucrados en la propuesta ZOIT.

Adjuntar las cartas de apoyo de las principales instituciones que forman parte de la mesa público-privada que respaldan la postulación ZOIT y que representan al territorio.



CARTA DE APOYO

La Municipalidad de Cabrero representada por su Alcalde **Mario Gierke Quevedo** quien suscribe, viene a manifestar su absoluto apoyo a la postulación del destino Saltos del Laja, como Zona de Interés Turístico (ZOIT) y que es representada por la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios de Los Saltos del Laja A.G.

Además de manifestar el real compromiso, cabe hacer presente que la declaración de Zona de Interés Turístico (ZOIT) de Saltos del Laja, sin duda brindará un mejor y mayor desarrollo sustentable de este importante destino turístico, para la provincia y región del Biobío.

Saluda atentamente,



Cabrero, Noviembre de 2014

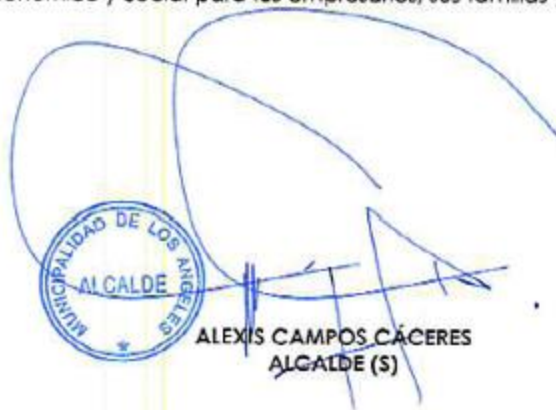


CARTA DE APOYO

La Municipalidad de Los Ángeles representada por su Alcalde Esteban Krause Salazar quien suscribe en calidad de Alcalde Subrogante, viene a manifestar su irrestricto apoyo a la repostulación como Zona de Interés Turístico (ZOIT) al sector delimitado de Los Saltos del Laja y que es presentada por la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios de Los Saltos del Laja A.G.

Me valgo de esta oportunidad para manifestar que la declaración de Zona de Interés Turístico (ZOIT) para el Sector delimitado de Los Saltos del Laja, sin duda brindará un mejor Desarrollo Económico y Social para los empresarios, sus familias y la comunidad toda.

Saluda atentamente,



ALEXIS CAMPOS CÁCERES
ALCALDE (S)



MUNICIPALIDAD DE YUMBEL

CARTA DE APOYO

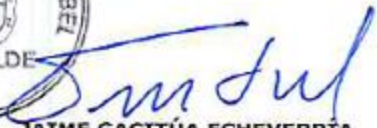
Yumbel, 14 de Noviembre de 2014.

JAIME GACITÚA ECHEVERRÍA, Alcalde de la comuna de Yumbel de la región del Biobío, viene a manifestar su total apoyo y compromiso a la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios de Los Saltos del Laja A.G. en la postulación del destino turístico Saltos del Laja como Zona de Interés Turístico (ZOIT).

Aprovecho esta oportunidad para manifestar que la declaración de Zona de Interés Turístico (ZOIT) para el Sector delimitado de Los Saltos del Laja, sin duda proporcionará un amplio y destacado desarrollo en el ámbito económico y social para los prestadores de servicios turísticos y la comunidad local.

Saluda atentamente,




JAIME GACITÚA ECHEVERRÍA
ALCALDE MUNICIPALIDAD YUMBEL
REGIÓN DEL BIOBÍO

CARTA DE APOYO

Bernardina Uribe Urrutia, Presidenta de la Organización de Gestión de Destinos Saltos del Laja, por medio de la presente manifiesta su apoyo y compromiso a la Cámara de Turismo, Comercio y Servicios Saltos del Laja A.G., en la postulación del destino turístico Saltos del Laja como Zona de Interés Turístico (ZOIT).

Iniciativa que permitirá afianzar el trabajo conjunto entre los actores públicos y privados que conforman la OGD Salto del Laja, y que reconocerá la priorización para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento, al desarrollo de la actividad turística, en este importante destino turístico regional.



Bernardina Uribe Urrutia
Presidenta Organización Gestión de Destino
Saltos del Laja

12 Noviembre 2014 - Saltos del Laja / Región del Biobío

Salto del Laja, 13 Noviembre 2014

CARTA DE APOYO

Gladi Rojas León, Presidenta de la Asociación de Turismo Rural Aguas del Laja, de la comuna de Cabrero, a través de la presente manifiesta su total apoyo a la postulación del destino turístico Salto del Laja como Zona de Interés Turístico (ZOIT).

Lo que permitirá potenciar el desarrollo del turismo en nuestro importante destino turístico de la región del Biobío, a través del cuidado y protección de sus recursos y atractivos turísticos.


**ASOC. DE TURISMO RURAL
AGUAS DEL LAJA**
GLADY ROJAS LEÓN
Presidenta
Asociación de Turismo Rural Aguas de Laja

Salto del Laja, 17 Noviembre 2014

CARTA DE APOYO

Helmut Araneda Novoa, Presidente del **Comité de Desarrollo Productivo Salto del Laja Oriente** de la comuna de Los Ángeles, a través de la presente manifiesta su total apoyo a la postulación del destino turístico Salto del Laja como Zona de Interés Turístico (ZOIT).

Lo que permitirá potenciar el desarrollo del turismo en nuestro importante destino turístico de la región del Biobío, a través del cuidado y protección de sus recursos y atractivos turísticos.



Helmut Araneda Novoa
Presidente del Comité de Desarrollo Productivo Salto del Laja Oriente
Los Ángeles



6.2 Verificadores de instancias de participación en el Plan de Acción.

Adjuntar los verificadores de tales actividades tales como: actas, listado de asistentes, fotografías u cualquier otro medio que dé cuenta del desarrollo de las actividades de construcción y difusión ZOIT.

Fecha: 16/10/2014
 Provincia: Biobío
 Comuna / Distrito: Salto del Laja
 Lugar: Salón de Eventos Turístico Don Américo

Reunión
 Definición y Validación Polígono
 ZOI Salto del Laja.
 Registro de Participantes



N°	Nombre	Institución / Empresa	Correo Electrónico	Teléfono	Firma
1	Alma Inés Arce	Cadavin, San Rafael	San Rafael Evolucion@gmail.com	940 612 16	[Firma]
2	Lorena Herrera	Cadavin, San Rafael	Lorena.Herrera@gmail.com	8881130	[Firma]
3	Miguel Ángel Herrera	Camping Los Roshales	Camping Los Roshales@gmail.com	98858784	[Firma]
4	Ruth Zaldívar	Camping El Perovén	Camping El Perovén Salto del Laja@gmail.com	9470181-0	[Firma]
5	Jacinto Padilla Quintal	Buenaventura - Lancha	jacinto.padilla@xhoo.cl	97165781	[Firma]
6	Alma Lucina Paredes	Camping, Agroturismo y Bienes Raíces	Alma Lucina Paredes@gmail.com	95432041	[Firma]
7	Patricia Cabezas Muñoz	Cabañas Rest. Auquis	PatriciaCabezas@gmail.com	98140805	[Firma]
8	Ernesto Basadre	Cabañas Españolas	ErnestoBasadre@gmail.com	99402238	[Firma]
9	Jorge Rosencruz Moser	Municipalidad de Aysén	JorgeRosencruzMoser@gmail.com	99175275	[Firma]
10	Manrique Toro Herrera	M. Cobene	manrique@cobene.cl	0432/408816	[Firma]










Reunión
Definición y Validación Polígono
ZOIT Saltos del Laja.



Registro de Participantes

Fecha: 16/10/2014
Provincia: Biobío
Comuna / Destino: Saltos del Laja

Lugar: Salón de Eventos Turismo Den Ambrosio






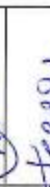




N°	Nombre	Institución / Empresa	Correo Electrónico	Teléfono	Firma
11	José Ricardo Aranda Villar	Camping playa chica	Campingplaychica@hotmail.com	95200359	
12	Patricio Hortal	Camping Los Olanos		94809861	
13	Sandra Vergara Rojas	Cabina Puyehue	Sandvargas@hotmail.com	93091636	
14	Patricia Castillo Rojas	Camping El Encuentro agrotur		89044921	
15	Kyran Hernández Nieto	FONOTM Munitivo	kyran.hernandezfonotm.cspc	9739623	
16	Marina Rivera Parada	Camping Agua Verde	marina.buena.montes@gmail.com	66231251	
17	Laima Torres Samal))))))		9509968 95225349	
18	Pablo Venegas Nuza	Camping Rio Laja	CAMPINGRIOLAJA@gmail.com	95064634	
19	GASTON DOMINGUEZ C.	COMPLEJO TURISTICO LOS MANTUALES	LOS MANTUALES LOS SALTO	032394225 86137888	
20	José Suroso	Comandancia Salto del Laja	COMANDANCIA @ TURISMO	86532948	

Reunión
Definición y Validación Polígono
ZOIT Salto del Laja.



Fecha: 16/10/2014	Provincia: Biobío	Comuna / Destino: Salto del Laja
Lugar: Salón de Eventos Turismo Den Ambrosio		

Registro de Participantes



N°	Nombre	Institución / Empresa	Correo Electrónico	Teléfono	Firma
21	Francisca Jorquera H.	Turismo Den Ambrosio	embrosio@denambrosio.cl	81008230	
22	Ramón Fernández	Caberos El Mangrabo	Rfernandez@elcogimbo.cl	9219795	
23	Kate Urrutia	Club Pines - Pro Grand	comfinesprogrand@ymail.com	93249206	
24	Jocelyn Burpedel	Playa Coliburo	Playacoliburo@gmail.com	98713184	
25	Maria Ninos Ramirez	Casa de Computos Navarillo		62625324	
26	Lupia K Sepulveda	RAMURS "EL CAJUELO"	AIE_5588@HOT.MIL.COMIL.COM	78482915	
27	Fabio Palada C.	Remido Papetería El Salto	remido@remido.cl	340859	
28	Alejo Pedro Campos R.	Campesinista	Campesinista@gmail.com	83366267	
29	Yana Elmuy S.	Compan Santa Ana	x	58319771	
30	Carolina Lopez O.	Sernatur Biobío	cbio007@sernatur.cl	8299160	

Reunión
Definición y Validación Polígono
ZOIT Salto del Laja.



Registro de Participantes

Fecha: 16/10/2014	Provincia: Biobío	Comuna / Estación: Saltos del Laja
Lugar: Salón de Eventos Turismo Don Ambrosio		

N°	Nombre	Institución / Empresa	Correo Electrónico	Teléfono	Firma
31	ANA KEANE DOZAMBENEA	SEGNATUR	ana.keane@segnatur.cl	43-2317107	
32	Rafaela Navarro O.	SEGNATUR	rafaela.navarro@segnatur.cl	98198510	
33	JULIETA MONTEA	Municipalidad Biobío	jmonte@cbio.cl	43-2401850	
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					



Movil: +56 09 8662777
Dirección: Merida 976, San Pedro de la Paz
Región del BíoBío, Chile
E-mail: proyectos@lafken.org
www.lafken.org

LISTA DE ASISTENCIA, TALLER 1

Apoyo en la formulación e implementación de un plan de acción para
Zona de interés turístico Saltos del Laja"

NOMBRE	APELLIDO	ORGANIZACION	FONO	FIRMA
Cristóbal	González	Lafken	86672777	
FREDY VEDRANT	Vedrant	AGVA Momena	67048046	
Maria	Narromete	SSVV. La Playita	88414032	
Grms	Matamala	Av. S. Laja	91862485	
Claudia	Ortizcar	SSVV. El Lirio	94624190	
MARCELA	Vivespohl	Don Ambrosio	81008230	
SASTON	RODRIGUEZ	LOSMANUALES	86137888	
Jorge	Rodríguez M.	Municip. La Playita	79470536	
José	Swanson V.	Comuna de Laja Saltos del Laja	86532948	
Ana Karen	Arzambriz T	SENATUR	82842694	
MARILYN RIFE	RIFE	Ho. La Salledilla	982545	
Maria Mercedes R.		Sect. El Lirio	62625324	

