

FICHA PLAN DE ACCIÓN

DECLARATORIA ZOIT LAGO COLBÚN-RARI

PARA LA GESTIÓN PARTICIPATIVA DE ZONA DE INTERÉS
TURÍSTICO (ZOIT)



CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO
DEL LAGO COLBÚN Y SUS ALREDEDORES

JULIO 2016





1. MODELO DE GOBERNANZA ZOIT

1.1 Conformación de la Mesa Público Privada

Gobernanza ZOIT				
Nombre de la Entidad Gestora	Corporación Para El Desarrollo Turístico De La Zona Del Lago Colbún			
Razón social	Corporación			
Rut				
Giro	Actividades de otras asociaciones N.C.P.			
Dirección	Dirección: Adolfo Novoa 419	Comuna: Colbún	Región: Maule	
Representante Entidad Gestora	Francisco Tagle Avilés			
Teléfonos	Fijo:	Móvil: +56		
Correo electrónico:				
Secretario (a) ejecutivo (a) de la Mesa Público Privada	Nombre: Hugo de la Fuente	Teléfono (Fijo o Móvil): (71)	Correo:	
Profesional que realiza el Plan de Acción	Nombre:	Teléfono (Fijo o Móvil):	Correo:	
Encargado de Turismo Municipal	Nombre: Aníbal Urtubia (Colbún) - Andrés Amaro (San Clemente)	Teléfono (Fijo o Móvil): (9)	Correo:	
Instituciones involucradas en el Plan de Acción	Nombre Representante	Rut	Teléfono	Correo
I. Municipalidad de Colbún	Pedro Pablo Muñoz Oses	69	(73)	
I. Municipalidad de San Clemente	Juan Rojas Vergara	69	(71)	
Encargados por Ámbito del Plan de Acción	Nombre Representante	Rut	Teléfono	Correo
Encargado Gerencial	Gastón Pozo	14	(9)	

1.2 Resumen ejecutivo de la propuesta ZOIT

RESUMEN EJECUTIVO

La ZOIT Lago Colbún-Rari, es compartida por las comunas de San Clemente y Colbún. Esta zona se encuentra a 30 minutos de Talca, capital de la Región del Maule. El área a declarar como ZOIT es parte de las áreas priorizadas de la región dada su importancia turística, donde destaca el Lago Colbún como principal atractivo y preferido por los que visitan el destino. En su entorno se encuentra la localidad de Rari, reconocido por “los tesoros vivos”, artesanos y artesanas que trabajan el crin de caballo, con denominación de origen y que además posee un entorno natural que ha convocado a distintas comunidades a construir asentamientos sustentables. Se desarrollan actividades culturales propias y características de la zona central de Chile, con gastronomía popular y típica chilena asociadas a la actividad del Huaso y el Rodeo Chileno. Gracias a esta identidad Huasa es que suceden espectáculos, exposiciones de carruajes coloniales, trillas a yegua suelta y concursos de cueca asociadas al folklore nacional. En el sector están las aguas termales de Panimávida, asociada al relax y bienestar con hotelería desarrollada y oficios únicos a nivel mundial como los artesanos de piedra Toba y las Tejedoras de Quinamávida. En sus cercanías existe la posibilidad de realizar turismo ufológico, característica única reconocida en la región.

Dentro de su oferta turística, se identifican 8 atractivos turísticos: 3 a nivel nacional y 5 de importancia regional. En los registros de arribos, las comunas de San Clemente y Colbún, en 2014 se identificaron 57.553 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico representando el 28,1% del total de arribos de la Región. Prácticamente, uno de cada tres arribos a la región tiene como destino el área comunal de San Clemente y Colbún. A diferencia del crecimiento registrado en la región del 16,3% de los últimos 5 años, el área a ser propuesta como ZOIT ha experimentado un aumento del 45,9% desde el 2010.

Los principales lugares visitados son el poblado de Colbún, el Lago Colbún y Rari, mientras que el grupo de turistas que más visitas efectúa lo hace con familias y el grupo etario es de entre 26 y 45 años, en su amplia mayoría de procedencia nacional, de Santiago.

El trabajo en terreno identificó brechas en el sector que con el trabajo organizado de la Gobernanza se podrían subsanar en el tiempo propuesto en el plan de acción. Por nombrar solo algunas, existe una deficiente señalización en los accesos y recorridos turísticos; hay, hasta el momento, una capacidad limitada en la oferta de servicios; existe una inestabilidad y dependencia de la cota del Lago Colbún; marcada estacionalidad; ausencia de posicionamiento e imagen clara como destino turístico; escasa notoriedad del destino en los mercados, entre otros.

Dentro de los organismos públicos presentes que participan activamente para la declaratoria ZOIT Lago Colbún-Rari se encuentran municipalidades de Colbún y San Clemente. Los actores privados representan al Comité pro-defensa Lago Colbún, la Cámara de Comercio y Turismo de San Clemente, la Agrupación ecoturismo y artesanías comuna de Colbún y el Comité de defensa Lago Colbún Ribera Norte. Estos organismos (públicos y privados) se articulan mediante una Gobernanza conformada por la llamada Corporación Para El Desarrollo Turístico De La Zona Del Lago Colbún, responsables de encaminar las futuras acciones para el éxito de la ZOIT.

La imagen objetivo es impulsar el desarrollo sustentable de un nuevo destino turístico a nivel nacional, posicionar el territorio para los mercados de mayor proximidad como un destino cercano y altamente atractivo por la oferta de actividades de naturaleza, deporte, cultura y termas y consolidar una gestión de la ZOIT comprometida, valorada y reconocida en el quehacer turístico del territorio.

Los proyectos más importantes a desarrollar en los próximos 2 años para la ZOIT son: el desarrollo de sistema de señalética vial de aproximación a sitios de interés; capacitación sobre actividades productivas para dinamizar la economía turística local; crear e implementar una política de sustentabilidad para el desarrollo de acciones en el marco de la visión del destino, entre otros.

La declaración ZOIT traerá protección a los recursos naturales y culturales del área del Lago Colbún-Rari y alrededores, emprendimiento de servicios turísticos, disminución de emigración de lugareños, potenciará subproductos locales como la artesanía y cocina local, entre otros beneficios.

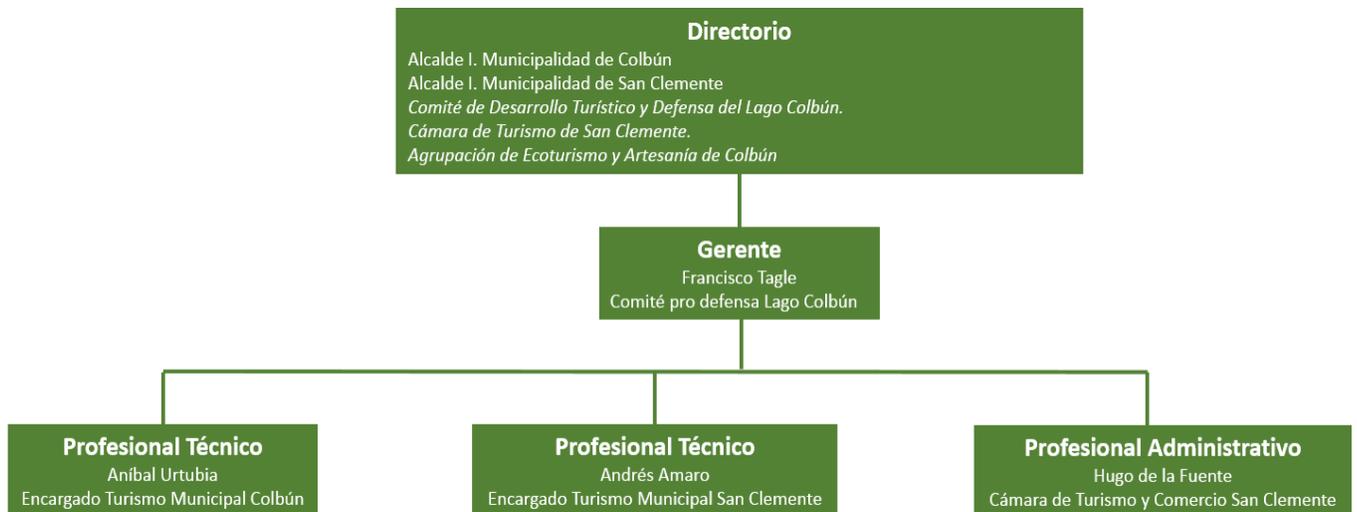
1.3 Diagrama de la Mesa Público Privada

Para la estructuración de la Gobernanza, o Mesa Público-Privada, se definió una estructura organizacional de su directorio como organismo superior quien determinará las respectivas Comisiones de trabajo, encargadas de implementar cada ámbito que sean pertinentes para el cumplimiento de objetivos del Plan de Acción. Encargado de la coordinación general de las acciones se asignará un Gerente quien a su vez organizará el trabajo de un Profesional Técnico apoyado por un(os) Profesional(es) ejecutores de las tareas del plan de acción. Por otra parte, habrá un Profesional Administrativo quien cumpla el rol de manejo de las finanzas de la Gobernanza y el orden administrativo.

De acuerdo con la contraparte y la reunión público-privada de inicio del proyecto se definió que, en el territorio respectivo, Lago Colbún-Rari, se cuenta con la instancia local que agrupa de manera intersectorial los actores de relevancia para el desarrollo turístico. Es así como se definió que la Corporación para el Desarrollo Turístico del Lago Colbún y sus Alrededores actuarán como la parte interesada que asumió las responsabilidades de presentar el Plan de Acción y, tras la aprobación, garantizar su adecuada implementación.

Los actuales actores integrantes en dicha corporación son:

- *Ilustre Municipalidad de Colbún.*
- *Ilustre Municipalidad de San Clemente.*
- *Comité de Desarrollo Turístico y Defensa del Lago Colbún.*
- *Cámara de Turismo de San Clemente.*
- *Agrupación de Ecoturismo y Artesanía de Colbún.*



1.4 Participación en la elaboración del Plan de Acción.

Es trabajo en la participación para la elaboración del Plan de Acción fue realizado en diferentes jornadas de trabajos coordinadas con los encargados municipales y Sernatur en formato de talleres en las localidades dentro del polígono aspirante a ser declarado como ZOIT Lago Colbún-Rari. En las instancias de trabajo se presentó la importancia de generar un plan de acción y para un mayor desglose de cada ámbito, fue organizado de esta manera, distintas jornadas de trabajo. En total 4 talleres para esta acción.

Por medio de material escrito (que se detallan en anexos), los asistentes: actores locales del turismo en general y organismos públicos y privados, escribieron sus ideas donde cada uno de ellos expuso sus 5 necesidades por cada ámbito. Estas ideas fueron luego organizadas para ser discutidas en grupos de no más de 6 personas donde cada uno de ellos comentó, comparó y determinó cuáles serían las principales 10 acciones para cada uno de los 5 ámbitos. El máximo de grupos consensuados en taller fueron 4.

Para determinar entonces las ideas finales, el expositor en una pizarra con papeles y post-it de colores traspasó el resultado de cada grupo completando un máximo de 12 ideas las que luego fueron comparadas entre los grupos consensuados por taller para concluirirlas en una lista de 10 ideas finales las que se priorizaron por orden de importancia o necesidad, factibilidad y recursos.

INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN					
Etapa de Postulación ZOIT					
NOMBRE DE ACTIVIDAD	BREVE DESCRIPCIÓN	CONVOCANTE	LUGAR	FECHA	PARTICIPANTES
Taller Informativo y de trabajo ZOIT, Sesión 1	Exposición de importancia de una ZOIT, explicación de propuesta, metodología y levantamiento de la opinión local.	Parte Interesada, I. Municipalidad de San Clemente, Sernatur	Oficina DIDEL, San Clemente	12/05/2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).
Taller Informativo y de trabajo ZOIT, Sesión 2	Exposición de importancia de una ZOIT, explicación de propuesta, metodología y levantamiento de la opinión local.	Parte Interesada, I. Municipalidad de Colbún, Sernatur	Salón Municipal Colbún	12/05/2016	Alcalde de Colbún, Directora Regional de Sernatur, funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).
Etapa de Delimitación ZOIT					
Taller Informativo y de trabajo ZOIT, Sesión 3	Delimitación Polígono ZOIT, validación visión, propósitos y objetivos.	Parte Interesada, I. Municipalidad de San Clemente, Sernatur	Oficina DIDEL, San Clemente	18-05-2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).

Taller Informativo y de trabajo ZOIT, Sesión 4	Delimitación Polígono ZOIT, validación visión, propósitos y objetivos.	Parte Interesada, I. Municipalidad de Colbún, Sernatur	Salón Municipal Colbún	18-05-2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).
Etapas Construcción Plan de Acción					
Taller Informativo y de trabajo ZOIT en grupos, Sesión 5	Recopilación de antecedentes para la definición de Ámbitos: Infraestructura, Oferta, Capital Humano	Parte Interesada, I. Municipalidad de Colbún, I. Municipalidad de San Clemente, Sernatur	Oficina DIDEL, San Clemente	01-06-2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).
Taller Informativo y de trabajo ZOIT en grupos, Sesión 6	Recopilación de antecedentes para la definición de Ámbitos: Desarrollo de productos	Parte Interesada, I. Municipalidad de Colbún, I. Municipalidad de San Clemente, Sernatur	Salón Municipal Colbún	08-06-2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).
Taller Informativo y de trabajo ZOIT en grupos, Sesión 7	Recopilación de antecedentes para la definición de Ámbito: Promoción	Parte Interesada, I. Municipalidad de Colbún, I. Municipalidad de San Clemente, Sernatur	Salón Municipal Colbún	08-06-2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).
Taller Informativo y de trabajo ZOIT en grupos, Sesión 8	Recopilación de antecedentes para la definición de Ámbito: Gestión Sustentable del Destino	Parte Interesada, I. Municipalidad de Colbún, I. Municipalidad de San Clemente, Sernatur	Salón Municipal Colbún	15-06-2016	Funcionarios municipales, empresarios locales, cámaras de turismo, servicios públicos (listado de asistentes de respectivas actividades adjuntos).

2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.

OFERTA TURÍSTICA			
Oferta turística		Servicios Turísticos	
Atractivos turísticos	Jerarquía	Tipo	Cantidad
Artesanías en Crin de Rari	Nacional	Servicios de Alojamiento	53
Termas de Panimávida	Nacional	Servicios de Restaurantes y Similares (Alimentación)	15
Muestra de artesanía y folklore Nacional	Nacional	Servicios de Tour Operadores y Agencias de Viaje	4
Lago Colbún	Regional	Servicio de Arriendo de Vehículo (Transporte)	0
Paso Nevado	Regional	Servicios Culturales (Esparcimiento)	3
Noche de San Juan de Rari	Regional	Servicios de Turismo Aventura (Esparcimiento)	20
Fiesta de San Sebastián en Panimavida	Regional	Servicios Guías de Turismo (Guías de Turismo)	5
Fiesta del Crin de Rari	Regional		

La oferta turística cuenta con 8 atractivos, de los cuales la artesanía de crin de caballo de la localidad de Rari, las termas de Panimávida y la muestra de artesanía típica junto con la identidad huasa asociada al folklore nacional, son las que cuentan con un alcance e importancia a nivel nacional lo que significa que es un aporte al turismo que debe ser conservado, promocionado y desarrollado en el tiempo. Otro atractivo destacado y de relevancia es el Lago Colbún, usado como balneario y lugar recreacional para la práctica de deportes acuáticos. Atractivo que es declarado de alta importancia por la comunidad perteneciente al polígono.

Con respecto a los servicios turísticos, se identificaron 100 servicios en el polígono a disposición de los visitantes y turistas. Hasta el momento, el servicio de arriendo de vehículos es el único que no tiene oferta en la zona lo que podría, con el tiempo, llegar a ser detectado como una necesidad frente a la demanda.

DEMANDA TURÍSTICA

En las comunas de San Clemente y Colbún, en 2014 se registraron 57.553 arribos a establecimientos de alojamiento turístico representando el 28,1% del total de arribos a la Región del Maule. Se puede señalar que, prácticamente, uno de cada tres arribos a la región tiene como destino el área comunal de San Clemente y Colbún. El área a ser propuesta como ZOIT ha experimentado un aumento del 45,9% desde el 2010, pasando de los 39.453 a los casi 58 mil arribos señalados precedentemente, según información proporcionada por Sernatur y el INE.

La concentración de la demanda se da entre el mes de enero y febrero donde se registra el 46,8% del total de arribos a establecimientos de alojamiento turístico, mientras que el mes más bajo es el mes de abril con un 3,7%.

Los centros poblados del destino son las comunidades del área de San Clemente y Colbún, tales como Panimávida, Rari, Colbún, que se encuentran enmarcadas dentro del polígono propuesto.

Los principales lugares visitados son el poblado de Colbún, el Lago Colbún y Rari, mientras que el grupo de turistas que más visitas efectúa lo hace con familias y el grupo etario es de entre 26 y 45 años, en su amplia mayoría de procedencia nacional, de Santiago.

La principal motivación de los visitantes y turistas se relaciona a la naturaleza, el relax y bienestar. Las preferencias se inclinan por preferir las áreas naturales como el Lago Colbún, atractivo más reconocido por los turistas, y sus alrededores para la realización de actividades náuticas y descanso, en el verano. Las termas de Quinamávida y Panimávida son otro motivo de preferencia, aunque en una menor preferencia. Es interesante mencionar que la cultura y artesanía es un factor de importancia para el visitante, aunque la localidad de Rari no es reconocida por muchos turistas por su preponderancia artesanal. La gastronomía no influye en la decisión del turista, pero recibe buenos comentarios por aprovechar la preparación de platos típicos chilenos (comida casera).

La principal conectividad terrestre se da a través de las rutas que acceden hacia la Ruta 5 y también hacia el Paso Fronterizo Pehuenche. Estas son, asimismo, las principales puertas de llegada de los flujos, además de los caminos interiores para facilitar el desplazamiento dentro del territorio a proponer como ZOIT.

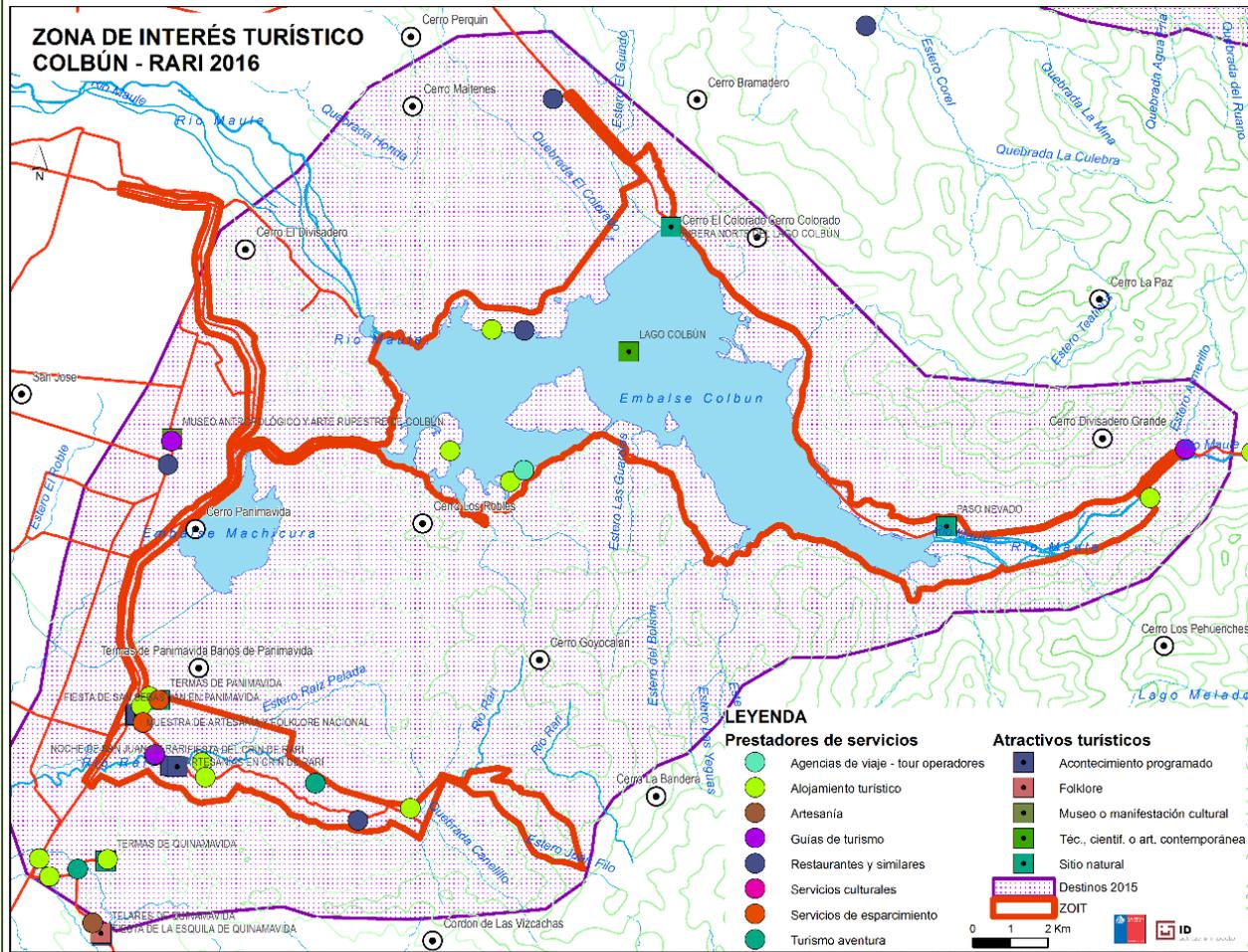
SUSTENTABILIDAD

Hasta el momento, no existe una medición de satisfacción del visitante o residente implementada en la actualidad en las comunas pertenecientes al polígono ZOIT.

El territorio cuenta con una riqueza cultural ligada a las tradiciones huasas, el relax en un entorno rural de cercanía con la vida de campo.

En lo que respecta a certificación SCAM Municipal, ambas comunas: Colbún y San Clemente, presentan certificación básica y en postulaciones para obtener la Intermedia. Los residuos son gestionados en un relleno sanitario bajo la gestión de Arquitectura y Paisajismo Río Maule Limitada, ubicada en el sector Los Maitenes en la comuna de San Clemente, lugar aledaño al polígono. Las soluciones para el saneamiento de sistema de alcantarillado son gestionadas por particulares, así como también el tratamiento de aguas servidas particulares.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA ZOIT



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>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica en el contexto de la Región del Maule. 2. Emplazamiento en la ruta del Corredor Bioceánico Paso Pehuenche, conectando directamente con Argentina y a través de ella, a Brasil y Uruguay. 3. Creciente interés de la demanda turística y de los habitantes para ocupar la bicicleta como medio de transporte entre atractivos locales. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de consolidación de las oportunidades del Paso Pehuenche como puerta de entrada de turistas argentinos a Chile. 2. Priorización de inversión en infraestructura pública habilitante en otros destinos de la Región o el país. 3. Catástrofes naturales o provocadas por el hombre que provoquen daños a la infraestructura pública y privada.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación privilegiada que puede transformar el territorio en polo de inversiones 2. Condiciones territoriales favorables para la inversión en infraestructura pública. 3. Apertura de nueva oficina de informaciones en San Clemente como referente para creación de red OIT. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiente señalización para los accesos y recorridos turísticos. 2. Ausencia de miradores panorámicos y plataformas para observación del paisaje. 3. Inestabilidad de la cota del lago.

Síntesis FODA: Puesta en valor – Infraestructura pública habilitante
<p>Las condiciones del destino son altamente favorables para generación de infraestructura pública debido a la ubicación estratégica, población y demanda actual, pudiendo justificarse las inversiones de mejora. De esta manera, se afrontarán las brechas de debilidades identificadas, lo cual aportará de manera significativa al desarrollo del Lago Colbún-Rari como destino turístico.</p>
<p style="text-align: center;">Objetivos Estratégicos</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Mejorar las condiciones de accesibilidad turística. 2.- Desarrollar e implementar un sistema de infraestructura pública que permita mejorar la experiencia turística del destino. 3.- Generar una red de oficinas de información turística.

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

Ámbito: Calidad y Sustentabilidad de la oferta; y Capital Humano	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> Existencia en el país del sistema de certificación y distinción en Sellos Q y S. Programas de fortalecimiento de capital humano para el turismo en implementación nacional. Sensibilidad y conciencia de la demanda para con servicios y oferta sustentable 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> Pérdida de la flora y fauna existente en el lago y su entorno, como de cines cuello negro y loros trichahues. Insuficientes fondos para cubrir las necesidades de fortalecimiento de capital humano a nivel país. Falta de interés por parte de prestadores turísticos para la adscripción a sistemas de certificación.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> La artesanía distintiva de Rari declarada Tesoro Vivo que posiciona al destino con un producto identitario singular a nivel nacional e internacional. Escenario paisajístico de gran valor, con vistas naturales a la Cordillera de los Andes y bosques nativos. Pureza del agua del Lago Colbún, posicionándose como “un lago del sur en la zona central del país”. Fuerte identidad huasa, lo que mantiene las tradiciones folklóricas y la cultura tradicional del país. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> Existe una capacidad limitada en la oferta de servicios. Bajo número de empresas certificadas y/o distinguidas con Sellos Q y S. Prestadores con dificultades de operación básica para la regularización de servicios según normativas Q y S.

Síntesis FODA: Calidad y Sustentabilidad de la oferta; y Capital Humano
<p>La calidad y sustentabilidad de la oferta turística local es un importante desafío existiendo condiciones de presencia de prestadores interesados en mejorar la gestión de sus negocios, en paralelo con la búsqueda de soluciones para profesionalización del capital humano. Sin embargo, el trabajo a nivel territorial requiere de disponibilidad de instrumentos a fin de poder paliar las brechas y aprovechar las oportunidades existentes en esta materia.</p>
Objetivos Estratégicos
<ol style="list-style-type: none"> Implementar programas enfocados a la mejora del capital humano. Realizar actividades para fortalecer el compromiso de los prestadores con respecto a los procesos y requerimientos de calidad y sustentabilidad turística. Realizar acciones propendientes a la sensibilización de los prestadores turísticos, especialmente del rubro de alojamiento con los parámetros y acortamiento de brechas en materia de gestión sustentable de sus negocios.



3.1.3 Gestión Sustentable del Territorio.

Ámbito: Gestión sustentable del territorio	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corta distancia de los principales puntos de acceso de turistas al país como Santiago y Concepción. 2. Mayor conciencia pública respecto a la sustentabilidad. 3. Impulso hacia una gestión integrada de distintos actores a nivel de los destinos del país. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pérdida de la flora y fauna existente en el lago y su entorno, como de cines cuello negro y loros trichahues. 2. Las tendencias de la globalización que afectan al mantenimiento de las tradiciones e identidades locales. 3. Fortalecimiento de destinos de características similares o aparición de otros nuevos.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escenario paisajístico de gran valor, con vistas naturales a la Cordillera de los Andes y bosques nativos. 2. Pureza del agua del Lago Colbún, posicionándose como “un lago del sur en la zona central del país”. 3. Fuerte identidad huasa, lo que mantiene las tradiciones folklóricas y la cultura tradicional del país. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de vertederos ilegales y deficiente gestión de recolección de basuras y escombros. 2. Inestabilidad y dependencia de la cota del Lago Colbún para el desarrollo de actividades náuticas en temporadas estivales y no estivales. 3. Marcada estacionalidad afecta el desarrollo turístico local. 4. Falta de datos estadísticos de monitoreo en torno al comportamiento del turista.

Síntesis FODA: Gestión sustentable del territorio
<p>A pesar de sus características naturales y ubicación favorable para el desarrollo turístico, el territorio no ha logrado desestacionalizar su oferta ni demanda producto de lo cual se perjudica la sustentabilidad y las confianzas para el crecimiento del destino. Actualmente están dadas las condiciones de implementar acciones que favorezcan una gestión sustentable en sus ámbitos natural, cultural y socioeconómico, lo cual, a su vez, incidirá sobre la articulación intersectorial y mayor perdurabilidad del destino en los mercados turísticos.</p>
Objetivos Estratégicos
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Generar e implementar acciones tendientes al fortalecimiento de la sustentabilidad ambiental y sociocultural del territorio. 2.- Realizar acciones que favorezcan la sustentabilidad económica de los emprendimientos, prestadores y el destino turístico en general. 3.- Poner en marcha actividades orientadas a la mejora de la gobernanza y gestión turística del destino y los prestadores territoriales.

3.1.4 Desarrollo de productos turísticos.

Ámbito: Desarrollo de productos turísticos	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corta distancia de los principales puntos de acceso de turistas al país como Santiago y Concepción. 2. Emplazamiento en la ruta del Corredor Bioceánico Paso Pehuenche, conectando directamente con Argentina y a través de ella, a Brasil y Uruguay. 3. Territorio en el que se han registrado periódicamente supuestos avistamientos de OVNIS, lo que supone una oportunidad en la diferenciación y captación de ciertos nichos turísticos o desarrollo de actividades de astroturismo. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de consolidación de las oportunidades del Paso Pehuenche como puerta de entrada de turistas argentinos a Chile. 2. Cambios en las tendencias turísticas que afecten los flujos proyectados. 3. Las tendencias de la globalización que afectan al mantenimiento de las tradiciones e identidades locales.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La artesanía distintiva de Rari declarada Tesoro Vivo que posiciona al destino con un producto identitario singular a nivel nacional e internacional. 2. Escenario paisajístico de gran valor, con vistas naturales a la Cordillera de los Andes y bosques nativos. 3. Pureza del agua del Lago Colbún, posicionándose como “un lago del sur en la zona central del país”. 4. Fuerte identidad huasa, lo que mantiene las tradiciones folklóricas y la cultura tradicional del país. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad y dependencia de la cota del Lago Colbún para el desarrollo de actividades náuticas en temporadas estivales y no estivales. 2. Deficiente señalización para los accesos y recorridos turísticos. 3. Existe una capacidad limitada en la oferta de servicios.

Síntesis FODA Ámbito Desarrollo de productos turísticos
<p>La diversificación turística hoy en día es indispensable para que los destinos puedan permanecer en los mercados y a su vez que los prestadores puedan ofertar propuestas innovadoras y competitivas. Sin embargo, actualmente de no realizarse las implementaciones necesarias hacia una diversificación y potenciación de aquellos productos más característicos y únicos del territorio, el destino en sí, puede verse enfrentado a una pérdida sustancial en las oportunidades de desarrollo turístico.</p>
Objetivos Estratégicos
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Fomentar el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza y aventura. 2.- Fomentar y potenciar actividades de turismo cultural y gastronómico local. 3.- Implementar acciones que favorezcan la mejora transversal de las condiciones para el desarrollo de productos turísticos.



3.1.5 Promoción Turística.

Ámbito: Promoción	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica en el contexto de la Región del Maule. 2. Corta distancia de los principales puntos de acceso de turistas al país como Santiago y Concepción. 3. Emplazamiento en la ruta del Corredor Bioceánico Paso Pehuenche, conectando directamente con Argentina y a través de ella, a Brasil y Uruguay. 4. Territorio en el que se han registrado periódicamente supuestos avistamientos de OVNIS, lo que supone una oportunidad en la diferenciación y captación de ciertos nichos turísticos o desarrollo de actividades de astroturismo. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de consolidación de las oportunidades del Paso Pehuenche como puerta de entrada de turistas argentinos a Chile. 2. Cambios en las tendencias turísticas que afecten los flujos proyectados. 3. Las tendencias tecnológicas evolucionan con mayor dinamismo que en el pasado constituyendo una amenaza a destinos que no se adaptan. 4. Fortalecimiento de destinos de características similares o aparición de otros nuevos.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La artesanía distintiva de Rari declarada Tesoro Vivo que posiciona al destino con un producto identitario singular a nivel nacional e internacional. 2. Escenario paisajístico de gran valor, con vistas naturales a la Cordillera de los Andes y bosques nativos. 3. Pureza del agua del Lago Colbún, posicionándose como “un lago del sur en la zona central del país”. 4. Fuerte identidad huasa, lo que mantiene las tradiciones folklóricas y la cultura tradicional del país. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de posicionamiento e imagen clara como destino turístico en los canales de comercialización y en los mercados en general. 2. Escasa notoriedad del destino en los mercados. 3. Falta de presencia de marca turística distintiva y representativa. 4. Falta de estrategia y de presencia activa en canales de promoción online y offline.

Síntesis FODA Ámbito Promoción
<p>La promoción turística requiere de un dinamismo y perseverancia para conseguir los resultados esperados en los mercados. Actualmente el territorio requiere de acciones tendientes a la puesta en marcha de un cambio en la manera de promoverse para así poder alcanzar el público objetivo y a su vez, garantizar que las inversiones generales que se realicen, tengan el resultado esperado.</p>
Objetivos Estratégicos
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Creación y puesta en marcha de un plan de difusión de medios digitales y posicionamiento online. 2.- Elaboración y aplicación de un plan de difusión de medios offline. 3.- Desarrollo de acciones promocionales que posicionen al destino en mercado nacional e internacional.



3.2 Visión ZOIT.

Visión ZOIT

Lago Colbún-Rari es una Zona de Interés Turístico posicionada a nivel nacional y en mercados internacionales de proximidad, como un destino accesible, de paisajes precordilleranos donde se vive una experiencia singular a través de actividades de naturaleza y deporte en el Lago Colbún y sus alrededores, se aprecia la artesanía de crin de Rari reconocida mundialmente, y se disfruta de su tranquilidad, termas, gastronomía y tradición huasa.

Es un destino comprometido con la sustentabilidad, la participación activa y comprometida de sus actores, el respeto a la comunidad y que apunta a la diversificación de su oferta a través de nueva infraestructura y mejora de la calidad de los servicios.



4. LÍNEAS DE ACCIÓN PARA EL FOMENTO DEL TURISMO.

A continuación, se presenta el detalle de las actividades especificadas por cada ámbito. Se entiende por mes 1 al mes de inicio de la implementación del Plan de Acción que corresponde al momento de la total tramitación y entrada en vigor de la declaratoria de ZOIT para el territorio. "(Fx)" que acompaña a la línea de acción es significado de número de ficha asignada en punto 5.

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.- Mejorar las condiciones de accesibilidad turística.	1. Desarrollo de sistema de señalética vial de aproximación a sitios de interés. (F1)	Mes 10 a mes 18	MOP – Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$30.000.000.-	FNDR.	Estudio de factibilidad hecho.	Informe en terreno de señalética instalada.
2.- Desarrollar e implementar un sistema de infraestructura pública que permita mejorar la experiencia turística del destino.	2. Creación de miradores. (F2)	Mes 15 a mes 21	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$15.000.000.-	FNDR.	Mirador(es) construido(s).	Informe en terreno de construcción de miradores.
	3. Diseño de espacios que recojan el aspecto ufológico de la zona.	Mes 30 a mes 36	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$10.000.000.-	FNDR.	Espacios ufológicos diseñados.	Informe en terreno de espacios ufológicos diseñados.
	4. Diseño de infraestructura para la gestión de residuos. (F3)	Mes 8 a mes 14	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$40.000.000.-	Municipalidades.	Infraestructura diseñada y puesta en marcha.	Informe en terreno de infraestructura para gestión de residuos diseñada.
	5. Estudio de habilitación de ciclovías. (F4)	Mes 14 a mes 22	MOP – Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$25.000.000.-	MINVU, FNDR, MOP u otro.	Estudio realizado.	Informe en terreno de ciclovía terminada.



	6. Estudio para la construcción de paseo en área de Costanera. (F5)	Mes 15 a mes 22	Municipalidad de Colbún y San Clemente – MOP.	\$12.000.000.-	Municipal, FNDR.	Estudio realizado.	Informe de estudio de costanera paseo hecho.
	7. Estudio para la construcción y habilitación de servicios en área de Costanera.	Mes 26 a mes 32	Municipalidad de Colbún y San Clemente – Privados.	\$12.000.000.-	Municipal, FNDR.	Estudio realizado.	Informe de estudio de servicios para costanera presentado.
	8. Estudio de factibilidad para la implementación de catamarán turístico y de transporte.	Mes 30 a mes 34	Municipalidad de Colbún y San Clemente – Privados.	\$9.000.000.-	Municipal, FNDR.	Estudio realizado.	Informe de estudio de factibilidad realizado.
3.- Generar una red de oficinas de información turística.	9. Red de oficinas de información turística. (F6)	Mes 6 a mes 12	Municipalidad de Colbún y San Clemente – Sernatur.	\$18.000.000.-	FNDR, FRIL.	Oficina(s) instalada(as).	Informe en terreno de oficinas construidas e implementadas.



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.- Implementar programas enfocados a la mejora del capital humano.	1. Capacitación sobre actividades productivas para dinamizar la economía turística local. (F7)	Mes 5 a mes 8	SERCOTEC.	\$5.000.000.-	FNDR, SERCOTEC.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.
	2. Capacitaciones sobre calidad de atención público. (F8)	Mes 8 a mes 10	SERCOTEC - Municipalidad de Colbún y San Clemente – SERNATUR.	\$1.500.000.-	FNDR, SERCOTEC.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.
	3. Capacitación en idioma inglés. (F9)	Mes 16 a mes 20	SERCOTEC - Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$12.000.000.-	FNDR, SERCOTEC.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.
2.- Realizar actividades para fortalecer el compromiso de los prestadores con respecto a los procesos y requerimientos de calidad y sustentabilidad turística.	4. Talleres de Sistema de Sello de Calidad Turística Q. (F10)	Mes 3 a mes 6	SERNATUR.	\$1.500.000.-	SERNATUR.	Taller(es) realizado(s).	Certificación de asistencia a taller.
	5. Talleres de Sistema de Sello de Sustentabilidad Turística S. (F11)	Mes 3 a mes 6	SERNATUR.	\$1.500.000.-	SERNATUR.	Taller(es) realizado(s).	Certificación de asistencia a taller.



3.- Realizar acciones propendientes a la sensibilización de los prestadores turísticos, especialmente del rubro de alojamiento con los parámetros y acortamiento de brechas en materia de gestión sustentable de sus negocios.	6. Capacitación sobre productos turísticos. (F12)	Mes 6 a mes 10	SERNATUR.	\$5.000.000.-	FNDR.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.
	7. Capacitaciones sobre el destino Lago Colbún-Rari. (F13)	Mes 8 a mes 11	SERNATUR.	\$3.000.000.-	FNDR.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.
	8. Capacitación sobre actividades náuticas.	Mes 26 a mes 28	Municipalidad de Colbún y San Clemente – Gobernación Marítima.	\$3.000.000.-	Municipal.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.
	9. Capacitación sobre medios de pago.	Mes 26 a mes 28	Municipalidad Colbún y San Clemente.	\$1.500.000.-	Municipal.	Capacitación(es) hecha(s).	Informe sobre capacitaciones realizadas.



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.- Generar e implementar acciones tendientes al fortalecimiento de la sustentabilidad ambiental y sociocultural del territorio.	1. Generar e implementar plan de reciclaje y residuos. (F14)	Mes 14 a mes 20	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$20.000.000.-	FNDR, Municipalidades.	Plan de reciclaje y gestión de residuos implementado.	Informe realizado.
	2. Generar e implementar plan de conciencia y cultura medioambiental, sociocultural.	Mes 26 a mes 30	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$15.000.000.-	FNDR, Municipalidades.	Plan de conciencia y cultura medioambiental, sociocultural presentado.	Informe realizado.
	3. Rescate de tradiciones y cultura local. (F15)	Mes 16 a mes 20	SERNATUR, CNCA.	\$5.000.000.-	FNDR.	Tradiciones y cultura local potenciada.	Informe de acciones ejecutadas presentado.
	4. Promover políticas de promoción digital vs. "en papel" para los prestadores de servicios turísticos. (F16)	Mes 2 a mes 5	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$1.000.000.-	Municipalidades.	Política de promoción digital creada.	Informe creado. Aplicado en medios.
2.- Realizar acciones que favorezcan la sustentabilidad económica de los emprendimientos, prestadores y el destino turístico en general.	5. Generar normativa y modelo de implementación para señalética comercial identitaria sustentable.	Mes 28 a mes 32	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$15.000.000.-	FNDR.	Normativa hecha y prototipo señalética instalada.	Informe en terreno presentado.
	6. Lograr establecer la mantención de la cota del lago. (F17)	Mes 3 a mes 12	Municipalidad de Colbún y San Clemente – Corporación.	\$700.000.-	Municipalidades.	Acuerdo de estabilidad Cota del lago firmada.	Fotografías e informe periódico realizado.



3.- Poner en marcha actividades orientadas a la mejora de la gobernanza y gestión turística del destino y los prestadores territoriales.	7. Formular cada 2 años evaluación y desarrollo de un nuevo Plan de Acción ZOIT. (F18)	Mes 21 a mes 23	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$8.000.000.-	FNDR.	Nuevo plan de acción formulado.	Presentado ante Subsecretaría de Turismo.
	8. Crear e implementar una Política de Sustentabilidad para el desarrollo de acciones en el marco de la visión del destino. (F19)	Mes 1 a mes 3	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$600.000.-	Municipalidades.	Política de Sustentabilidad implementada.	Manual de política sustentable creado.
	9. Oficina de orientación y jornadas sobre trámites y fomento en materia turística. (F20)	Mes 10 a mes 12	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR, SERCOTEC, CORFO.	\$1.200.000.-	Municipalidades.	Oficina implementada. Talleres realizados.	Informe en terreno presentado.
	10. Jornadas de fortalecimiento de redes comerciales competitivas a nivel local. (F21)	Mes 11 a mes 15	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$8.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Jornadas realizadas.	Informe en terreno presentado.
	11. Presentaciones periódicas de la corporación.	Mes 3 a mes 36	Corporación.	\$3.000.000.-	Municipalidades.	Presentaciones a la comunidad hechas.	Informe en terreno y actas de reuniones presentadas.
	12. Barómetro Turístico y puesta en marcha. (F22)	Mes 2 a mes 15	SERNATUR, Municipalidad de Chanco y Pelluhue.	\$10.000.000.-	FNDR	Implementación de Barómetro con resultados mensuales.	Presentación mensual de batómetro turístico.



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.- Fomentar el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza y aventura.	1. Creación de producto ciclismo mountain bike con circuitos y arriendo. (F23)	Mes 15 a mes 18	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$5.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
	2. Creación de producto turístico de cabalgatas y de actividades náuticas. (F24)	Mes 10 a mes 12	Municipalidad de Colbún y San Clemente, CNCA – Gobernación Marítima.	\$4.000.000.-	Municipalidades.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
	3. Creación de producto senderismo y trekking.	Mes 28 a mes 32	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$6.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
	4. Fomento a la actividad náutica deportiva.	Mes 18 a mes 22	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR – Gobernación Marítima.	\$56.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
2.- Fomentar y potenciar actividades de turismo cultural y gastronómico local.	5. Creación de producto de festividades con identidad local. (F25)	Mes 18 a mes 22	Municipalidad de Colbún y San Clemente, CNCA, SERNATUR.	\$6.000.000.-	Municipalidades.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
	6. Creación del producto e implementación de talleres sobre el crin y tejidos para visitantes.	Mes 33 a mes 36	Municipalidad de Colbún y San Clemente, CNCA, SERNATUR.	\$6.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Talleres realizados.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
	7. Creación de producto sobre gastronomía local.	Mes 33 a mes 36	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$5.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.
	8. Análisis sobre creación de producto en torno a la ufología.	Mes 39 a mes 44	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$6.000.000.-	SERCOTEC, CORFO, FNDR.	Producto turístico creado para implementar en polígono.	Informe técnico del producto turístico a implementar.



3.- Implementar acciones que favorezcan la mejora transversal de las condiciones para el desarrollo de productos turísticos.	9. Análisis e implementación de sistema de arriendo de implementos para actividades de nieve.	Mes 26 a mes 30	Municipalidad de Colbún y San Clemente.	\$3.000.000.-	Municipalidades.	Sistema creado.	Informe sobre la implementación de sistema de arriendo.
3.- Implementar acciones que favorezcan la mejora transversal de las condiciones para el desarrollo de productos turísticos.	10. Señalética para orientar sobre productos turísticos.	Mes 25 a mes 30	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$20.000.000.-	FNDR, GORE, Municipalidades.	Señalética instalada.	Informe en terreno de señalética.



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.- Creación y puesta en marcha de un plan de difusión de medios digitales y posicionamiento online.	1. Creación de web del destino y aplicación para smartphones. (F26)	Mes 6 a mes 10	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$15.000.000.-	FNDR.	Web y App hechas.	Web y app operativas.
	2. Avisaje online/offline en redes sociales, páginas, revistas, entre otras plataformas. (F27)	Mes 4 a mes 23	SERNATUR.	\$150.000.000	FNDR.	Acciones realizadas.	Informe sobre ejecución de campañas promocionales de avisaje.
	3. Desarrollo de estrategias y plataforma web comercial entre y para empresarios. (F28)	Mes 15 a mes 17	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$5.000.000.-	FNDR.	Web comercial implementada.	Web comercial operativa.
2.- Elaboración y aplicación de un plan de difusión de medios offline.	4. Difusión radial sobre el territorio y productos turísticos locales. (F29)	Mes 4 a mes 8	SERNATUR.	\$6.000.000.-	FNDR.	Campaña realizada.	Informe de campaña en radio y mensaje transmitido.
	5. Participación con información sobre el destino en programa de TV. (F30)	Mes 4 a mes 7	SERNATUR.	\$1.000.000.-	FNDR.	Aparición del destino en programa de TV.	Informe de participación en medio TV y material transmitido.
	6. Campaña de tematización sobre el destino en Metro de Santiago. (F31)	Mes 17 a mes 19	SERNATUR.	\$20.000.000.-	FNDR.	Campaña realizada.	Informe en terreno de campaña.



3.- Desarrollo de acciones promocionales que posicionen al destino en mercado nacional e internacional.	7. Participación en ferias y workshops nacionales e internacionales. (F32)	Mes 10 a mes 23	SERNATUR.	\$45.000.000.-	FNDR.	Participación en feria y workshop.	Informe en terreno de feria y workshops asistidos.
	8. Elaboración de nueva folletería. (F33)	Mes 9 a mes 12	Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.	\$6.000.000.-	FNDR.	Tiraje de folletería impreso.	Informe y ejemplares distribuidos.
	9. Análisis y propuesta de desarrollo de marca turística. (F34)	Mes 3 a mes 6	SERNATUR.	\$18.000.000.-	FNDR.	Análisis y propuesta hechos.	Informe de análisis realizado y marca realizada.

5. FICHA DE INICIATIVAS PARA LOS DOS PRIMEROS AÑOS ZOIT

DESARROLLO DE SISTEMA DE SEÑALÉTICA VIAL DE APROXIMACIÓN A SITIOS DE INTERÉS								FICHA	
								1	
1. Descripción de la iniciativa:									
Se requiere trabajo de desarrollo e implementación de señalética vial para ubicación en vías de acceso, de aproximación a los sitios de interés turístico. Esta acción busca la mejora de accesibilidad al destino y sus atractivos en base a su priorización que se elaboraría según la jerarquización de atractivos y revisión de implementación precedentes del proyecto.									
2. Ámbito: PUESTA EN VALOR INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE.									
3. Objetivo estratégico:									
Mejorar las condiciones de accesibilidad turística.									
4. Ubicación:									
Vías de acceso terrestre dentro del polígono ZOIT, próximo a sitios de interés a priorizar.									
5. Beneficiarios:									
Los visitantes, comunidad, prestadores de servicios y municipios del polígono ZOIT.									
6. Factibilidad de implementación:									
Muy Alta		Alta		Media	X	Baja			
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:									
Reuniones de trabajo y coordinación en terreno entre los municipios, MOP y organismos pertinentes a fin de poder conseguir los recursos y desarrollar su implementación.									
8. Inversión estimada:									
\$30.000.000.-									
9. Fuente de financiamiento:									
FNDR.									
10. Fecha de inicio y término:									
Inicio: mes 10 Término: mes 18									
11. Responsable:									
MOP – Municipalidad de Colbún y San Clemente.									

CREACIÓN DE MIRADORES							FICHA
							2
1. Descripción de la iniciativa:							
Diseño y construcción de miradores panorámicos y turísticos para la puesta en valor del entorno natural en torno al Lago Colbún y zonas de atracción paisajística.							
2. Ámbito: PUESTA EN VALOR INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE.							
3. Objetivo estratégico:							
Desarrollar e implementar un sistema de infraestructura pública que permita mejorar la experiencia turística del destino.							
4. Ubicación:							
Zonas naturales cercanos al Lago Colbún y alrededores.							
5. Beneficiarios:							
Se beneficiarán indirectamente los sectores de oferta complementaria, cercanos a los miradores como lo será el rubro gastronómico, hotelero y operadores de turismo, comercio en general y artesanía.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta		Media	X	Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Reuniones y acuerdos entre ambas municipalidades comprometidas en el sector para coordinación y logro de acción en conjunto con el Gobierno Regional a propósito de la obtención del financiamiento. Especial atención tendrá el aspecto de búsqueda de espacios de instalación de acuerdo a la propiedad y fines de los terrenos.							
8. Inversión estimada:							
\$15.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 15 Término: mes 21							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

DISEÑO DE INFRAESTRUCTURA PARA LA GESTIÓN DE RESIDUOS							FICHA
							3
1. Descripción de la iniciativa: Diseño para la implementación de infraestructura necesaria para la gestión de residuos y clasificación de material reciclable acumulado. El financiamiento dependerá de la contribución de las municipalidades involucradas en el polígono.							
2. Ámbito: PUESTA EN VALOR INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE.							
3. Objetivo estratégico: Desarrollar e implementar un sistema de infraestructura pública que permita mejorar la experiencia turística del destino.							
4. Ubicación: Su ubicación será estratégica para no alterar el entorno ecológico y natural, beneficiando a todos los sectores inmersos en el polígono.							
5. Beneficiarios: Todos los actores locales beneficiados.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta		Media	X	Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Será necesario reuniones entre municipios, acuerdos y asesoría técnica para estudios pertinentes de tratamiento de residuos e ingeniería para el logro de esta acción, como también los consensos con la comunidad respectivos sobre la ubicación específica del recinto.							
8. Inversión estimada: \$40.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: Municipalidades.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 8 Término: mes 14							
11. Responsable: Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

ESTUDIO DE HABILITACIÓN DE CICLOVÍAS							FICHA 4
1. Descripción de la iniciativa: Acción para la implementación de vías para ciclistas en zonas urbanas, en una primera etapa, la que podría extenderse a zonas de acercamiento a atractivos de interés turístico.							
2. Ámbito: PUESTA EN VALOR INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE.							
3. Objetivo estratégico: Desarrollar e implementar un sistema de infraestructura pública que permita mejorar la experiencia turística del destino.							
4. Ubicación: Zonas urbanas del territorio ZOIT							
5. Beneficiarios: Sector urbano en general							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta		Media	X	Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Reuniones entre los posibles responsables (MINVU, MOP y Municipios) para diseño estratégico e implementación de ciclovías. El financiamiento podrá ser de organismos públicos como el MINVU, FNDR, MOP u otro.							
8. Inversión estimada: \$25.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: MINVU, FNDR, MOP u otro.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 14 Término: mes 22							
11. Responsable: MOP – Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

ESTUDIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PASEO EN ÁREA DE COSTANERA							FICHA
							5
1. Descripción de la iniciativa:							
Estudios iniciales de diseño y factibilidad para la construcción de paseo peatonal en costanera del borde Lago Colbún.							
2. Ámbito: PUESTA EN VALOR INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE.							
3. Objetivo estratégico:							
Desarrollar e implementar un sistema de infraestructura pública que permita mejorar la experiencia turística del destino.							
4. Ubicación:							
Sector de costanera Lago Colbún							
5. Beneficiarios:							
Actores privados pertenecientes al rubro turístico (hotelero, tour operadores, artesanos). Indirectamente a oferta complementaria y el comercio.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta		Media	X	Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Reuniones entre los posibles responsables (Municipios y MOP) para diseño y factibilidad en la construcción de paseo turístico.							
El financiamiento podrá facilitarse por medio de un FNDR y aportes municipales.							
8. Inversión estimada:							
\$12.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
Municipal, FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 15 Término: mes 22							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente – MOP.							



RED DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.							FICHA
							6
1. Descripción de la iniciativa:							
Implementación de red de oficinas de información turística ubicadas en zonas estratégicas cercanas a puntos de visita y/o accesos principales al polígono para la introducción al territorio, muestra de oferta turística disponible y asistencia para reservas y recomendaciones de servicios de la red de empresarios pertenecientes al polígono ZOIT.							
2. Ámbito: PUESTA EN VALOR INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE.							
3. Objetivo estratégico:							
Generar una red de oficinas de información turística.							
4. Ubicación:							
Sector de acceso a la ZOIT y centros urbanos a definir.							
5. Beneficiarios:							
Directamente se beneficia a los actores involucrados en prestar servicios de turismo como lo es alojamiento, tour operadores locales, artesanos, entre otros. Por otro lado, al turista que visita la ZOIT. Indirectamente a la oferta complementaria como la gastronomía, transporte, comerciantes, etc. Asimismo, entre los principales beneficiarios están los propios visitantes de la zona.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Las municipalidades en conjunto con SERNATUR coordinarán reuniones para definir puntos estratégicos, financiamiento, material gráfico y contenidos para la implementación de OIT. El proyecto busca financiamiento público por medio de fondos de Gobierno Regional para lo cual se requerirá la coordinación con este organismo con especial atención.							
8. Inversión estimada:							
\$18.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
FNDR, FRIL.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 6 Término: mes 12							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente – SERNATUR.							

CAPACITACIÓN SOBRE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS PARA DINAMIZAR LA ECONOMÍA TURÍSTICA LOCAL								FICHA
								7
1. Descripción de la iniciativa:								
Desarrollo de capacitaciones de actividades productivas para la dinamización turística local y su economía. El objetivo es entregar las herramientas necesarias a los empresarios y principales actores locales para un mejor aprovechamiento de sus actividades en términos de productos como lo son los tour operadores, artesanos, hoteleros, restaurantes, etc.								
2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.								
3. Objetivo estratégico:								
Implementar programas enfocados a la mejora del capital humano.								
4. Ubicación:								
Alcanza a todos los empresarios envueltos en la actividad turística del territorio de la ZOIT.								
5. Beneficiarios:								
Artesanos, tour operadores, hotelería y restaurantes								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
La Gobernanza deberá gestionar con SERCOTEC el poder implementar las rondas de capacitaciones para los distintos sectores del turismo. Se deberán organizar por tipo de actividad y ajustar los plazos para organizar días, lugar y respectivas convocatorias. Se pretende un financiamiento público para este proyecto proveniente de SERCOTEC o mediante la coordinación y gestión ante Gobierno Regional.								
8. Inversión estimada:								
\$5.000.000.-								
9. Fuente de Financiamiento:								
FNDR, SERCOTEC.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 5 Término: mes 8								
11. Responsable:								
SERCOTEC.								

CAPACITACIONES SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN PÚBLICO							FICHA
							8
1. Descripción de la iniciativa: Capacitaciones enfocadas a la mejora de la calidad que brinda el sector terciario de servicios a turistas y clientes en general. El objetivo es transmitir los conocimientos e importancia de una buena calidad de atención que debe brindar el comercio y los servicios para los visitantes y clientes en general.							
2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.							
3. Objetivo estratégico: Implementar programas enfocados a la mejora del capital humano.							
4. Ubicación: Alcanza a todos los empresarios envueltos en la atención al cliente del territorio de la ZOIT.							
5. Beneficiarios: Comercio en general, incluyendo a los enfocados en el turismo.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Por medio de las Municipalidades y con apoyo de Gobierno Regional, SERCOTEC y SERNATUR, se podrá coordinar la gestión de fondos para la organización de charlas o jornadas de capacitación sobre calidad de atención al público.							
8. Inversión estimada: \$1.500.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: FNDR, SERCOTEC.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 8 Término: mes 10							
11. Responsable: SERCOTEC -Municipalidad de Colbún y San Clemente – SERNATUR.							

CAPACITACIÓN EN IDIOMA INGLÉS							FICHA
							9
<p>1. Descripción de la iniciativa:</p> <p>Capacitaciones enfocadas a la mejora y/o nociones básicas del idioma inglés, necesario para el sector terciario de servicios a turistas de no habla castellana. El objetivo es transmitir los conocimientos e importancia de poder comunicarse con el turista, dándole un sentido de hospitalidad y destino mejor preparado para el recibimiento de este grupo de personas extranjeras.</p>							
<p>2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.</p>							
<p>3. Objetivo estratégico:</p> <p>Implementar programas enfocados a la mejora del capital humano.</p>							
<p>4. Ubicación:</p> <p>Alcanza a todos los empresarios envueltos en la atención al turista extranjero de no habla castellana que visita el territorio de la ZOIT.</p>							
<p>5. Beneficiarios:</p> <p>Comercio enfocado a la atención de turistas receptivos.</p>							
<p>6. Factibilidad de implementación:</p>							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
<p>7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:</p> <p>Para la búsqueda de financiamiento se gestionarán acciones con el Gobierno Regional y SERCOTEC a través de los municipios y poder implementar la organización de jornadas de capacitación sobre idioma inglés técnico del lenguaje turístico.</p>							
<p>8. Inversión estimada:</p> <p>\$12.000.000.-</p>							
<p>9. Fuente de Financiamiento:</p> <p>FNDR, SERCOTEC.</p>							
<p>10. Fecha de inicio y término:</p> <p>Inicio: mes 16 Término: mes 20</p>							
<p>11. Responsable:</p> <p>SERCOTEC - Municipalidad de Colbún y San Clemente.</p>							

TALLERES DE SISTEMA DE SELLO DE CALIDAD TURÍSTICA Q							FICHA	
							10	
1. Descripción de la iniciativa:								
Talleres para la importancia hacia los empresarios turísticos para la certificación de Sello Q de Calidad Turística. El objetivo es entregar las herramientas y asistencia necesaria a los empresarios turísticos para el conocimiento, entendimiento y postulación para obtención de Sello Q otorgado por SERNATUR.								
2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.								
3. Objetivo estratégico:								
Realizar actividades para fortalecer el compromiso de los prestadores con respecto a los procesos y requerimientos de calidad y sustentabilidad turística.								
4. Ubicación:								
Empresarios pertenecientes del polígono ZOIT y que sean del rubro de alojamiento, turismo de aventura y la tour operación de servicios.								
5. Beneficiarios:								
Directamente a empresarios turísticos de hoteles, turismo de aventura y tour operadores locales.								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
Coordinación con SERNATUR para poder desarrollar, implementar y organizar y convocar a los actores claves para la ejecución de talleres.								
8. Inversión estimada:								
\$1.500.000.-								
9. Fuente de financiamiento:								
SERNATUR.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 3 Término: mes 6								
11. Responsable:								
SERNATUR.								

TALLERES DE SISTEMA DE SELLO DE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA S							FICHA
							11
<p>1. Descripción de la iniciativa:</p> <p>Talleres para la importancia hacia los empresarios turísticos para la certificación de Sello S de Sustentabilidad Turística. El objetivo es entregar las herramientas y asistencia necesaria a los empresarios turísticos para el conocimiento, entendimiento y formas de postulación para obtención de Sello S.</p>							
<p>2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.</p>							
<p>3. Objetivo estratégico:</p> <p>Realizar actividades para fortalecer el compromiso de los prestadores con respecto a los procesos y requerimientos de calidad y sustentabilidad turística.</p>							
<p>4. Ubicación:</p> <p>Empresarios pertenecientes del polígono ZOIT y que sean del rubro de alojamiento.</p>							
<p>5. Beneficiarios:</p> <p>Directamente a empresarios turísticos de alojamiento.</p>							
<p>6. Factibilidad de implementación:</p>							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
<p>7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:</p> <p>Coordinación con SERNATUR para poder desarrollar, implementar y organizar y convocar a los actores claves para la ejecución de talleres.</p>							
<p>8. Inversión estimada:</p> <p>\$1.500.000.-</p>							
<p>9. Fuente de Financiamiento:</p> <p>SERNATUR.</p>							
<p>10. Fecha de inicio y término:</p> <p>Inicio: mes 3 Término: mes 6</p>							
<p>11. Responsable:</p> <p>SERNATUR.</p>							

CAPACITACIÓN SOBRE PRODUCTOS TURÍSTICOS							FICHA 12
<p>1. Descripción de la iniciativa: Los productos turísticos corresponden a aquellos bienes y servicios que forman parte de la oferta turística, estos productos turísticos requieren especializarse y diversificarse en respuesta a las nuevas necesidades del mercado. Esto, porque las expectativas de los turistas son cada vez más específicas y exigentes: ellos buscan vivir experiencias únicas, significativas y auténticas; frente a lo cual, el diseño de productos turísticos integrados, innovadores y sustentables es fundamental.</p> <p>De acuerdo a lo anterior es necesario generar capacidades en los empresarios turísticos cual es el enfoque que se le debe dar a los productos turísticos locales, tratando de cumplir con las necesidades de los visitantes que acuden al destino y que sean capaces de implementarse en el polígono.</p>							
<p>2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.</p>							
<p>3. Objetivo estratégico: Realizar acciones propendientes a la sensibilización de los prestadores turísticos, especialmente del rubro de alojamiento con los parámetros y acortamiento de brechas en materia de gestión sustentable de sus negocios.</p>							
<p>4. Ubicación: El desarrollar esta capacitación, el alcance territorial será sobre la totalidad del polígono ya que se involucraría a los prestadores de servicios turísticos como alojamiento, gastronomía, tour operadores, entre otros.</p>							
<p>5. Beneficiarios: Los principales actores beneficiados con esta acción serían los empresarios de servicios turísticos de la zona, como alojamiento, gastronomía, tour operadores, artesanos, etc.</p>							
<p>6. Factibilidad de implementación:</p>							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
<p>7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Para la correcta realización de la capacitación sobre productos turísticos, será necesario trabajar en conjunto con los municipios involucrados en el destino, cámaras y agrupaciones de empresarios, con el objeto de abordar la mayoría de los prestadores de servicios turísticos. Además, considerando que Sernatur estará involucrado en las capacitaciones el apoyo en convocatoria estaría reforzada por la institución y los espacios necesarios para la realización y cumplimiento del objetivo principal. Asimismo, dado el fondo del financiamiento se deberá conseguir su aprobación vía fuente FNDR mediante el Gobierno Regional.</p>							
<p>8. Inversión estimada: \$5.000.000.-</p>							
<p>9. Fuente de Financiamiento: FNDR.</p>							
<p>10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 6 Término: mes 10</p>							
<p>11. Responsable: SERNATUR.</p>							

CAPACITACIONES SOBRE EL DESTINO LAGO COLBÚN-RARI							FICHA
							13
1. Descripción de la iniciativa:							
<p>El conocimiento de los atractivos turísticos de un destino, es primordial para poder potenciar su desarrollo, ya que esto permite generar una identidad local que ayudará a los empresarios a preparar para los visitantes experiencias diferenciadores del territorio.</p> <p>Dado a lo anterior, el realizar la capacitación sobre el destino de Lago Colbún-Rari generará una conciencia entre los beneficiarios sobre los recursos y productos, lo que generará de manera más profunda y concreta la transmisión de dicha información a los visitantes actuales y potenciales.</p>							
2. Ámbito: CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO.							
3. Objetivo estratégico:							
Realizar acciones propendientes a la sensibilización de los prestadores turísticos, especialmente del rubro de alojamiento con los parámetros y acortamiento de brechas en materia de gestión sustentable de sus negocios.							
4. Ubicación:							
El desarrollar esta capacitación, el alcance territorial será sobre la totalidad del polígono ya que se involucraría a los prestadores de servicios turísticos como alojamiento, gastronomía, tour operadores, entre otros.							
5. Beneficiarios:							
Los principales actores beneficiados con esta acción serían los empresarios de servicios turísticos de la zona, como alojamiento, gastronomía, tour operadores, artesanos, etc., además de los equipos municipales de las unidades de turismo.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
<p>Para la correcta realización de la capacitación sobre el destino, será necesario en primer lugar, la obtención de los recursos para la ejecución con apoyo de SERNATUR, junto con trabajar cohesionado con los municipios involucrados en el destino, cámaras y agrupaciones de empresarios, de esta forma y reforzando la convocatoria con las instituciones, se lograría el objetivo principal de la capacitación del destino de Lago Colbún-Rari. Dado el fondo del financiamiento se deberá conseguir su aprobación vía fuente FNDR mediante el Gobierno Regional.</p>							
8. Inversión estimada:							
\$3.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 8 Término: mes 11							
11. Responsable:							
SERNATUR.							

GENERAR E IMPLEMENTAR PLAN DE RECICLAJE Y RESIDUOS								FICHA
								14
1. Descripción de la iniciativa:								
<p>El generar e implementar un plan de reciclaje y residuos en la ZOIT entregará un valor agregado al destino gracias al fortalecimiento de la sustentabilidad ambiental y sociocultural del territorio, entregando una extensión del ciclo de vida del destino en los mercados.</p> <p>La implementación requerirá de estudios de factibilidad, para lograr el objetivo principal que es generar acciones tendientes a implementar un Plan de Reciclaje y Residuos impulsando la sustentabilidad ambiental del territorio.</p>								
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.								
3. Objetivo estratégico:								
Generar e implementar acciones tendientes al fortalecimiento de la sustentabilidad ambiental y sociocultural del territorio.								
4. Ubicación:								
El desarrollar esta implementar plan de reciclaje y residuos, el alcance territorial será en la totalidad del polígono.								
5. Beneficiarios:								
Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que favorecerían a los empresarios, municipalidades, agrupaciones, comunidad y a los visitantes.								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta		Alta		Media	X	Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
<p>La acción de generar e implementar un plan de reciclaje y residuos en la ZOIT requerirá de análisis de factibilidad de realización de éste. Una vez determinado se deberá realizar una Mesa de Trabajo Público-Privada con los actores claves que estén involucrados como municipios, cámaras, agrupaciones, servicios de turismo y comunidad (a través de las juntas de vecinos). Esta mesa permitirá comunicar e involucrar a los actores claves en cada una de las acciones a realizar para la implementación. De esta manera se generará una conciencia general de las acciones realizadas con el fin de tener un destino turístico sustentable. Dado el financiamiento propuesto, se requerirá de las gestiones municipales ante el Gobierno Regional para la obtención de fondos necesarios.</p>								
8. Inversión estimada:								
\$20.000.000.-								
9. Fuente de Financiamiento:								
FNDR, Municipalidades.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 14 Término: mes 20								
11. Responsable:								
Municipalidad de Colbún y San Clemente.								

RESCATE DE TRADICIONES Y CULTURA LOCAL							FICHA
							15
1. Descripción de la iniciativa: Para un destino turístico con tradiciones y cultura local identitaria es relevante lograr generar y potenciar esa identidad local entre toda la comunidad y actores del turismo. Esto se pretende lograr con capacitaciones que trasmitan a los beneficiarios cada una de las tradiciones, para luego ponerlas en práctica. Para ello es importante poder contar con la comunidad local, que pueda transmitir las costumbres, tradiciones y orígenes de la cultura local. De esta forma los visitantes podrán experimentar de una manera diferenciadora el destino otorgando un valor agregado al servicio que se entrega y a la experiencia del visitante.							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.							
3. Objetivo estratégico: Generar e implementar acciones tendientes al fortalecimiento de la sustentabilidad ambiental y sociocultural del territorio.							
4. Ubicación: El desarrollo de la actividad se establece para la totalidad del área abarcada por el polígono.							
5. Beneficiarios: Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que afectarían a los empresarios, municipalidades, agrupaciones, comunidad y los visitantes.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que beneficiarían a los empresarios, micro empresarios, municipalidades, agrupaciones y comunidad. Es por ello que será necesario involucrar a cada uno de ellos a reuniones participativas y prácticas donde puedan coordinar y recibir las tradiciones, pudiendo rescatar cada una de ellas y transmitir las al resto de la comunidad, pudiendo generar un involucramiento de todos los actores haciéndolos partícipes de las tradiciones locales. Para el trabajo en esta materia será indispensable la colaboración a conseguir junto con SERNATUR y CNCA a fin de la obtención del financiamiento y las labores del rescate cultural y de tradiciones para fines de la actividad turística local y la sustentabilidad sociocultural del territorio.							
8. Inversión estimada: \$5.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: FNDR.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 16 Término: mes 20							
11. Responsable: SERNATUR, CNCA.							

PROMOVER POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DIGITAL VS. "EN PAPEL" PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS							FICHA
							16
1. Descripción de la iniciativa: Las acciones de promoción son un canal de difusión, sin embargo, dadas las tendencias actuales y los beneficios territoriales en cuanto a políticas de sustentabilidad, en el destino es relevante crear incentivos de promoción digital de los prestadores de servicios turísticos como parte de los compromisos con el medioambiente y la economización de la difusión en sí. La difusión digital permite transmitir mayor de manera integral las características del territorio complementando con todas las herramientas existentes de comunicación (imágenes, audio, experiencias, redes sociales, etc.) además de aportar de esta forma a la sustentabilidad de destino Lago Colbún-Rari.							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.							
3. Objetivo estratégico: Generar e implementar acciones tendientes al fortalecimiento de la sustentabilidad ambiental y sociocultural del territorio.							
4. Ubicación: El desarrollo de políticas de promoción digital, el alcance territorial será para la totalidad del polígono.							
5. Beneficiarios: Los principales actores beneficiados con esta acción serían los empresarios de servicios turísticos de la zona, como alojamiento, gastronomía, tour operadores, artesanos, pero también los municipios como difusores del turismo del territorio.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: La realización de política de incentivo de material digital requerirá de incorporar como actor clave al municipio, quien pueda dirigir los lineamientos institucionales del territorio a intervenir. Junto con ello, se requerirá de un diseñador gráfico que pueda elaborar las sugerencias y orientaciones de política para el material digital de acuerdo a los lineamientos establecidos. Es importante considerar la utilización de un banco fotográfico que pueda complementar el material a elaborar.							
8. Inversión estimada: \$1.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: Municipalidades.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 2 Término: mes 5							
11. Responsable: Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

LOGRAR ESTABLECER LA MANTENCIÓN DE LA COTA DEL LAGO							FICHA
							17
1. Descripción de la iniciativa:							
El lago Colbún constituye el mayor embalse artificial en Chile y el mayor lago de la zona central del país. Es por ello que es esencial poder asegurar una cota mínima del lago para que este pueda ser ampliamente utilizado para la práctica de deportes náuticos y la variedad de actividades que la zona ofrece.							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.							
3. Objetivo estratégico:							
Realizar acciones que favorezcan la sustentabilidad económica de los emprendimientos, prestadores y el destino turístico en general.							
4. Ubicación:							
El establecer la cota del lago, el alcance territorial será para la totalidad del polígono.							
5. Beneficiarios:							
Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que afectarían a los empresarios, municipalidades, agrupaciones, comunidad y visitantes.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Para el logro de la acción será indispensable el trabajo desde la Gobernanza dirigida por los Municipios con la empresa Colbún S.A. a fin de poder definir la cota de agua que sería aplicable, en particular, en el período estival dado que es el principal recurso para la atracción turística entendiéndose que, por sobre todo, actualmente 1 de cada 3 turistas que visita la región recorre este territorio.							
8. Inversión estimada:							
\$700.000.-							
9. Fuente de financiamiento:							
Municipalidades.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 3 Término: mes 12							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente – Corporación.							

FORMULAR CADA 2 AÑOS EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE UN NUEVO PLAN DE ACCIÓN ZOIT							FICHA
							18
1. Descripción de la iniciativa: Para mantener la declaratoria de Zona de Interés Turístico se plantea la necesidad de realizar cada 2 años una evaluación y desarrollo de un nuevo plan de acción ZOIT, que vaya complementando las acciones que se encuentren en desarrollo y éstas complementarlas con nuevos objetivos que vayan enfocadas a la potenciación del destino y su sustentabilidad. Para ello será necesario hacer una evaluación inicial de la situación del territorio para luego poder definir las líneas de intervención en la segunda etapa.							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.							
3. Objetivo estratégico: Poner en marcha actividades orientadas a la mejora de la gobernanza y gestión turística del destino y los prestadores territoriales.							
4. Ubicación: El desplegar una evaluación y desarrollo de un nuevo plan de acción ZOIT, el alcance territorial será para la totalidad del polígono.							
5. Beneficiarios: Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que afectarían a los empresarios, municipalidades, gobernación, agrupaciones y la comunidad.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: La evaluación y desarrollo de un nuevo plan de acción ZOIT, involucrará a los mismos actores participantes del presente estudio, es decir, municipios, empresarios, emprendedores, agrupaciones, juntas de vecinos, cámaras, etc. De esta forma todos los actores serán partícipes de la evaluación y el desarrollo de las nuevas acciones a plantear. Como primera etapa será necesario hacer una evaluación inicial de la situación del territorio para luego en la segunda etapa poder definir las líneas de intervención en el territorio, que complementen y mejoren las iniciarles. Asimismo, dada la naturaleza del financiamiento, se requerirán de las gestiones con el Gobierno Regional para poder obtener los fondos necesarios. Cabe destacar que la acción queda vinculada a las orientaciones que desde SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo puedan irse emanando respecto a la implementación de los primeros dos años del territorio ZOIT Lago Colbún-Rari.							
8. Inversión estimada: \$8.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: FNDR.							

**10. Fecha de inicio y término:**

Inicio: mes 21 Término: mes 23

11. Responsable:

Municipalidad de Colbún y San Clemente.

CREAR E IMPLEMENTAR UNA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES EN EL MARCO DE LA VISIÓN DEL DESTINO							FICHA
							19
1. Descripción de la iniciativa:							
La acción de crear e implementar una política para el desarrollo de acciones será enfocada a la sustentabilidad del territorio, considerando la participación activa y comprometida de sus actores, todos enfocados en el destino sustentable y considerando la habilitación de nueva infraestructura y mejora de la calidad de los servicios siempre teniendo como premisa la visión establecida al año 2022. Para ello, será necesario la definición de la política sobre la implementación de acciones que deberá ser acordada por los actores de la Gobernanza.							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.							
3. Objetivo estratégico:							
Poner en marcha actividades orientadas a la mejora de la gobernanza y gestión turística del destino y los prestadores territoriales.							
4. Ubicación:							
El crear e implementar una política de sustentabilidad, el alcance territorial será en la totalidad del polígono.							
5. Beneficiarios:							
Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que afectarían a los empresarios, municipalidades, agrupaciones, comunidad, etc.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
A través de las gestiones de los municipios involucrados y responsables de la acción, se realizará en primera instancia el levantamiento de la política entre los participantes de la Gobernanza quienes se comprometerán que las acciones a realizar para la ZOIT siempre tendrán en consideración y máxima la visión establecida para el 2022.							
La política deberá definir los mecanismos de revisión de que las acciones y la forma de su implementación garanticen el cumplimiento de los propósitos, aportes a conseguir los objetivos cuantitativos y por sobre todo que se resguarde el alcance de la visión del destino.							
8. Inversión estimada:							
\$600.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
Municipalidades.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 1 Término: mes 3							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

OFICINA DE ORIENTACIÓN Y JORNADAS SOBRE TRÁMITES Y FOMENTO EN MATERIA TURÍSTICA							FICHA 20
<p>1. Descripción de la iniciativa: Para lograr apoyar a la comunidad emprendedora y empresarios sobre el turismo, es que se plantea la creación de una oficina de orientación y jornadas sobre trámites y fomento en materia turística donde se pueda entregar información sobre financiamientos existentes para el turismo, trámites (patentes, permisos, autorizaciones) y orientaciones necesarias para la industria del turismo. Esto se verá acompañado a través de jornadas de capacitación para transmitir conocimientos sobre los procesos administrativos existentes, facilitando los trámites que los beneficiarios requieran realizar. Los municipios serán los responsables del cumplimiento de los objetivos de la iniciativa.</p>							
<p>2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.</p>							
<p>3. Objetivo estratégico: Poner en marcha actividades orientadas a la mejora de la gobernanza y gestión turística del destino y los prestadores territoriales.</p>							
<p>4. Ubicación: El desarrollo de una oficina de orientación y jornadas sobre trámites y fomento en materia turística, el alcance territorial será para la totalidad del polígono, no obstante, se elegirá un recinto municipal para su ejecución.</p>							
<p>5. Beneficiarios: Los principales actores beneficiados con esta acción serán los emprendedores y empresarios de servicios turísticos de la ZOIT.</p>							
<p>6. Factibilidad de implementación:</p>							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
<p>7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: A través de una mesa de trabajo de los municipios se verán las opciones de financiamiento para la realización de las jornadas de capacitación sobre los procesos administrativos para los tramites enfocados en turismo, esto se complementará con asesorías a empresarios sobre las líneas de financiamientos existentes en el área de turismo de organismos públicos y privados, facilitando las herramientas necesarias en conocimientos para que los involucrados puedan postular.</p>							
<p>8. Inversión estimada: \$1.200.000.-</p>							
<p>9. Fuente de Financiamiento: Municipalidades.</p>							
<p>10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 10 Término: mes 12</p>							
<p>11. Responsable: Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR, SERCOTEC, CORFO.</p>							

JORNADAS DE FORTALECIMIENTO DE REDES COMERCIALES COMPETITIVAS A NIVEL LOCAL							FICHA
							21
1. Descripción de la iniciativa:							
<p>El desarrollo de jornadas de fortalecimiento de redes comerciales competitivas a nivel local entregará a los empresarios poder desarrollar mecanismos de acción conjunta y cooperación empresarial, que contribuyen a que las empresas mejoren su posición en el mercado, brindando una estructura más sólida y competitiva. Las empresas que trabajan de manera conjunta cuentan con mayores oportunidades de acceso a servicios, compra de insumos, comercialización y financiamiento abriendo sus horizontes al generar los lazos comerciales entre ellos y poder entregar un servicio integral a los visitantes, potenciando el destino turístico de Lago Colbún-Rari.</p>							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO.							
3. Objetivo estratégico:							
Poner en marcha actividades orientadas a la mejora de la gobernanza y gestión turística del destino y los prestadores territoriales.							
4. Ubicación:							
El desarrollo de jornadas de fortalecimiento de redes comerciales competitivas a nivel local, el alcance territorial será para la totalidad del polígono.							
5. Beneficiarios:							
Los principales beneficiarios de la acción serán los sectores de servicios turísticos como alojamiento, gastronomía, tour operadores, artesanos, entre otros.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
<p>La acción principal requerirá de la participación de los empresarios del territorio quienes concretarán entre ellos los acuerdos comerciales, sin embargo, será necesario de la intervención de organismos públicas regionales y centrales para la financiación y acción municipal el generar las instancias para que los empresarios conozcan los servicios turísticos que cada uno ofrece. Esto se podrá realizar a través de visitas de familiarización, ruedas de negocios, donde se pueda cumplir el objetivo de generar el fortalecimiento de redes comerciales entre los involucrados.</p>							
8. Inversión estimada:							
\$8.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
SERCOTEC, CORFO, FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 11 Término: mes 15							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

BARÓMETRO TURÍSTICO Y PUESTA EN MARCHA							FICHA
							22
1. Descripción de la iniciativa: El barómetro turístico es un indicador periódico que permite una medición cuantitativa y cualitativa del visitante y/o turista en el área comprometida a la ZOIT. Los sitios de medición se definirán en el proceso considerando establecimientos debidamente registrados en Sernatur. Este instrumento permitirá una mejor toma de decisiones sobre el destino considerando el comportamiento, entre otras características importantes que servirán como datos y estadísticas del destino.							
2. Ámbito: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO							
3. Objetivo estratégico: Desarrollar actividades para el fortalecimiento de la gobernanza y la gestión turística local.							
4. Ubicación: El desarrollo de la actividad se establece para la totalidad del área abarcada por el polígono. Se definirá en el proceso la consideración de puntos para toma de informaciones al turista.							
5. Beneficiarios: Los actores beneficiados con esta acción son transversales, ya que afectarían a los empresarios, municipalidades, agrupaciones, comunidad y los visitantes.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: Reuniones para la coordinación en terreno entre los responsables involucrados.							
8. Inversión estimada: \$10.000.000.-							
9. Fuente de financiamiento: FNDR.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 2 Término: mes 15							
11. Responsable: SERNATUR, Municipalidad de Colbún y San Clemente.							

CREACIÓN DE PRODUCTO CICLISMO MOUNTAIN BIKE CON CIRCUITOS Y ARRIENDO							FICHA
							23
1. Descripción de la iniciativa:							
<p>Con el objetivo de generar una oferta turística diversa y enfocada a actividades de turismo de naturales y aventura es que se realizarán la generación de este nuevo producto turístico de Ciclismo Mountain Bike, el cuál considerará circuitos definidos y empresas que otorguen el arriendo de las bicicletas y los equipos necesarios para realizar el deporte. Con ello se promoverá el destino de naturaleza y la aventura en Lago Colbún-Rari. Para lograr el objetivo principal será necesario concretar acuerdos con empresas de tour operación y/o potenciales emprendedores y con las autoridades locales relacionadas para la generación del circuito.</p>							
2. Ámbito: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.							
3. Objetivo estratégico:							
Fomentar el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza y aventura.							
4. Ubicación:							
El alcance territorial será acotado a los circuitos que se definan.							
5. Beneficiarios:							
Los principales beneficiarios serán los tour operadores, que podrán ofrecer una oferta complementaria a sus servicios actuales.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
<p>Los actores claves principalmente de la generación del producto turístico con el municipio y las entidades que permitan el poder financiar un circuito turístico por el territorio, tales como SERCOTEC, CORFO, el Gobierno Regional, aportando al desarrollo del producto y circuitos necesarios para desarrollar la actividad. Posterior a ello será necesario concretar acuerdos con empresas de tour operación y/o potenciales emprendedores para la comercialización del circuito turístico en mountain bike y el arriendo de los equipamientos necesarios para realizar la actividad.</p>							
8. Inversión estimada:							
\$5.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
SERCOTEC, CORFO, FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 15 Término: mes 18							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.							

CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO DE CABALGATAS Y DE ACTIVIDADES NÁUTICAS							FICHA
							24
1. Descripción de la iniciativa:							
Este producto turístico responde a la sustentabilidad del territorio, porque no requiere de ninguna infraestructura invasiva o cambio de paisaje, más bien, es requerido, para la implementación de cabalgatas, la conservación de caminos y atractivos naturales. Para las actividades náuticas es importante promover el cuidado del recurso hídrico para el desarrollo adecuado de actividades en el Lago Colbún y alrededores. Es importante para esta acción que exista capital humano, como guías turísticos y especialistas en deportes de aventura, que puedan proponer rutas, ejecución y cuidado de cada producto turístico usando el recurso de la naturaleza. El producto de cabalgatas se puede articular con tradiciones huasas y la cultura en torno a la naturaleza y las actividades náuticas al incentivo del uso del lago, la actividad física y eventos deportivos programables.							
2. Ámbito: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.							
3. Objetivo estratégico:							
Fomentar el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza y aventura.							
4. Ubicación:							
Lugares de naturaleza, previo estudio o criterio de impacto, capacidad de carga y senderos habilitados.							
5. Beneficiarios:							
Directamente a empresarios del eco-turismo e indirectamente a su oferta complementaria de servicios.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Este proyecto requerirá la implementación de capacitaciones a tour operadores y guías turísticos para concordar nuevas y mejores rutas de cabalgatas, con enseñanza de relato turístico del destino.							
8. Inversión estimada:							
\$4.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
Municipalidades.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 10 Término: mes 12							
11. Responsable:							
Municipalidad de Colbún y San Clemente, CNCA – Gobernación Marítima.							

CREACIÓN DE PRODUCTO DE FESTIVIDADES CON IDENTIDAD LOCAL							FICHA
							25
1. Descripción de la iniciativa: Las festividades ya son una tradición en el territorio, lo que falta es articular la oferta turística para poder calendarizar, promocionar y comercializar estos eventos culturales. Se deben estructurar distintas propuestas de viajes de naturaleza y culturales que comprendan las festividades locales. En este sentido, el producto ya está formado, pero en una etapa que se debe estructurar y proponer acciones de marketing para lograr la visita de más turistas.							
2. Ámbito: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.							
3. Objetivo estratégico: Fomentar y potenciar actividades de turismo cultural y gastronómico local.							
4. Ubicación: Para su facilitación de implementación, el producto puede ubicarse en sectores urbanos. Se podrá realizar en zonas rurales para mayor sentido del producto. Involucra a toda la ZOIT y deseablemente la región y el resto del país.							
5. Beneficiarios: Directamente a la economía de la ZOIT al ser un evento de atracción de público de otros sectores fuera del polígono. Indirectamente beneficia a la región del Maule.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: En este proyecto se debe articular la oferta y hacer una fuerte campaña de promoción con inversión pública-privada del producto de festividades. Se deben tomar acuerdos previos de trabajo con la municipalidad involucrada y con los organizadores del evento. Se deben promocionar a través de las redes sociales, páginas web y la creación de un calendario de festividades culturales, con las estructuraciones de alternativas de los tour operadores para el incentivo del viaje.							
8. Inversión estimada: \$6.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: Municipalidades.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 18 Término: mes 22							
11. Responsable: Municipalidad de Colbún y San Clemente, CNCA, SERNATUR.							

CREACIÓN DE WEB DEL DESTINO Y APLICACIÓN PARA SMARTPHONES								FICHA
								26
1. Descripción de la iniciativa:								
Implementación de una nueva web de Destino adecuándola a la estrategia general de la ZOIT y, específicamente, a la de productos y mercados. Deberá contar con una estrategia digital. Además, se propone el desarrollo de una primera aplicación móvil del destino. Se deben priorizar los aspectos funcionales (precisión de las informaciones, simplicidad y facilidad de uso). Posibilidad de utilizar los contenidos en offline. Gestor de contenidos que, de forma nativa, sea capaz de absorber contenidos automáticamente desde la web, obtener estadísticas de uso y captar <i>feedback</i> en forma de mensajes “in-Place” o cuestionarios de satisfacción. Diseñada de manera que el turista 3.0 genere contenidos e interactúe.								
2. Ámbito: PROMOCIÓN.								
3. Objetivo estratégico:								
Creación y puesta en marcha de un plan de difusión de medios digitales y posicionamiento online.								
4. Ubicación:								
Toda la ZOIT								
5. Beneficiarios:								
Todos son beneficiarios de estas plataformas								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
Se deben tomar como base la estrategia digital nacional de SERNATUR, para poder adaptarla al destino y poder cumplir con los estándares nacionales e internacionales. Las municipalidades en conjunto con SERNATUR se encargarán de coordinar las acciones pertinentes para el logro de acciones.								
8. Inversión estimada:								
\$15.000.000.-								
9. Fuente de Financiamiento:								
FNDR.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 6 Término: mes 10								
11. Responsable:								
Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.								

AVISAJE ONLINE/OFFLINE EN REDES SOCIALES, PÁGINAS, REVISTAS, ENTRE OTRAS PLATAFORMAS							FICHA
							27
1. Descripción de la iniciativa:							
Se debe trabajar en una planificación estratégica de avisaje en diferentes medios online (diarios y revistas digitales de turismo, redes sociales, páginas webs asociadas, etc.) y offline (revistas de turismo; tendencias; destinos; especializadas en naturaleza y eco-turismo; entre otras, diarios, televisión, radio, BTLs, etc.) para la promoción en concordancia con la visión deseada del destino y las estrategias previstas para atraer a más turistas a la ZOIT. Se deben considerar estas diferentes plataformas como un medio informativo de lo que el destino Lago Colbún-Rari está en condiciones de promocionar y cumplir para no generar una promoción negativa del destino.							
2. Ámbito: PROMOCIÓN.							
3. Objetivo estratégico:							
Creación y puesta en marcha de un plan de difusión de medios digitales y posicionamiento online.							
4. Ubicación:							
Toda la ZOIT.							
5. Beneficiarios:							
Beneficia a todos los actores.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Se debe trabajar en un catastro de mix de medios de comunicación de prensa offline y aquellos online como Google y Redes Sociales, los cuales puedan representar una mejor exposición del Destino.							
8. Inversión estimada:							
\$150.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 4 Término: mes 23							
11. Responsable:							
SERNATUR.							

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS Y PLATAFORMA WEB COMERCIAL ENTRE Y PARA EMPRESARIOS							FICHA
							28
1. Descripción de la iniciativa:							
Desarrollo de estrategias comerciales para apuntar al crecimiento, facilidades y mejoramiento en la promoción de oferta disponible en el polígono ZOIT y fuera del mismo. Se buscará consolidar por medio de una página web del destino Lago Colbún-Rari con un sentido comercial e informativo sobre la red de empresarios que ofrecen servicios de alojamiento, tour operación, alimentación, artesanía, entre otros servicios para que el turista y visitante pueda identificar las empresas oficiales que representan la visión de la ZOIT y puedan reservar y/o comprar sus productos y/o servicios. Mediante financiamiento de un FNDR se pretende financiar esta acción estratégica comercial.							
2. Ámbito: PROMOCIÓN.							
3. Objetivo estratégico: Creación y puesta en marcha de un plan de difusión de medios digitales y posicionamiento online.							
4. Ubicación: Abarca a empresarios de la ZOIT para darse a conocer en la web.							
5. Beneficiarios: Los actores del rubro turístico serán beneficiados directamente con esta iniciativa.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Se deben organizar reuniones de coordinación y trabajo previo entre los responsables de esta acción para definir primero los contenidos y estrategias para la web comercial de destino. En consecuencia, identificar a los empresarios y reunirse con cada uno para definir productos comercializables para poner como oferta disponible en sitio web.							
8. Inversión estimada: \$5.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento: FNDR.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 15 Término: mes 17							
11. Responsable: Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.							

DIFUSIÓN RADIAL SOBRE EL TERRITORIO Y PRODUCTOS TURÍSTICOS LOCALES							FICHA
							29
1. Descripción de la iniciativa: La radio siempre ha sido un medio de comunicación que no ha dejado de ser importante para todos los chilenos y residentes en el País. Es una fuente de comunicación actual, que se renueva y un espacio donde la promoción del turismo puede llegar a los oyentes y futuros turistas. La selección de las emisoras son claves para determinar a qué tipo de público se quiere llegar. Cada emisora tiene un perfil y es eso lo que se debe estudiar previamente a la inversión. Se debe trabajar en la creación de cápsulas radiales como también de reportajes o espacios periodísticos donde se converse sobre el destino.							
2. Ámbito: PROMOCIÓN.							
3. Objetivo estratégico: Elaboración y aplicación de un plan de difusión de medios offline.							
4. Ubicación: Toda la ZOIT							
5. Beneficiarios: Todos son beneficiarios de esta promoción radial.							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción: En este tipo de acción debe haber una coordinación en Pro a la estrategia comunicacional del destino que sea concordante con la imagen que queremos proyectar. Los actores que pueden realizar actuaciones radiales son Sernatur y Municipalidades con el apoyo de los empresarios y de las propuestas de productos que se puedan estructurar.							
8. Inversión estimada: \$6.000.000.-							
9. Fuente de financiamiento: FNDR.							
10. Fecha de inicio y término: Inicio: mes 4 Término: mes 8							
11. Responsable: SERNATUR.							

PARTICIPACIÓN CON INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO EN PROGRAMA DE TV							FICHA
							30
1. Descripción de la iniciativa:							
Se propone la emisión de spots convencionales y se sugiere la producción de un programa dirigido a un público familiar, joven y activo, con inquietudes de actividades en la naturaleza y atractivos culturales, cuyo objetivo será invitar a las familias chilenas a salir de casa, provocarles las ganas de salir a conocer todo lo que el destino ofrece. Se trata de un programa optimista, familiar y con un componente de “low cost” que lo hará cercano y accesible a todas las tipologías familiares.							
2. Ámbito: PROMOCIÓN.							
3. Objetivo estratégico:							
Elaboración y aplicación de un plan de difusión de medios offline.							
4. Ubicación:							
Toda la ZOIT							
5. Beneficiarios:							
Todos son beneficiarios de esta promoción televisiva							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Sernatur es el ente que tiene las herramientas para poder cumplir con este proyecto de promoción, junto con las estrategias de Chile es Tuyo y las vitrinas de canales televisivos de las regiones de los mercados prioritarios para el destino, como aquellos de cobertura nacional.							
8. Inversión estimada:							
\$1.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 4 Término: mes 7							
11. Responsable:							
SERNATUR.							

CAMPAÑA DE TEMATIZACIÓN SOBRE EL DESTINO EN METRO DE SANTIAGO							FICHA
							31
1. Descripción de la iniciativa:							
El proyecto consiste en la tematización de las estaciones del Metro de Santiago y de los trenes, a fin de intervenir el espacio en una escenografía que evoque el destino ZOIT Lago Colbún – Rari. De manera de que los usuarios del metro se sientan llamados a visitarlo e incentivados a conseguir información necesaria para poder programar un viaje.							
2. Ámbito: PROMOCIÓN.							
3. Objetivo estratégico:							
Elaboración y aplicación de un plan de difusión de medios offline.							
4. Ubicación:							
Toda la ZOIT.							
5. Beneficiarios:							
Todos son beneficiarios de esta promoción							
6. Factibilidad de implementación:							
Muy Alta		Alta	X	Media		Baja	
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:							
Esta intervención de espacios públicos son de alto impacto visual y son efectivos en el posicionamiento del destino turístico. Para ello, se recomienda que la Dirección Regional de Sernatur, pueda intermediar esta acción junto con las estrategias de Chile es Tuyo. Por lo tanto, los mensajes deben estar orientados al turista nacional y residente del país.							
8. Inversión estimada:							
\$20.000.000.-							
9. Fuente de Financiamiento:							
FNDR.							
10. Fecha de inicio y término:							
Inicio: mes 17 Término: mes 19							
11. Responsable:							
SERNATUR.							

PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y WORKSHOPS NACIONALES E INTERNACIONALES								FICHA
								32
1. Descripción de la iniciativa:								
Sirven para presentar el destino Región del Maule y el territorio ZOIT, a los tour operadores e intermediarios turísticos del país y de otros países internacionales. Se puede buscar ferias especializadas en naturaleza como de turismo masivo. La participación de los empresarios a estas ferias es fundamental y por sobre todo el trabajo pre feria que se debe realizar para la coordinación de reuniones y presentaciones de destino.								
2. Ámbito: PROMOCIÓN.								
3. Objetivo estratégico:								
Desarrollo de acciones promocionales que posicionen al destino en mercado nacional e internacional.								
4. Ubicación:								
Toda la ZOIT								
5. Beneficiarios:								
Todos son beneficiarios de esta promoción								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
Es necesario poder priorizar los destinos internacionales donde se harán las participaciones feriales y estar conscientes de que la inversión en estar presentes en la feria debe ser constante para poder provocar la insistencia y confianzas en las industrias de intermediación nacional e internacional. Trabajar de forma profesional con agenda de reuniones es fundamental mas todo el trabajo posterior a las ferias con seguimiento de los nuevos contactos y envío de mayor información. Para ello, se recomienda que se empodere Sernatur de esta acción, pero en total coordinación con el sector privado turístico de la ZOIT, para la participación de ellos in situ.								
8. Inversión estimada:								
\$45.000.000.-								
9. Fuente de Financiamiento:								
FNDR.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 10 Término: mes 23								
11. Responsable:								
SERNATUR.								

ELABORACIÓN DE NUEVA FOLLETERÍA								FICHA
								33
1. Descripción de la iniciativa:								
Para la puesta en marcha de materiales de soporte a la promoción del destino, se recomienda poder contar con un mapa completo de la ZOIT, con datos útiles y descripción de atractivos y actividades turísticas. Además, como forma complementaria a este soporte de papel, se recomienda en versión digital.								
2. Ámbito: PROMOCIÓN.								
3. Objetivo estratégico:								
Desarrollo de acciones promocionales que posicionen al destino en mercado nacional e internacional.								
4. Ubicación:								
Toda la ZOIT								
5. Beneficiarios:								
Todos son beneficiarios de esta promoción								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
Se recomienda que Sernatur pueda elaborar este Mapa turístico general de la ZOIT, con identificación de los productos turísticos y principales hitos del destino. Debe incluir carreteras y otros tips de utilidad (hospitales, servicios...). Estudiar un diseño diferente y amable, con dibujos que ayuden a la comprensión. En papel y en digital para descarga en web.								
8. Inversión estimada:								
\$6.000.000.-								
9. Fuente de Financiamiento:								
FNDR.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 9 Término: mes 12								
11. Responsable:								
Municipalidad de Colbún y San Clemente, SERNATUR.								

ANÁLISIS Y PROPUESTA DE DESARROLLO DE MARCA TURÍSTICA								FICHA
								34
1. Descripción de la iniciativa:								
Diseño de la nueva marca turística del destino turístico que comprende la ZOIT, considerando un estudio para la incorporación de atributos, colores y gráfica. La marca turística debe incorporar un mensaje permanente, además de la acción de registro de la marca.								
2. Ámbito: PROMOCIÓN.								
3. Objetivo estratégico:								
Desarrollo de acciones promocionales que posicionen al destino en mercado nacional e internacional.								
4. Ubicación:								
Toda la ZOIT								
5. Beneficiarios:								
Todos son beneficiarios de esta promoción								
6. Factibilidad de implementación:								
Muy Alta	X	Alta		Media		Baja		
7. Acciones y actores claves para el logro de la acción:								
Para la creación de la marca turística del destino comprendido en la ZOIT, se debe realizar ciertos términos de referencias que ayuden a un correcto diseño como uso. Se recomienda que Sernatur proponga la realización de un manual de marca turística que debe incluir su desarrollo, a través de la preparación del manual de aplicación de la marca, que contempla todas las indicaciones para su correcta aplicación y los diferentes supuestos de implantación. Además del desarrollo de un manual de gestión para el uso responsable de la marca de turística, para su uso por parte de empresas y entidades autorizadas.								
8. Inversión estimada:								
\$18.000.000.-								
9. Fuente de Financiamiento:								
FNDR.								
10. Fecha de inicio y término:								
Inicio: mes 3 Término: mes 6								
11. Responsable:								
SERNATUR.								

6. ANEXOS

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





Colbún, 05 de julio de 2016.

Sres. Subsecretaría de Turismo

Presente,-

De nuestra consideración;

Por la presente se deja constancia respecto del apoyo de mi representada en cuanto al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular,



ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE COLBÚN
ANÍBAL URTUBÍA RODRIGUEZ
OMDE DE OMDEL
I. Municipalidad de Colbún





San Clemente, 05 de julio de 2016

Sres. Subsecretaría de Turismo

Presente.-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del apoyo de la Dirección de Turismo y Medio Ambiente de la Ilustre Municipalidad de San Clemente, en cuanto al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular,

ANDRÉS AMARO SUAZO
Director de Turismo y Medio Ambiente
I. Municipalidad de San Clemente





Colbún, 05 de julio de 2016

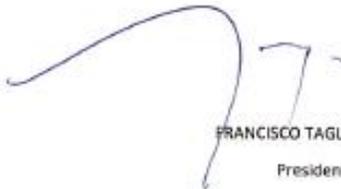
Sres. Subsecretaría de Turismo

Presente,-

De nuestra consideración;

Por la presente se deja constancia respecto del apoyo de mi representada en cuanto al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular,



FRANCISCO TAGLE
Presidente
Comité pro-defensa Lago Colbún





San Clemente, 05 de julio de 2016

Sres. Subsecretaría de Turismo

Presente,-

De nuestra consideración;

Por la presente, saludo muy atentamente a Ud., y se deja constancia respecto del apoyo de mi representada en cuanto al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular,



HUGO DE LA FUENTE
Arquitecto
Presidente
Cámara de turismo de San Clemente





Colbún, 05 de julio de 2016

Sres. Subsecretaría de Turismo

Presente,-

De nuestra consideración;

Por la presente se deja constancia respecto del apoyo de mi representada en cuanto al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Pozo'.

GASTÓN POZO

Director Ejecutivo

Corporación para el Desarrollo Turístico de la Zona del Lago Colbún





San Clemente, 11 de julio de 2016

SEÑORES:

SUBSECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTE.-

De nuestra consideración:

Por la presente y en la representación que invisto, expreso el apoyo de parte del "Comité de Defensa Lago Colbún, Ribera Norte", al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular, les saluda Atte.

PEDRO MOYA BONOMI

PRESIDENTE

COMITÉ DE DEFENSA LAGO COLBUN, RIVERA NORTE

cc.: -Archivo





Colbún, 05 de julio de 2016

Sres. Subsecretaría de Turismo

Presente,-

De nuestra consideración;

Por la presente se deja constancia respecto del apoyo de mi representada en cuanto al proceso realizado y la postulación del territorio definido por el polígono correspondiente, como una Zona de Interés Turístico (ZOIT) Lago Colbún-Rari.

Sin otro particular,

A stylized, handwritten signature in purple ink, consisting of a large, looping 'D' followed by a smaller 'V' and 'I'.

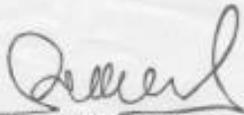
MICHAEL DAVIES

Presidente

Agrupación Ecoturismo y Artesanías de Colbún



6.2 Personalidad jurídica de la entidad gestora.

SERVICIO DE REGISTRO CIVIL E IDENTIFICACION		FOLIO : 150438863	
 REPUBLICA DE CHILE		Código Verificación: 0375bbb82db0	
		 150438863	
CERTIFICADO DE VIGENCIA DE PERSONA JURIDICA SIN FINES DE LUCRO Fecha Emisión: 01-04-2015			
DATOS PERSONA JURIDICA			
INSCRIPCIÓN :	N°190077 con fecha 05-01-2015.		
NOMBRE PJ :	CORPORACION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA ZONA DEL LAGO COLBUN		
DOMICILIO :	COLBUN, COLBÚN, REGION DEL MAULE		
NATURALEZA :	CORPORACION/FUNDACION		
FECHA CONCESION PJ :	05-01-2015		
DECRETO/RESOLUCIÓN :	00000		
ESTADO PJ :	VIGENTE		
FECHA EMISIÓN: 1 Abril 2015, 12:39.			
Exento de Pago Impreso en: REGION :			
Verifique documento en www.registrocivil.gob.cl o a nuestro Call Center 800 370 2000, para teléfonos fijos y celulares. La próxima vez, obtén este certificado en www.registrocivil.gob.cl .			
 Timbre electrónico SRCel			
		 Victor Rebolledo Salas Jefe de Archivo General (s) Incorpora Firma Electrónica Avanzada	
1878202	RPJ : 000190077	EXHTM-	
www.registrocivil.gob.cl			

6.3 Estatutos.



MODELO ESTATUTO ASOCIACION

ACTA Y ESTATUTO DE LA ASOCIACION "CORPORACION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA ZONA DEL LAGO COLBÚN "

En Colbún, a 20 de Octubre de 2014, siendo las 11:30 Hrs. se lleva a efecto una asamblea en la Ilustre Municipalidad de Colbún con la asistencia de las personas que individualizan y firman al final de la presente acta, quienes manifiestan que se han reunido con el objeto de adoptar los acuerdos necesarios para constituir una Asociación de Derecho Privado, sin fin de lucro, denominada "Corporacion para el Desarrollo turístico de la zona del lago Colbun".

Preside la reunión, Don Francisco Tagle Avilés y actúa como Secretario Don Gastón Pozo Cruz, por acuerdo de los asistentes. -

Después de un amplio debate, los asistentes acuerdan por unanimidad constituir la referida Asociación, adoptándose, además, los siguientes acuerdos:

PRIMERO: Aprobar los estatutos por los cuales se registrará la Asociación, los que son leídos en presencia de los asistentes y cuyo texto fiel se transcribe a continuación:

TITULO I

Del nombre, domicilio, objeto, duración

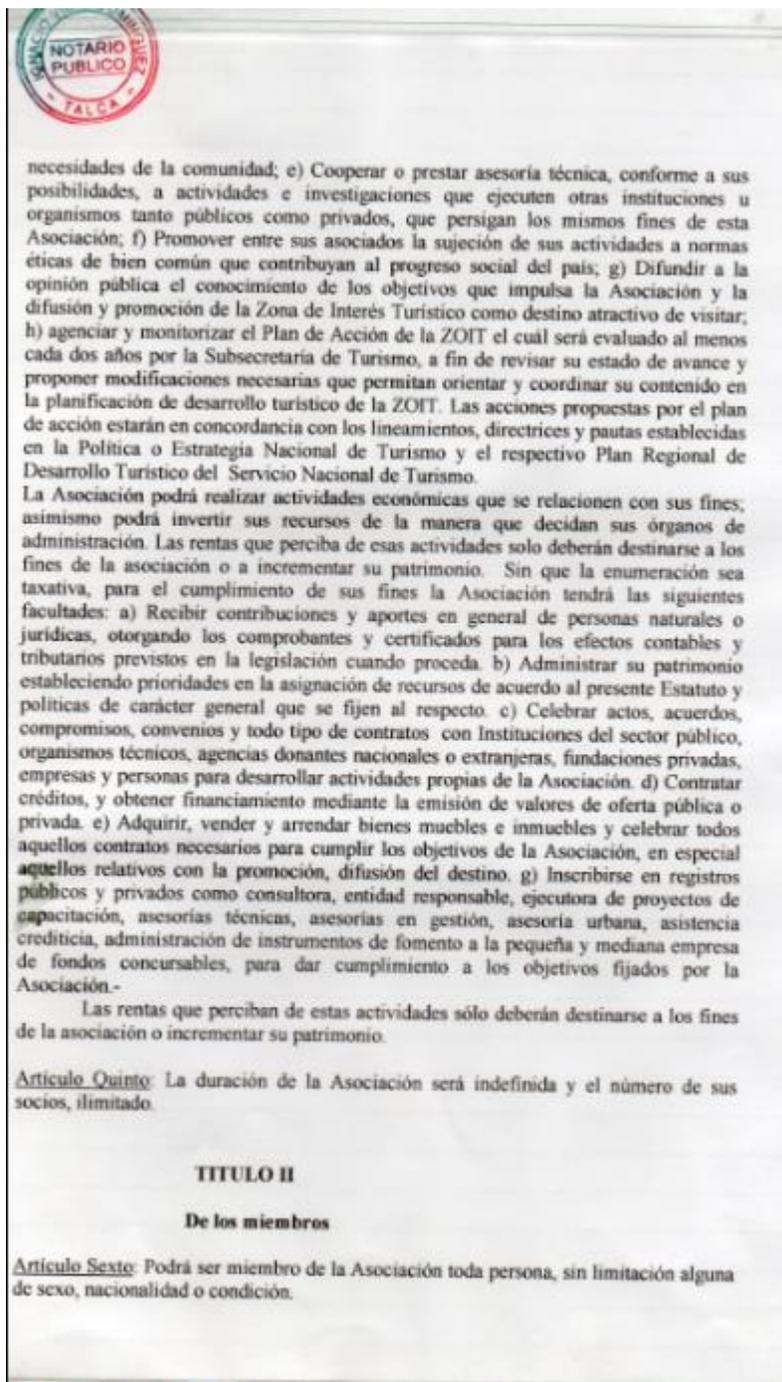
Artículo Primero: Constitúyese una Asociación de Derecho Privado, sin fin de lucro, que se denominará "CORPORACION PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA ZONA DEL LAGO COLBÚN"

La Asociación se registrará por las normas del Título XXXIII del Libro Primero del Código Civil, por las disposiciones contenidas en la Ley N° 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública, o por la disposición legal que la reemplace y por los presentes estatutos.

Artículo Segundo: El domicilio de la Asociación será la Comuna de Colbún, Provincia de Linares, Región del Maule, sin perjuicio de poder desarrollar sus actividades en otros puntos del país.

Artículo Tercero: La Asociación no persigue ni propone fines sindicales o de lucro, ni aquellos de identidades que deben regirse por un estatuto legal propio. Estará prohibida toda acción de carácter político partidista.

Artículo Cuarto: La Asociación tendrá por finalidad u objeto: a) Organizar, promover, planificar, coordinar, postular y ejecutar proyectos para el desarrollo turístico, económico y social de la zona de interés turístico conformada por el Lago Colbun y sus alrededores dentro de las comunas de Colbún y San Clemente, b) Contribuir al mejoramiento de las condiciones culturales, educativas, de capacitación laboral, orientadas al desarrollo turístico del sector; c) Promover, coordinar y articular las relaciones entre el sector público, privado y municipal, orientados a fortalecer el desarrollo turístico del sector; d) Evaluar los resultados que se obtengan de las distintas acciones desarrolladas, con el objeto de mejorarlas y atender adecuadamente las





Artículo Séptimo: Habrá dos clases de miembros: activos y honorarios.

1.- Miembro activo es la persona natural mayor de 18 años, que tiene la plenitud de los derechos y obligaciones que se establecen en estos estatutos. Se podrán incorporar como Miembro activos de la Corporación la Municipalidad de la o las comunas cuyos territorios se encuentran comprendidos en la zona de interés turístico y también el Gobierno Regional respectivo.

2.- Miembro Honorario es la persona natural o jurídica que, por su actuación destacada al servicio de los intereses de la Asociación o de los objetivos que ella persigue, haya obtenido esa distinción, en virtud de un acuerdo de la Asamblea General, aceptada por el interesado. Él no tendrá obligación alguna para con la Asociación y sólo tendrá derecho a voz en las Asambleas Generales, a ser informado periódicamente de la marcha de la institución y a asistir a los actos públicos de ella.

Las personas jurídicas harán uso de sus derechos, por intermedio de su representante legal, o apoderado.

Artículo Octavo: La calidad de socio activo se adquiere:

1.- Por suscripción del acta de constitución de la Asociación, o

2.- Por la aceptación del Directorio, por los dos tercios de sus miembros, de la solicitud de ingreso patrocinada por otros dos socios, en la cual se manifieste plena conformidad con los fines de la Institución, y se comprometa el solicitante a cumplir fielmente los estatutos, reglamentos y los acuerdos del Directorio y de la Asamblea General.

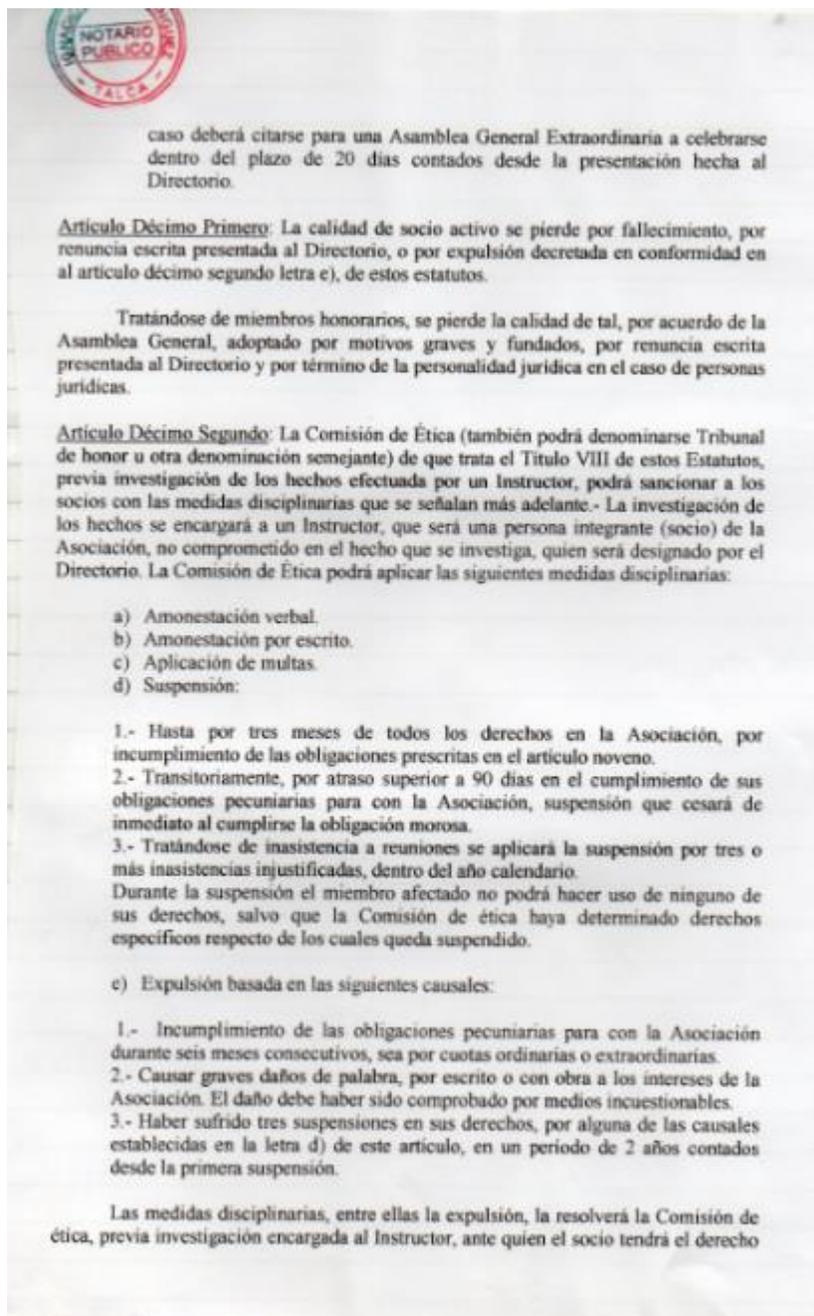
La calidad del miembro honorario se adquiere por acuerdo a la Asamblea General, aceptado por el interesado.

Artículo Noveno: Los socios activos tienen las siguientes obligaciones:

- a) Asistir a las reuniones a que fueren convocados de acuerdo a sus estatutos;
- b) Servir con eficiencia dedicación los trabajos para los cuales sean designados y las tareas que se le encomienden;
- c) Cumplir fiel y oportunamente las obligaciones pecuniarias para con la Asociación;
- c) Cumplir las disposiciones de los estatutos y reglamentos de la Asociación y acatar los acuerdos del Directorio y de las Asambleas Generales.

Artículo Décimo: Los socios activos tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a) Participar con derecho a voz y voto en las Asambleas Generales;
- b) Elegir y ser elegidos para servir los cargos directivos de la Asociación;
- c) Pedir información acerca de las cuentas de la asociación, así como de sus actividades o programas;
- d) Presentar cualquier proyecto o proposición al estudio del Directorio, el que decidirá su rechazo o inclusión en la Tabla de una Asamblea General Ordinaria. Si el proyecto fuera patrocinado por el 10 % o más de los socios y presentado con, a lo menos, 30 días de anticipación a la celebración de la Asamblea General, deberá ser tratado en ésta, a menos que la materia sea de aquellas estipuladas en el artículo décimo sexto de estos estatutos, en cuyo





de ser oído, presentar sus descargos y defenderse de la acusación que se formule en su contra.

La Investigación se iniciará citando personalmente al socio. Una vez terminada la investigación, el instructor elevará los antecedentes a la Comisión de Ética para que dicte fallo, proponiendo la aplicación de una medida disciplinaria previa en el estatuto o la absolución. La Comisión de Ética deberá fallar dentro del plazo de treinta días, sin perjuicio de que pueda ampliarse este plazo, en el caso que deba solicitarse nuevas pruebas. La resolución de la Comisión de Ética deberá notificarse al socio mediante carta certificada dirigida al domicilio que el socio haya indicado al hacerse parte en la investigación, o al que tenga registrado en la Asociación, si no comparece. La notificación se entenderá practicada al quinto día hábil después de entregada la carta en la oficina de Correos. De la expulsión se podrá pedir reconsideración ante la misma Comisión de Ética, apelando en subsidio para ante una Asamblea General Extraordinaria, dentro del plazo de treinta días hábiles, contados desde la respectiva notificación. La Asamblea General Extraordinaria deberá ser citada especialmente para estos efectos, la cual resolverá en definitiva la aplicación de la medida disciplinaria. Si el socio no apela, la expulsión aplicada por la Comisión de Ética deberá ser ratificada también por la Asamblea General. Quien fuere excluido de la Asociación sólo podrá ser readmitido después de un año contado desde la separación, previa aceptación del Directorio, que deberá ser ratificada en la Asamblea General más próxima que se celebre con posterioridad a dicha aceptación.

Artículo Décimo Tercero: El Directorio deberá pronunciarse sobre las solicitudes de ingreso, en la primera sesión que celebre después de presentada ésta. En ningún caso podrán transcurrir más de 30 días desde la fecha de la presentación, sin que el Directorio conozca de ellas y resuelva, transcurrido el plazo, la solicitud se entenderá aceptada. Las solicitudes de ingreso presentadas con 10 días de anticipación a la fecha de celebración de una Asamblea General en que deban realizarse elecciones, deberán ser conocidas por el Directorio antes de dicha Asamblea.

Las renunciaciones, para que sean válidas, deben constar por escrito y la firma debe ser ratificada ante el Secretario del Directorio, o venir autorizada por Notario Público. Cumpliendo estos requisitos formales la renuncia tendrá pleno vigor, no siendo necesaria su aprobación por el Directorio o por la Asamblea. El socio que, por cualquier causa deje de pertenecer a la Asociación, deberá cumplir con sus obligaciones pecuniaras que hubiere contraído con ella, hasta la fecha en que se pierda la calidad de socio.

TITULO III De las Asambleas Generales

Artículo Décimo Cuarto: La Asamblea General es el órgano colectivo principal de la Asociación e integra el conjunto de sus socios. Sus acuerdos obligan a los socios presentes y ausentes, siempre que tales acuerdos se hubieren tomado en la forma establecida por estos estatutos y no fueren contrarios a las Leyes y reglamentos.

Habrán Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria. La Asamblea se reunirá ordinariamente una vez al año y extraordinariamente cuando lo exijan las necesidades de la Asociación. En el mes de ENERO de cada año se celebrará la Asamblea General Ordinaria, en la cual el Directorio presentará el Balance, Inventario y Memoria del ejercicio anterior y se procederá a las elecciones determinadas por estos estatutos, cuando corresponda. El Directorio, con acuerdo de la Asamblea, podrá establecer que el



acto eleccionario se celebre en otro día, hora y lugar, que no podrá exceder en 90 días a la fecha original, cuando razones de conveniencia institucional así lo indiquen. En dicho caso, se cumplirá con lo dispuesto en el artículo décimo séptimo de estos estatutos.

En la Asamblea General Ordinaria se fijará la cuota ordinaria de la Asociación, conforme a lo señalado en el artículo cuadragésimo tercero de estos estatutos. En la Asamblea General Ordinaria podrá tratarse cualquier asunto relacionado con los intereses de la Asociación, a excepción de los que correspondan exclusivamente a las Asambleas Generales Extraordinarias.

Si, por cualquier causa, no se celebrare una Asamblea General Ordinaria en el tiempo estipulado, el Directorio deberá convocar a una nueva Asamblea dentro del plazo de 90 días y la Asamblea que se celebre tendrá, en todo caso, el carácter de Asamblea Ordinaria.

Artículo Décimo Quinto: Las Asambleas Generales Extraordinarias se celebrarán cada vez que el Directorio acuerde convocarlas o cada vez que lo soliciten al Presidente del Directorio, por escrito, a lo menos un tercio de los miembros activos, indicando el objeto de la reunión.

En las Asambleas Generales Extraordinarias se fijará la cuota extraordinaria conforme lo señalado en el artículo cuadragésimo cuarto de estos estatutos.

En las Asambleas Generales Extraordinarias únicamente podrá tratarse las materias indicadas en la convocatoria; cualquier acuerdo que se adopte sobre otras materias será nulo y de ningún valor.

Artículo Décimo Sexto: Corresponde exclusivamente a la Asamblea General Extraordinaria tratar de las siguientes materias:

- a) De la reforma de los estatutos de la Asociación y de la aprobación de sus Reglamentos;
- b) De la disolución de la Asociación;
- c) De la fusión con otra Asociación;
- d) De las reclamaciones en contra de los directores, de los miembros de la Comisión Revisora de Cuentas y de la Comisión de Ética, para hacer efectiva la responsabilidad que le corresponda, por transgresión grave a la Ley, a los estatutos o al reglamento, mediante la suspensión o la destitución, si los cargos fueran comprobados; sin perjuicio de las acciones civiles y criminales que la Asociación tenga derecho a entablarles;
- e) De la Asociación de la entidad con otras instituciones similares;
- f) De la compra, venta, hipoteca, permuta, cesión y transferencia de bienes raíces de la constitución de servidumbre y prohibiciones de gravar y enajenar y del arrendamiento de inmuebles por un plazo superior a tres años.

Los acuerdos a que se refiere las letras a), b), c), e) y f) deberán reducirse a escritura pública que suscribirá el Presidente en representación de la Asociación, sin perjuicio de que en un caso determinado, la Asamblea General Extraordinaria pueda otorgar poder especial para este efecto, a otra u otras personas.

Artículo Décimo Séptimo: Las citaciones a las Asambleas Generales se harán por medio de un aviso que deberá publicarse por una vez, con 5 días de anticipación a lo menos y con no más de 20 al día fijado para la Asamblea en un diario de circulación nacional, o por correo electrónico. En dicha comunicación se indicará el día, lugar, hora y objeto de



Artículo Vigésimo Segundo: La institución será dirigida y administrada por un Directorio compuesto de un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario, un Tesorero y un director sin cargo (a lo menos 3 miembros, siendo el vicepresidente opcional). El Directorio durará 3 años (máximo 5 años) en sus funciones pudiendo sus miembros ser reelegidos.

Los directores ejecutarán sus cargos gratuitamente, pero tendrán derecho a ser reembolsados de los gastos, autorizados por el directorio, que justificaren haber efectuado en el ejercicio de su función.

Sin embargo, el directorio podrá fijar una retribución adecuada a aquellos directores que presten a la organización servicios distintos de sus funciones como directores. De toda remuneración o retribución que reciban los directores, o las personas naturales o jurídicas que les sean relacionadas por parentesco o convivencia, o por interés o propiedad, deberá darse cuenta detallada a la Asamblea.

La regla anterior se aplicará respecto de todo asociado a quien la Asociación encomiende alguna función remunerada.

Artículo Vigésimo Tercero: El Directorio, la Comisión Revisora de Cuentas y la Comisión de Ética se elegirá en Asamblea General Ordinaria, de acuerdo a las siguientes normas:

- Las elecciones se realizarán cada 3 años. (Máximo 5 años)
- Cada socio sufragará en forma libre y secreta en un solo acto, teniendo derecho a marcar tantas preferencias como candidatos haya por elegir, no pudiendo acumular preferencia en un candidato, ni repetir un nombre.
- Se proclamarán elegidos los candidatos que en la elección resulten con el mayor número de votos hasta completar los miembros del Directorio, de la Comisión Revisora de Cuentas y la Comisión de ética, que corresponda elegir, es incompatible el cargo de Director con el miembro de la Comisión Revisora de Cuentas y de la Comisión de Ética.
- No completándose el número necesario de Directores, de miembros de la Comisión Revisora de Cuentas o de la Comisión de Ética, se procederá a efectuar tantas elecciones como sea necesario.- Existiendo empate entre dos o más candidatos que ocupen el último lugar entre las más altas mayorías respectivas, se repetirá la votación entre ellos y, si subsiste el empate, se recurrirá para dirimirlo, en primer lugar, a la antigüedad de los candidatos como socios de la Asociación y, si se tratare de socios con la misma antigüedad, al sorteo.
- Habrá una Comisión de Elecciones, integrada por tres socios que no sean candidatos, debiéndose elegir entre ellos un Presidente, quien dirimirá los empates que en ella puedan producirse. Dicha Comisión se constituirá en la Asamblea General en que corresponda celebrar las elecciones.
- El recuento de votos será público.
- El Directorio elegido deberá asumir de inmediato sus funciones, sin perjuicio de las rendiciones de cuentas y la entrega de documentos que deba realizarse con posterioridad, para lo cual, deberá en ese acto fijarse una fecha.

Artículo Vigésimo Cuarto: En caso de fallecimiento, ausencia, renuncia, destitución o imposibilidad de un Director para el desempeño de su cargo, el Directorio nombrará un reemplazante que durará en sus funciones sólo el tiempo que falte en completar su período al Director reemplazado.



Se entiende por ausencia o imposibilidad de un Director para el desempeño de su cargo, la inasistencia a sesiones por un período superior a seis meses consecutivos.

Artículo Vigésimo Quinto: En la Asamblea General en que se elija el Directorio, o dentro de los 15 días siguientes a ella, el Directorio deberá elegir, en votación secreta, de entre sus miembros, un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario y un Tesorero. (Los cargos dependerán del número de miembros que se señalen integran el Directorio en el artículo vigésimo segundo)

El Presidente del Directorio lo será también de la Asociación, la presentará judicial y extrajudicialmente y tendrá las demás atribuciones que los estatutos señalen. Si, por cualquier causa, no se realizaran las elecciones de Directorio en la oportunidad que establece el artículo décimo cuarto, el Directorio continuará en funciones, con todas sus obligaciones y atribuciones, hasta que sea reemplazado en la forma prescrita por los estatutos.

Artículo Vigésimo Sexto: Podrá ser elegido miembro del Directorio, cualquier socio activo, con un año o más de pertenencia en la Institución, siempre que al momento de la elección no se encuentre suspendido en sus derechos, conforme a lo dispuesto en el artículo duodécimo letra c) de estos estatutos.

No podrán ser directores las personas que hayan sido condenadas a pena aflictiva.

El Director que durante el desempeño del cargo fuere condenado por crimen o simple delito, o incurriere en cualquier otro impedimento o causa de inhabilidad o incompatibilidad establecida por la ley o los estatutos, cesará en sus funciones, debiendo el Director nombrar a un reemplazante que durará en sus funciones el tiempo que reste para completar el período del Directorio reemplazado.

Artículo Vigésimo Séptimo: Serán deberes y atribuciones del Directorio:

- a) Dirigir La Asociación y velar porque se cumplan sus estatutos y las finalidades perseguidas por ella;
- b) Administrar los bienes de la Asociación e invertir sus recursos; Aprobar los proyectos y programas que se encuentran ajustados a los objetivos de la Asociación;
- c) Citar a Asamblea General, tanto ordinaria como extraordinaria, en la forma épocas que señalen estos;
- d) Crear toda clase de ramas, sucursales, filiales, anexos, oficinas departamentos que se estime necesario para el mejor funcionamiento de la Asociación;
- e) Redactar los Reglamentos necesarios para la Asociación, las ramas y organismos que se creen para el cumplimiento de sus fines y someter dichos Reglamentos a la aprobación de la Asamblea General más próxima, pudiendo en el intertanto aplicarlos en forma provisoria, como asimismo realizar todos aquellos asuntos y negocios que estime necesarios;
- f) Cualquier los acuerdos de las Asambleas Generales;
- g) Rendir cuenta en la Asamblea General Ordinaria anual, tanto de la marcha de la Institución como del uso de sus fondos durante el período que ejerce sus funciones, mediante memoria, balance e inventario, que en esa ocasión se someterán a la aprobación de sus miembros;
- h) Calificar la ausencia e imposibilidad de sus miembros para desempeñar el cargo, a que se refiere el artículo vigésimo cuarto;



- i) Resolver las dudas y controversia que surjan con motivo de la aplicación de sus estatutos y reglamentos; y,
- j) Las demás atribuciones que señalen estos estatutos y la Legislación vigente.
- k) Velar por el cumplimiento del Plan de Acción aprobado para la ZOIT.

Artículo Vigésimo Octavo: Como administrador de los bienes de la Asociación, el Directorio estará facultado para: Comprar, adquirir, vender, permutar, dar y tomar en arrendamiento y administración, ceder y transferir toda clase de bienes muebles y valores mobiliarios; dar y tomar en arrendamiento bienes muebles por periodo no superior a tres años; dar en garantía y establecer prohibiciones sobre bienes muebles, otorgar cancelaciones, recibos y finiquitos; celebrar contratos de trabajo, fijar sus condiciones y poner término a ellos; celebrar contrato de mutuos y cuentas corrientes, abrir y cerrar cuentas corrientes, de depósitos de ahorro y crédito, girar y sobregirar en ellas; retirar talonarios y aprobar saldos; girar, aceptar, tomar, avalar, endosar, descontar, cobrar, cancelar, prorrogar y protestar letras de cambio, pagarés, cheques y demás documentos negociables o efectos de comercio; ejecutar todo tipo de operaciones bancarias o mercantiles; cobrar y percibir cuanto corresponda a la Asociación; alzar y posponer prendas, constituir, modificar, prorrogar, disolver y liquidar sociedades y comunidades; asistir a juntas con derecho de voz y voto, conferir mandatos especiales, revocarlos y transigir; aceptar toda clase de herencias, legados y donaciones; contratar seguros, para las primas, aprobar liquidaciones de los siniestros y percibir el valor de la póliza, firmar, endosar y cancelar pólizas; importar y exportar; delegar en el Presidente, en uno o más Directores, o en uno o más socios, o en terceros, sólo las atribuciones necesarias para ejecutar las medidas económicas que se acuerden y las que requiera la organización administrativa interna de la Institución; estipular en cada contrato que celebre los precios, plazos y condiciones que juzgue convenientes; anular, rescindir, revocar y terminar dicho contrato; poner término a los contratos; vigentes por resolución, desahucio o cualquiera otra forma; operar en el mercado de valores; comprar y vender divisas sin restricción; contratar créditos y ejecutar todos aquellos actos que tiendan a la buena administración de la Asociación.

Sólo por acuerdo de una Asamblea General Extraordinaria se podrá comprar, vender, hipotecar, permutar, ceder y transferir bienes raíces, constituir servidumbres y prohibiciones de gravar y enajenar y arrendar bienes inmuebles por un plazo superior a tres años.

En el ejercicio de sus funciones, los directores responderán solidariamente hasta de la culpa leve por los perjuicios que causaren a la Asociación.

Artículo Vigésimo Noveno: Acordado por el Directorio o la Asamblea General cualquier acto relacionado con las facultades indicadas en el artículo precedente, lo llevará a cabo el Presidente o quien lo subrogue en el cargo. Lo anterior se entiende sin perjuicio de que, en un caso determinado, se acuerde que el Presidente actuará conjuntamente con otros Directores, o con el Secretario Ejecutivo, o bien se le otorgue poder especial a un tercero para la ejecución de un acuerdo. El Presidente o la o las personas que se designen deberán ceñirse fielmente a los términos del acuerdo de la Asamblea o del Directorio, en su caso y serán solidariamente responsables ante la Asociación en caso de contravenirlo.

Sin embargo, no será necesario a los terceros que contraten con la Asociación conocer los términos del respectivo acuerdo, el que no les será oponible.



Artículo Trigésimo: El Directorio deberá sesionar con la mayoría absoluta de sus miembros y sus acuerdos se adoptarán por la mayoría absoluta de los Directores asistentes, salvo en los casos que estos mismos estatutos señalen un quórum distinto. En caso de empate decidirá el voto del que preside. El Directorio sesionará, por lo menos, seis veces al año, en la fecha que acuerden sus integrantes.

De las deliberaciones y acuerdos del Directorio se dejará constancia en un libro especial de actas, firmado por todos los directores que hubieren concurrido a la sesión.

El Director que quisiere salvar responsabilidad por algún acto o acuerdo, deberá exigir que se deje constancia de su oposición en el acta, debiendo darse cuenta de ello en la próxima Asamblea.

El Directorio podrá sesionar extraordinariamente y para tal efecto el Presidente deberá citar a sus miembros. En estas sesiones sólo podrán tratarse las materias objeto de la citación, rigiendo las mismas formalidades de constitución y funcionamiento establecidas para las sesiones ordinarias en este artículo.

El Presidente estará obligado a practicar la citación por escrito, si así lo requieren dos o más directores.

TITULO V

Del Presidente y del Vicepresidente

Artículo Trigésimo Primero: Corresponde especialmente al Presidente de la Asociación:

- a) Representarla judicial y extrajudicialmente;
- b) Presidir las reuniones del Directorio y las Asambleas Generales;
- c) Ejecutar los acuerdos del Directorio, sin perjuicio de las funciones que los Estatutos encomienden al vicepresidente, Secretario, Tesorero y a otros miembros que el Directorio designe;
- d) Organizar los trabajos del Directorio y proponer el plan general de actividades de la Institución;
- e) Nombrar las Comisiones de Trabajo que estime convenientes;
- f) Firmar la documentación propia de su cargo y aquella en que deba representar a La Asociación. Firmar conjuntamente con el Tesorero o con el Director que haya designado el Directorio, los cheques, giros de dinero, letras de cambio, balances y, en general, todos los documentos relacionados con el movimiento de fondos de la Asociación;
- g) Dar cuenta anualmente en la Asamblea General Ordinaria, en nombre del Directorio, de la marcha de la Institución y del estado financiero de la misma;
- h) Resolver cualquier asunto urgente que se presente y solicitar en la sesión de Directorio más próximo su ratificación;
- i) Velar por el cumplimiento de los estatutos, reglamentos y acuerdos de la Asociación;
- j) Las demás atribuciones que determinen estos estatutos y los reglamentos.

Los actos del representante de la Asociación, son actos de ésta, en cuanto no excedan de los límites del ministerio que se le ha confiado. En todo lo que excedan estos límites, sólo obligan personalmente al representante.

Artículo Trigésimo Segundo: El Vicepresidente (cargo opcional) debe colaborar permanentemente con el Presidente en todas las materias que a éste le son propias, correspondiéndole el control de la constitución y funcionamiento de las comisiones de trabajo. En caso de enfermedad, permiso, ausencia o imposibilidad transitoria, el



Presidente será subrogado por el Vicepresidente, el que tendrá en tal caso las atribuciones que corresponden a aquel. En caso de fallecimiento, renuncia o imposibilidad definitiva del Presidente, el Vicepresidente ejercerá sus funciones hasta la terminación del respectivo período.

TITULO VI

Del Secretario, del Tesorero y del Director Ejecutivo

Artículo Trigésimo Tercero: Los deberes del Secretario serán los siguientes:

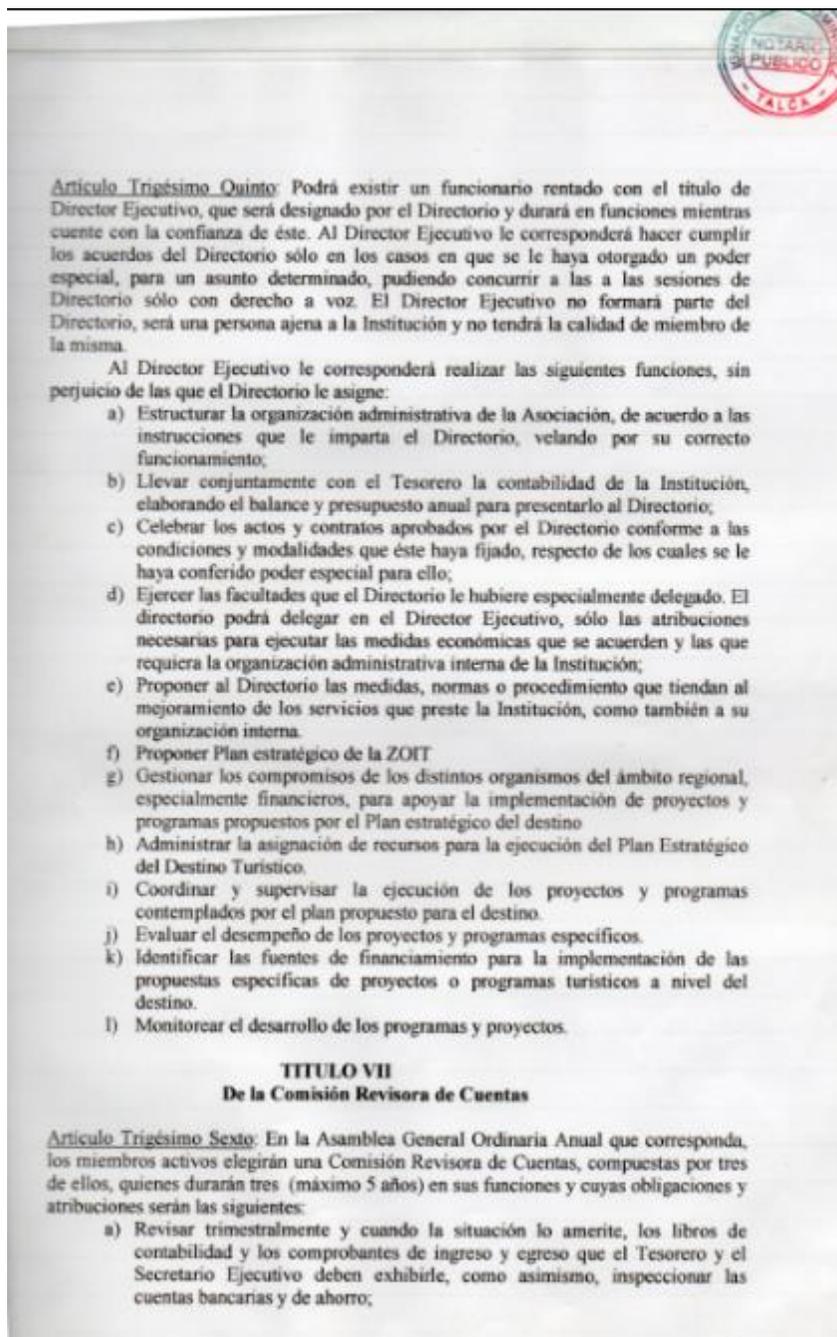
- a) Llevar el Libro de Actas del Directorio, el de Asamblea de Socios y el Libro de Registro de Miembros de la Asociación;
- b) Despachar las citaciones a las Asambleas ordinarias y extraordinarias y Publicar los avisos de citación de las mismas;
- c) Formar la tabla de sesión del Directorio y de las Asambleas Generales, de acuerdo con el Presidente;
- d) Redactar y despachar con su firma y la del Presidente la correspondencia y documentación de la Asociación, con excepción de aquella que corresponda exclusivamente al Presidente y recibir y despachar la correspondencia en general.
- e) Contestar personalmente la correspondencia de mero trámite;
- f) Vigilar y coordinar que, tanto los directores como los miembros, cumplan con las funciones y comisiones que les corresponden conforme a los estatutos y reglamentos o le sean encomendadas para el mejor funcionamiento de la Asociación;
- g) Firmar las actas en calidad de ministro de Fe de la Institución y otorgar copia de ella debidamente autorizadas con su firma, cuando se lo solicite algún miembro de la Asociación;
- h) Calificar los poderes antes de las elecciones;
- i) En general, cumplir todas las tareas que le encomiende el Directorio.

En caso de ausencia o imposibilidad, el Secretario será subrogado por el director que designe el Directorio.

Artículo Trigésimo Cuarto: Las funciones del Tesorero serán las siguientes:

- a) Cobrar las cuotas ordinarias, extraordinarias y de la Asociación otorgando Recibos por las cantidades correspondientes;
- b) Depositar los fondos de la Asociación en las cuentas corrientes o de ahorro que éste abra o mantenga y firmar conjuntamente con el Presidente, o con quien designe el Directorio los cheque o retiros de dinero que se giren contra dichas cuentas;
- c) Llevar la contabilidad de la Institución;
- d) Preparar el Balance que el Directorio deberá proponer anualmente a la Asamblea General;
- e) Mantener al día el inventario de todos los bienes de la Institución;
- f) En general, cumplir con todas las tareas que le encomiende el Directorio.

El Tesorero, en caso de ausencia, o imposibilidad, será subrogado por el Director que designe el Directorio. En caso de renuncia o fallecimiento, será el Directorio quien designará el reemplazante, el que durará en su cargo sólo que faltare al reemplazado.





b) Velar porque los miembros se mantengan al día en el pago de sus cuotas y representar al Tesorero cuando alguno se encuentre atrasado, a fin que éste investigue la causa procure se ponga al día en sus pagos;

c) Informar en Asamblea Ordinaria o Extraordinaria sobre la marcha de la Tesorería y el estado de las finanzas y dar cuenta de cualquier irregularidad que notare;

d) Elevar a la Asamblea Ordinaria Anual, un informe escrito sobre las finanzas de la Institución, sobre la forma que se ha llevado la Tesorería durante el año y sobre el balance del ejercicio anual que confeccione el Tesorero, recomendando a la Asamblea la aprobación o rechazo total o parcial del mismo; y

e) Comprobar la exactitud del inventario.

Artículo Trigésimo Séptimo: La Comisión Revisora de Cuentas será presidida por el miembro que obtenga el mayor número de sufragios en la respectiva elección y no podrá intervenir en los actos administrativos del Directorio. En caso de vacancia en el cargo del Presidente será reemplazado con todas sus atribuciones por el miembro que obtuvo la votación inmediatamente inferior a éste. Si se produjera la vacancia simultánea de dos o más cargos de la Comisión Revisora de Cuentas, se llamará a nuevas elecciones para ocupar los puestos vacantes; si la vacancia fuera sólo de un miembro, continuará con los que se encuentren en funciones con todas las atribuciones de la Comisión. La Comisión sesionará con la mayoría absoluta de sus miembros y los acuerdos serán adoptados por la mayoría absoluta de los asistentes. En caso de empate, decidirá el voto del que preside.

TITULO VIII
De La Comisión de Ética

Artículo Trigésimo Octavo: Habrá una Comisión de Ética, compuesta de tres miembros, elegidos cada tres años (máximo 5 años) en la Asamblea General Ordinaria Anual, en la forma y con los requisitos establecidos en el artículo vigésimo tercero. Los miembros de dicha Comisión durarán tres años (máximo 5 años) en sus funciones y podrán ser elegidos indefinidamente.

Artículo Trigésimo Noveno: La Comisión de Ética se constituirá dentro de los treinta días siguientes a su elección, procediendo a designar, de entre sus miembros, un Presidente y un Secretario. Deberá funcionar con la mayoría absoluta de sus miembros y sus acuerdos se adoptarán por la mayoría absoluta de los asistentes. En caso de empate, decidirá el voto del que preside. Todos los acuerdos de la Comisión deberán constar por escrito y los suscribirán todos los miembros asistentes a la respectiva reunión.

Artículo Cuadragésimo: En caso de ausencia, fallecimiento, renuncia o imposibilidad de alguno de los miembros de la Comisión de Ética para el desempeño de su cargo, el Directorio le nombrará un reemplazante que durará en sus funciones sólo el tiempo que faltare para completar su período al miembro de la Comisión reemplazado, el cual deberá tener la calidad de socio activo de la Asociación. Se considerará que existe ausencia o imposibilidad si el miembro de la Comisión no asiste por un período de tres meses.



Artículo Cuadragésimo Primero: La Comisión de Ética, en el cumplimiento de sus funciones aplicará las medidas disciplinarias, en primera instancia, previa investigación de los hechos efectuada por el Instructor, conforme al procedimiento que señala el artículo duodécimo.

TITULO IX Del Patrimonio

Artículo Cuadragésimo Segundo: El patrimonio de la Asociación estará formado por los bienes que forman su patrimonio inicial, que son cien mil pesos chilenos.- Los bienes que no consistan en dinero se aportarán del siguiente modo. Además, formarán también el patrimonio las cuotas de la Asociación, ordinarias y extraordinarias determinadas con arreglo a los estatutos; por las donaciones entre vivos o asignaciones por causa de muerte que se le hicieren; por el producto de sus bienes o servicios remunerados que preste; por la venta de sus activos y por las erogaciones y subvenciones que obtenga de personas naturales o jurídicas, de la Municipalidad o del Estado y demás bienes que adquiera a cualquier título.

Las rentas, utilidades, beneficios o excedentes de la Asociación, no podrán por motivo alguno distribuirse a sus afiliados ni aún en caso de disolución, debiéndose emplear en el cumplimiento de sus fines estatutarios.

Artículo Cuadragésimo Tercero: La cuota ordinaria mensual será determinada por la Asamblea General Ordinaria anual, a propuesta del Directorio, y no podrá ser inferior a UF 1. Asimismo, la cuota de La Asociación será determinada por la Asamblea General Ordinaria del año respectivo, a propuestas del Directorio, y no podrá ser inferior a UF 1. El Directorio estará autorizado para establecer que el pago de las cuotas ordinarias, se haga mensual, trimestral o semestral.

Artículo Cuadragésimo Cuarto: Las cuotas extraordinarias serán determinadas por una Asamblea General Extraordinaria, a propuesta del Directorio, no pudiendo ser su valor inferior a UF 1. Se procederá a Fijar y exigir una cuota de esta naturaleza, cada vez que lo requieran las necesidades de la Asociación. No podrá fijarse más de una cuota extraordinaria por mes.

Los fondos recaudados por concepto de cuota extraordinaria no podrán ser destinados a otro fin que al objeto para el cual fueron recaudados, a menos que una Asamblea General especialmente convocada al efecto, resuelva darle otro destino.

TITULO X

De La Modificación de Estatutos, de la Fusión y de la Disolución de la Asociación

Artículo Cuadragésimo Quinto: La Asociación podrá modificar sus estatutos, sólo por acuerdo de una Asamblea General Extraordinaria adoptado por los dos tercios de los socios presentes.

Artículo Cuadragésimo Sexto: La Asociación podrá fusionarse o disolverse voluntariamente por acuerdo de una Asamblea General Extraordinaria adoptada por los dos tercios de los miembros presentes.

Acordar la disolución voluntaria, o decretada la disolución forzada de la Asociación, sus bienes pasarán a la Institución sin fin de lucro, con personalidad jurídica vigente denominada "Comite de Desarrollo Turístico y de Defensa del Lago Colbun".

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

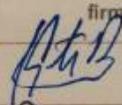
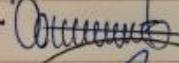
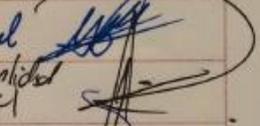
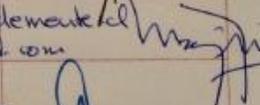
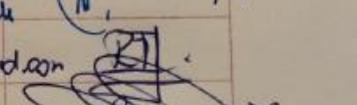
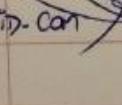
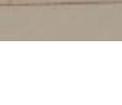
REUNIÓN INICIAL DE PROYECTO



LISTA DE ASISTENCIA

reunión: Plan de Acción ZOIT Colbún - Rari

fecha: 28.04.2016. lugar: Sernatur R. Maule

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
	GASTON POZO C.	CORP. DES. TUR. LAGO COLBUN, RARI	DIRECTOR CIRCULAR	GASTONPOZO@GMAIL.COM	
	Carolina REYES A.	SERNATUR	DIRECTORA Regional	CREYES@SERMATUR.CL	
	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	Rmelo@sermatur.cl	
	Ambal Urbina P.	Municipalidad Colbún	OMBE	Aurbina@munipalidadcolbun.cl	
	Margarita Izquierdo	Municipalidad Su. Clemente	Encargada Promoción y difusión turística	mizquierdo@sudclemente.cl mizquierdo@gmail.com	
	Milos Miskovic	ID	Dir. Proyecto	milos@experienciaid.cl	
	Romina Lemos	ID	Directora	romina@experienciaid.com	
	LEANDRO PENTAZO S.	ID	EJECUTIVO PROYECTOS	LEANDRO@EXPERIENCIAID.COM	

TALLER 5





contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: ZOIT LAJO COLBÚN - RARI: INFRAESTRUCTURA, OFERTA y CAPITAL HUMANO.

fecha: 01 DE JUNIO DE 2016. lugar: SALÓN DÍDEL, SAN CLEMENTE.

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Monica Lamura	comercio en caños a la puerta de la villa	dueño	mmucalamura@hotmail.com	98200 7777	<i>[Firma]</i>
2	Maura Vorardi	✓	✓	✓	✓	<i>[Firma]</i>
3	ANDRÉS AVILA S.	MUNICIPALIDAD DE SAN CLEMENTE	DIRECTOR TURISMO	A AVILA@STUDIO.3.cl	9514113	<i>[Firma]</i>
4	Margarita Izquierdo Sofia	Municipalidad San Clemente	Promoción y Información turística	mizquierdo@sanclemente.cl	92692369	<i>[Firma]</i>
5	Huis Reyes Sepulveda	Municipalidad San Clemente CAMPILO	Practicante de turismo	reyes@turismo.50@gmail.com	99404996	<i>[Firma]</i>
6	ARTURO de Maya	MARINA COLBÚN	Dueño	arturo@marcolbun.cl	99342 5133	<i>[Firma]</i>
7	Francisco Ojeda Nova	Municipalidad de San Clemente	Director Desarrollo Economico Local	didelso@gmail.com	997503475	<i>[Firma]</i>
8	Lilo, Lillo	ID	Dir. p.to.	Lillo@experienciaid.com	90324159	<i>[Firma]</i>
9	LEANDRO PENALOSA S.	ID	Ejec. Proyecto	leandro@experienciaid.com	65440038	<i>[Firma]</i>

TALLER 6





contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: ZOIT LAGO COLBÚN - RARI, TALLER DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y PROMOCIÓN.

fecha: 08 DE JUNIO DE 2016 - lugar: SALÓN MUNICIPAL, COLBÚN

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Adriano Rojas Saldaña	Restaurante 3 7 1/2	Dueño		98830555	[Firma]
2	Carolina Castro	Pedro	Dueño	ecopars.bra.madero@yahoo.cl	92380184	[Firma]
3	PETUR OVALLE LA MAZA	MARINA LAGO COLBÚN	Dueño	oalvalle@map.com	993425133	[Firma]
4	Gabriel Valenzuela	Café de BIERRES LIMOPUT	Dueño	sofe.limosquet@yahoo.es	988621595	[Firma]
5	Claudia Jara	SEMATUR	Periodista	claudia.jara@live.com	992232572	[Firma]
6	Ricardo Melo	Sematur	Profesional Desarrollo	rmelo@sematur.cl	712237669	[Firma]
7	GUSTAVO GUYMAN	Sol y Sombra	Socia	gguyman36@gmail.com	99324645	[Firma]
8	Aribal Urtubia Rodríguez	Municipalidad Colbún	sefe DMOEL	urtubia@municipalidadcolbun.cl	977924382	[Firma]
9	Margot Vergara	Maestran Manu Presidenta			86003096	Margot



contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Ana María Fernández	La Roca Estiveros	Dueño	anitta@live.cl	985334708	[Firma]
11	PAOLA PEDERO C.	MUNICIPALIDAD	FORNTO	PAOLAPEDERO@gmail.com	976684547	[Firma]
12	Juan Pablo Parodi Rojas	CAMPING Vista Hermosa	Tribunador	JASPO68@Hotmail.cl	72119869	[Firma]
13	Paulina Ramírez A.	Leon de Buenos Aires	Administradora	ADMINISTRADORA@leonpuerto.cl	94507623	[Firma]
14	Jonathan Lugo M.	Leon de Buenos Aires	Administrador	Administrador@Leonpuerto.cl	93634217	[Firma]
15	Marisol Casanova	Turismo el Recado	tesorera	marisolrecado@gmail.com	981455579	[Firma]
16	Luís Poutamegro	Turismo el Recado	Dueño	turismoelrecado@gmail.com	988087117	[Firma]
17	Marlon Bischof	Cama Turística Villa de los Hostes La Granville	Dueño	info@hostelamgranville.com	96636775	[Firma]
18	Mateo Sotomayor	Municipalidad San Clemente	Depto Turismo	mizqueado@sandem.cl	938285	[Firma]
19	LEANDRO PENALBA	ID	EJEC. PROYECTO	leandro@experienciaid.com	63940038	[Firma]
20	Cibol Cibol	ID	Dir. Depto.	cid@experienciaid.com	903285	[Firma]

TALLER 7





contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: ZOIT LAGO COLBÚN - RARI, TALLER DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y PROMOCIÓN.

fecha: 08 DE JUNIO DE 2016 - lugar: SALÓN MUNICIPAL, COLBÚN -

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Adriano Rojas Saldaña	Restaurante 3 7 1/2	Dueño		78830555	[Firma]
2	Cecilia Castro	Pedro	Dueño	ecopars.bra.madero@yahoo.cl	92380184	[Firma]
3	RETUR O DELA MAZA	MARINA LAGO COLBUN	Dueño	delmaza@colbun.cl	993425133	[Firma]
4	Gabriel Valenzuela	Cafe de BIERES Limopot	Dueño	sofe.limosquet@yahoo.es	988621595	[Firma]
5	Claudia Jara	SEMATUR	Periodista	claudiajara@live.com	992232572	[Firma]
6	Ricardo Melo	Sematur	Procesador Desarrollo	rmelo@sematur.cl	712233669	[Firma]
7	GUSTAVO GUYMAN	Sol y Sombra	Socia	gguyman36@gmail.cl	99324645	[Firma]
8	Aribal Urtubia Rodríguez	Municipalidad Colbún	sefe DMOEL	urtubia@municipalidadcolbun.cl	977924382	[Firma]
9	Margot Vergara	Marestan Man	Presidenta		86003096	[Firma]



contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Ana María Fernández	La Aves Estivero	Dueño	anitta@live.cl	985334708	[Firma]
11	PAOLA PEDERO C.	MUNICIPALIDAD	FORNTO	PAOLAPEDERO@gmail.com	976684547	[Firma]
12	Juan Pablo Paredo Rojas	CAMPING Vista Hermosa	Tribunador	JASPO68@Hotmail.cl	72119860	[Firma]
13	Paulina Ramirez A.	Leon de Buena Vista	Administradora	ADMINISTRADORA@leonbuena.cl	94507623	[Firma]
14	Jonathan Lopez M.	Leon de Buena Vista	Administrador	Administrador@Leonbuena.cl	93634217	[Firma]
15	Marisol Casanova	Turismo el Recado	tesorera	turismorecado@gmail.com	981455579	[Firma]
16	Luís Poutamegro	Turismo el Recado	Dueño	turismoelrecado@gmail.com	988087117	[Firma]
17	Marlon Bischof	Hostal La Granville	Dueño	info@hostellagramavilla.com	96636775	[Firma]
18	Mateo Antonio Zamudio Soffa	Municipalidad San Clemente	Depto Turismo Enc. Promoción	mizqueado@sandem.cl	9382889	[Firma]
19	LEANDRO PENALBA	ID	EJEC. PROYECTO	leandro@experienciaid.com	63940038	[Firma]
20	Cibol Cibol	ID	Dir. Depto	cid@experienciaid.com	903285	[Firma]

TALLER 8



REUNIÓN GOBERNANZA



ETAPAS ESTUDIO PARA LA GENERACION DE PLAN DE ACCION ZOIT LAGO COLBÚN - RARI

ETAPA 0 – ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

De acuerdo a la **Ley 20.423, del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo**, en su artículo 13 señala que son Zonas de Interés Turístico (ZOIT) “los territorios comunales, intercomunales o determinadas áreas dentro de éstos, que tengan condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y una planificación integrada para promover las inversiones del sector privado”.

Asimismo, la Ley indica en el artículo 17 que “las Zonas de Interés Turístico tendrán carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento al desarrollo de esta actividad, como asimismo para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios”.

Para la organización y puesta en marcha del proyecto se consideró como objetivo general el objetivo mismo del desarrollo de la presente consultoría y que se refiere a:

Formular e implementar un Plan de Acción para obtener declaratoria ZOIT del territorio propuesta Lago Colbún-Rari, que no cuenta con esta calidad de Zona de Interés Turístico, que permita identificar una estrategia de desarrollo turístico para el destino, en el que se deberán plasmar todas las acciones y estrategias, metas e indicadores de evaluación necesarios para la adecuada gestión de la ZOIT, por parte de la entidad gestora y de esta forma superar las brechas identificadas y alcanzar la visión que se desea para el territorio propuesto.

Cada una de las actividades que se realizaron para la organización, puesta en marcha del proyecto, pero también de manera transversal en las actividades realizadas se mantiene una orientación de visión sobre la forma del desarrollo turístico que ha de responder a los criterios de sustentabilidad.

Para ello, el modelo implementado es aquel del modelo del **Diamante del Desarrollo Turístico Sustentable** realizado por el Dr. Josep Chias, y que se basa en los ejes de visitantes, la comunidad, los mínimos impactos ambientales y las inversiones realizadas.

Figura 1. Diamante del desarrollo turístico sustentable



Estos cuatro ejes son los que guían el actuar para la planificación que se desarrolla para resguardar la optimización de los recursos y la amplificación de los resultados con el control y así mantener un desarrollo turístico de forma sustentable para el territorio.

Por su parte, el **Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable** (*Subsecretaría de Turismo, 2014*), reconoce el concepto de la Organización Mundial del Turismo (OMT) del turismo sustentable y que incorpora las variables ambientales, sociales y económicas:

- Dando un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico.
- Respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando los activos culturales, arquitectónicos, valores tradicionales y contribuyendo al entendimiento y el respeto intercultural.
- Asegurando actividades económicas viables a largo plazo que contribuyan a la reducción de la pobreza y cuyos beneficios sean distribuidos equitativamente.

Teniendo en cuenta, consecuentemente, el marco general que el desarrollo turístico a implementar en los territorios turísticos para ZOIT Lago Colbún-Rari debe ser sustentable, a seguir se detallan las acciones realizadas y que dieron por iniciado el proyecto.



0.1. Organización

Con el propósito de generar una instancia de coordinación para la implementación del proyecto se realizó la organización de una reunión inicial entre actores públicos y privados convocados por parte del Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) de la Región del Maule.

En la ocasión se expusieron los objetivos del proyecto, las etapas y actividades a realizar y se aprobó la Carta Gantt.

En la reunión se dio el consenso sobre la **imagen gráfica** a utilizar y que representó los conceptos de tradición y logro y es la que se muestra a continuación:

Figura 2. Imagen-marca ZOIT Lago Colbún-Rari



fuelle: elaboración propia, 2016

La **organización para el seguimiento del proyecto** se constituyó con los siguientes actores:

- Sernatur Región del Maule.
- Ilustre Municipalidad de San Clemente.
- Ilustre Municipalidad de Colbún.
- Corporación para el Desarrollo Turístico del Lago Colbún y sus Alrededores.
- equipo ejecutor.

Asimismo, se tomó el acuerdo de la existencia en el territorio de una entidad con capacidades de gestión que pueda cumplir con los requerimientos para asumir los compromisos de una Contraparte Interesada para la implementación del Plan de Acción.

Se trata de la Corporación para el Desarrollo Turístico del Lago Colbún y sus alrededores quienes se incorporaron como parte esencial de su quehacer la implementación del Plan de Acción resultante.

Finalmente, se definió que las reuniones de coordinación se realizarían cada mes para dar seguimiento y revisar avances. De la misma manera, se concordó que las actividades de mesas técnicas de transferencia sobre la gobernanza para la entidad gestora serán efectuadas en paralelo a dichas reuniones de coordinación mensuales.

0.2. Plan del Plan

El Plan del Plan se constituye como un **Plan de Comunicaciones del proceso de generación del Plan de Acción para la Declaratoria ZOIT**, territorio Lago Colbún-Rari.

El documento fue elaborado y remitido a la contraparte Sernatur Región del Maule para su puesta en marcha y contempló la propuesta de acciones dirigidas a conseguir:

- Mayor sensibilización de la comunidad del territorio Lago Colbún-Rari y de quienes habitan en la Región del Maule sobre la importancia de una declaratoria ZOIT y los procesos de avance de la iniciativa.
- Alcanzar mayor grado de difusión sobre los avances del proyecto entre los actores privados cuyas labores inciden o tienen relación con el territorio, para su afianzamiento y participación en los distintos talleres y procesos de toma de decisiones en concordancia con la metodología técnica a aplicar.
- Aportar a la difusión sobre los avances entre los actores públicos locales, regionales y nacionales a fin de sensibilizar sobre la importancia de la declaratoria para el territorio y los beneficios que se conseguirán a través de las actividades a plantear en el Plan de Acción.

El detalle de las líneas de acción propuestas puede ser revisado en el Anexo A.2. El Plan del Plan.

0.3. Conformación Mesa de Organización del Destino

De acuerdo con la contraparte y la reunión público-privada de inicio del proyecto se definió que, en el territorio respectivo, Lago Colbún-Rari, se cuenta con la instancia local que agrupa de manera intersectorial los actores de relevancia para el desarrollo turístico.

Es así como se definió que la **Corporación para el Desarrollo Turístico del Lago Colbún y sus Alrededores** actuará como la parte interesada que asumió las responsabilidades de presentar el Plan de Acción y, tras la aprobación, garantizar su adecuada implementación.

Los actuales actores integrantes en dicha corporación son:

- Ilustre Municipalidad de Colbún.
- Ilustre Municipalidad de San Clemente.
- Comité de Desarrollo Turístico y Defensa del Lago Colbún.
- Cámara de Turismo de San Clemente.
- Agrupación de Ecoturismo y Artesanía de Colbún.

En el Anexo A.3. Modelo de Gobernanza ZOIT se presenta en detalle consideraciones a tener en cuenta respecto a los estatutos, diagrama de operación, roles y funciones, además de los perfiles de cargo y vías de financiamiento.

ETAPA I – ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Esta fase se dio por iniciada de manera paralela a la etapa anteriormente y tuvo como propósito la búsqueda y análisis de la información para la creación de contenidos para la Ficha de Solicitud Declaratoria ZOIT desarrollada por la Subsecretaría de Turismo.

Para la realización de las actividades se aplicó la metodología de trabajo de gabinete, talleres y levantamiento de opiniones.

A continuación, se presentan los principales resultados y en el Anexo A.4. Ficha de Solicitud de Declaración ZOIT Lago Colbún-Rari se consolida la información solicitada para este proceso.

I.1. Diagnóstico socio-territorial y turístico

El diagnóstico socio-territorial y turístico responde a la necesidad de contar con la información geográfica y administrativa del área, asimismo de los aspectos de accesibilidad, transporte, gestión de sustentabilidad y población.

El territorio a ser propuesto para la declaratoria ZOIT se circunscribe administrativamente a parte de las extensiones de las comunas de San Clemente y Colbún, situadas en la zona centro-este, zona precordillerana de la Región del Maule.

Los principales accesos son dados a través de la conectividad de vías transversales con la Ruta 5 Sur y la accesibilidad, o interconexión internacional, con Argentina a través del Paso Pehuenche.

Las comunas de San Clemente y Colbún tienen una población de 39.144 y 18.614 habitantes respectivamente; datos en base Censo 2002 y proyectados al 2012 (*Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2016*).

Sobre la oferta turística local se analizó la información disponible de Sernatur Región del Maule sobre los atractivos, o recursos, del territorio.

Por recurso se entiende el conjunto de atractivos del territorio, el patrimonio natural y cultural, el clima y las personas. Pues, es el hombre, su legado histórico y el entorno los tres elementos base para la planificación y gestión turística.

Del listado disponible de recursos turísticos comunales de Sernatur para las comunas de San Clemente y Colbún se han diferenciado aquellos de jerarquía internacional, nacional y regional para su análisis. Estos atractivos seleccionados son:

Figura 3. Recursos/attractivos turísticos locales

nombre	comuna	categoría
18 CHICO EN SAN CLEMENTE	SAN CLEMENTE	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
ACANTILADO CABEZA DEL INDIOS DE EL MORRILLO	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
ARTESANÍAS EN CRIN DE RARI	COLBÚN	FOLKLORE
CAJÓN RÍO CIPRESES	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
CERRO AZUL	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
CERRO PEINE	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
DÍA DE TODOS LOS SANTOS EN VILCHES	SAN CLEMENTE	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
EL ENLADRILLADO	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
EL GRAN SALTO DEL MAULE	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
ENCUENTRO CHILENO ARGENTINO PASO PEHUENCHE	SAN CLEMENTE	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
FIESTA DE SAN SEBASTIÁN EN PANIMAVIDA	COLBÚN	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
FIESTA DEL CRIN DE RARI	COLBÚN	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
LAGO COLBÚN	COLBÚN	REALIZACIÓN TÉC., CIEN. O ART. CONTEMPORÁNEA
LAGUNA DEL DIAL	COLBÚN	SITIO NATURAL
LAGUNA DEL MAULE	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
LAGUNA LA INVERNADA	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
MUESTRA DE ARTESANÍA Y FOLKLORE NACIONAL	COLBÚN	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
NOCHE DE SAN JUAN EN RARI	COLBÚN	ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
PARQUE GIL DE VILCHES Y PIEDRAS TACITAS	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
PASO NEVADO	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
PASO PEHUENCHE	SAN CLEMENTE	REALIZACIÓN TÉC., CIEN. O ART. CONTEMPORÁNEA
PREDIO EL MORRILLO (SN)	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
RESERVA NACIONAL ALTOS DE LIRCAY	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
RESERVA NACIONAL LOS BELLOTOS DEL MELADO	COLBÚN	SITIO NATURAL
RIBERA NORTE DEL LAGO COLBÚN	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL

RÍO COREL	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
RÍO EL MELADO	COLBÚN	SITIO NATURAL
RÍO LIRCAY	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
SECTOR CORDILLERANO EL MELADO	COLBÚN	SITIO NATURAL
TELARES DE QUINAMAVIDA	COLBÚN	FOLKLORE
TERMAS DE PANIMAVIDA	COLBÚN	SITIO NATURAL
TERMAS DE QUINAMAVIDA	COLBÚN	SITIO NATURAL
TRAMO SENDERO DE CHILE ALTOS DE LIRCAY	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
TRAMO SENDERO DE CHILE LA CAMPANA	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
TRAMO SENDERO DE CHILE LOS BELLOTOS	COLBÚN	SITIO NATURAL
TRAMO SENDERO DE CHILE RÍO MELADO	COLBÚN	SITIO NATURAL
VALLE DEL CAMPANARIO	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
VALLE DEL VENADO	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
VILCHES ALTOS	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
VILCHES BAJOS	SAN CLEMENTE	FOLKLORE
VOLCÁN DESCABEZADO GRANDE	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
VOLCÁN QUIZAPU	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL
VOLCANES LOS HORNILLOS	SAN CLEMENTE	SITIO NATURAL

fuerite: elaboración propia en base Sernatur, 2016

En los talleres realizados se procedió a efectuar la valoración de recursos señalados y en particular sobre los siguientes criterios:

- el **valor intrínseco**, que responde al valor del recurso dentro de su propia categoría; y,
- el **carácter local**, para evidenciar qué tan característico del lugar es cada uno de los atractivos.

Estos datos han sido luego analizados técnicamente por el equipo consultor, como también se han efectuado las revisiones para los remanentes criterios de valoración:

- la **unicidad**, que es la que adquiere un recurso por ser, único, particular, singular.

- la **concentración de oferta**, que es un valor derivado de la concentración de productos y actividades disponibles como oferta total que se ofrece al público dentro del mismo territorio; y,
- la **notoriedad**, que es la característica que mide el grado de conocimiento del producto por parte del mercado.

La unicidad se ha evaluado partiendo de la jerarquización de atractivos desarrollada por Sernatur, la concentración de oferta según los prestadores de servicios distribuidos en el territorio y la notoriedad se ha trabajado en conjunto con los análisis del posicionamiento en el mercado de los atractivos lo cual se evaluó revisando la información disponible en materiales y sitios web.

Como resultado se ha obtenido un listado, un ranking, del **valor potencial de productos** donde la puntuación máxima es de 30 puntos reflejando, en primer lugar, a aquellos que tienen una mayor capacidad de atracción y clasificados de la siguiente manera:

productos **estrella**: 30 puntos
 productos **A**: 25 a 29 puntos
 productos **B**: 20 a 24 puntos
 productos **C**: 15 a 19 puntos
 productos **D**: menos de 15 puntos

El análisis realizado arroja el siguiente ranking de productos para el territorio:

PRODUCTOS A

ARTESANÍAS EN CRIN DE RARI (29 puntos)
 LAGUNA DEL MAULE (28 puntos)
 EL GRAN SALTO DEL MAULE (27 puntos)
 FIESTA DEL CRIN DEL RARI (26 puntos)
 PASO PEHUENCHE (25 puntos)

PRODUCTOS B

EL ENLADRILLADO (22 puntos)
 TERMAS DE PANIMAVIDA (22 puntos)
 SECTOR CORDILLERANO EL MELADO (21 puntos)
 ENCUENTRO CHILENO ARGENTINO PASO PEHUECHE (21 puntos)
 18 CHICO EN SAN CLEMENTE (21 puntos)
 RESERVA NACIONAL LOS BELLOTOS DEL MELADO (21 puntos)
 TRAMO SENDERO DE CHILE ALTOS DE LIRCAY (20 puntos)
 CERRO PEINE (20 puntos)

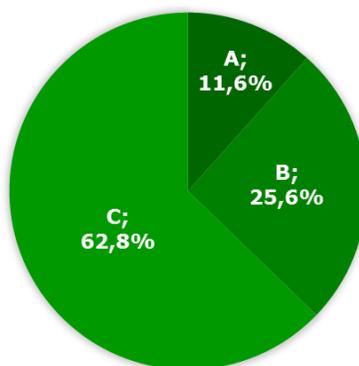


PRODUCTOS C

- MUESTRA DE ARTESANÍA Y FOLKLORE NACIONAL (19 puntos)
- ACANTILADO CABEZA DEL INDIO DE EL MORRILLO (19 puntos)
- VOLCÁN DESCABEZADO GRANDE (19 puntos)
- TELARES DE QUINAMÁVIDA (19 puntos)
- LAGO COLBÚN (18 puntos)
- VILCHES BAJO (18 puntos)
- CERRO AZUL (18 puntos)
- VALLE DEL CAMPANARIO (18 puntos)
- VOLCÁN QUIZAPU (18 puntos)
- VALLE DEL VENADO (17 puntos)
- PREDIO EL MORRILLO (17 puntos)
- VOLCÁN LOS HORNILLO (17 puntos)
- CAJÓN RÍO CIPRESES (17 puntos)
- RÍO LIRCAY (17 puntos)
- RÍO EL MELADO (17 puntos)
- DÍA DE TODOS LOS SANTOS EN VILCHES (17 puntos)
- LAGUNA DEL DIAL (16 puntos)
- NOCHE DE SAN JUAN EN RARI (16 puntos)
- PARQUE GIL DE VILCHES Y PIEDRAS TACITAS (16 puntos)
- RIBERA NORTE DEL LAGO COLBÚN (16 puntos)
- FIESTA DE SAN SEBASTIÁN EN PANIMÁVIDA (16 puntos)
- LAGUNA LA INVERNADA (16 puntos)
- TRAMO SENDERO DE CHILE LOS BELLOTOS (16 puntos)
- TRAMO SENDERO DE CHILE LA CAMPANA (16 puntos)
- PASO NEVADO (16 puntos)
- TRAMO SENDERO DE CHILE RÍO MELADO (16 puntos)
- RÍO COREL (15 puntos)

De este análisis se puede concluir que un 11,6% de los productos son considerados en la escala del ranking como A, el 25,6% como B y el 62,8% como C.

Figura 4. Productos del territorio según valoración



fuentes: elaboración propia, 2016

El análisis también muestra que no existen, de los que se denominarían, productos estrella, como tampoco productos D.

La composición de productos significa un **alto grado de atracción hacia el territorio**, y, por ende, para impulsar el desarrollo turístico, en particular de: ARTESANÍAS EN CRIN DE RARI, LAGUNA DEL MAULE, EL GRAN SALTO DEL MAULE, FIESTA DEL CRIN DEL RARI, PASO PEHUENCHE. Estos productos son indispensables para configurar las ofertas y las experiencias turísticas del territorio.

Los productos B, aunque cuentan con alta atraktividad, son aquellos que complementan la estadía. No obstante, estos productos también pueden responder a un interés particular de ciertos nichos de mercado.

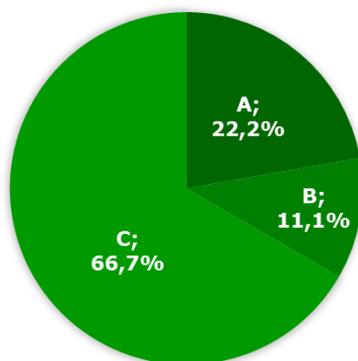
Finalmente, los productos C cuentan con menor valor potencial y necesitan de mayor estructuración para complementar su atractivo para los mercados.

En particular en lo que concierne al área a proponer como polígono para la ZOIT debido a su entorno más inmediato al Lago Colbún y Rari, el resultado del ranking de valoración es:

PRODUCTO A	ARTESANÍAS EN CRIN DE RARI (29 puntos)
PRODUCTO A	FIESTA DEL CRIN DEL RARI (26 puntos)
PRODUCTO B	TERMAS DE PANIMÁVIDA (25 puntos)
PRODUCTO C	MUESTRA DE ARTESANÍA Y FOLKLORE NACIONAL (19 puntos)
PRODUCTO C	LAGO COLBÚN (18 puntos)
PRODUCTO C	NOCHE DE SAN JUAN EN RARI (16 puntos)
PRODUCTO C	RIBERA NORTE DEL LAGO COLBÚN (16 puntos)
PRODUCTO C	FIESTA DE SAN SEBASTIÁN EN PANIMÁVIDA (16 puntos)
PRODUCTO C	PASO NEVADO (16 puntos)

Lo que se traduce en la siguiente distribución de un 22,2% como productos A, 11,1% B y 66,7% C:

Figura 5. Productos del territorio a ser propuesto ZOIT, según valoración



fuentes: elaboración propia, 2016

La valorización indica que **los productos en torno a las artesanías en crin de Rari son lo que poseen el mayor atractivo** para el desarrollo y posicionamiento de los mercados, seguido por el recurso de termas, el lago Colbún y actividades culturales locales.

No obstante, los productos C deberán ser trabajados en su estructuración para poder irse transformando en B y con ello promover de manera más óptima el desarrollo turístico local agregando mayor valor turístico para el territorio.

Por último, en el marco de esta etapa se revisaron las coherencias para el desarrollo del turismo local en vista de las estrategias, planes nacionales, regionales y locales del sector.

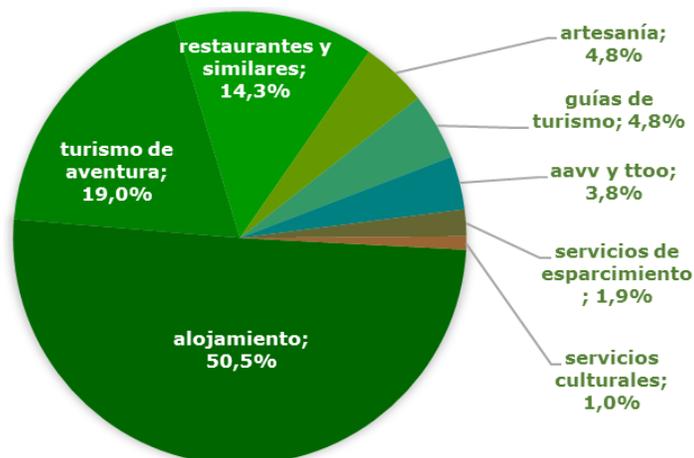
Es así como se analizaron las pertinencias específicas enmarcadas en la Estrategia Nacional de Turismo, el Plan Nacional para el Desarrollo Turísticos Sustentable, el Plan de Acción Sernatur Región del Maule y los instrumentos locales de planificación. Además de otros antecedentes se procedió a completar la respectiva coherencia solicitada para la ficha de solicitud de declaratoria ZOIT.

I.2. Situación de sectores vinculados al turismo

Los sectores vinculados al turismo son aquellos prestadores de servicios turísticos que están debidamente inscritos en el Registro de Prestadores de Servicios Turísticos que administra Sernatur.

Teniendo en consideración la información proporcionada por Sernatur Región del Maule a continuación se muestra la concentración de servicios turísticos, en particular, de las comunas de San Clemente y Colbún:

Figura 6. Prestadores de Servicios Turísticos, San Clemente y Colbún



fuentes: elaboración propia en base Sernatur, 2016

Del total de 105 registros el **50,5% corresponden a alojamientos turísticos y un 19,0% a turismo de aventura**. Estas dos tipologías, además, son aquellas que se

encuentran con la obligación de efectuar su registro ante el Sernatur.

Adicionalmente, el registro lo complementan empresas del rubro de restaurantes y similares, artesanía, guías de turismo, agencias de viajes y tour operadores, servicios de esparcimiento y cultura.

Para el análisis del territorio a ser postulado ZOIT se toma la base completa de prestadores de las comunas de San Clemente y Colbún debido a la proximidad de los empresarios a atractivos que componen el territorio a ser declarado. En el polígono que se presenta se muestra la distribución de los prestadores dentro del territorio a ser postulado ZOIT y de aquellos que se encuentran en los espacios más inmediatos.

Se considera de relevancia señalar que en estos territorios comunales actualmente se cuenta con 4 empresas y 5 certificaciones o distinciones por los Sellos Q o S, respectivamente:

Figura 7. Prestadores de Servicios Turísticos con Sellos Q y S

 <p>SELLO DE Calidad Turística</p>	<p>Turismo Maule, Tour Operador Camping Los Nogales de Vilches, Camping, <i>calificación: básico</i> Cabañas Antemávida, Cabañas, <i>calificación: 2 estrellas</i></p>
 <p>DISTINCIÓN Turismo Sustentable</p>	<p>Camping Los Nogales de Vilches, Camping, <i>nivel: 1</i> Refugio del Tricahue, Hostal o albergue (refugio), <i>nivel: 1</i></p>

fuentes: elaboración propia en base Sernatur, 2016

Esta cifra arroja del total de empresas que, de las 105 empresas registradas, un 4,8% cuenta con certificación o distinción Q o S.

No obstante, si el análisis se realiza sobre el territorio más inmediato a la delimitación a proponer como ZOIT, se considera un registro de 57 empresas que podrían optar a certificación o distinción, o que un **7,0% actualmente cuenta con alguno de los sellos** mencionados.

I.3. El turismo en el territorio

Tan solo el turismo internacional representa hoy más de **1.184 millones de arribos** a distintos destinos mundiales y esta cifra, según la OMT, alcanzará los 1.800 millones al 2030.

Para el 2016, la OMT espera un aumento para las Américas de un 4 a 5% en flujos de turismo internacional.

Por su parte, Chile ha cerrado las cifras de turismo receptivo en **4.477.033 turistas**

en el 2015, de las cuales Argentina representa la mayor importancia en flujo superando los 1,7 millones de llegadas.

La Subsecretaría de Turismo (*Barómetro de Turismo, 2016*) ha indicado que para el año en curso **el turismo seguirá creciendo** con aumentos que hasta el mes de marzo han sido sobre el 30% habiéndose al primer trimestre 2016 sobrepasado los 1,8 millones de arribos, prácticamente 500 mil turistas más que el mismo período 2015.

En este contexto, en cuanto a las Américas como procedencia de flujos para Chile, el mercado argentino es el que ha demostrado las mayores alzas hasta la fecha, con un 62,7%, seguido por el aumento del 25,3% de EEUU y 23,7% de Colombia.

Los aumentos también se registraron de otros mercados, como el de China, que se incrementó en un 70,3%, Australia, 32,7% y Reino Unido, 32,5%.

De acuerdo a los datos provistos en el informe IPK para ITB (*Reporte de Tendencias Mundiales de Viaje, 2015*) indica las siguientes condiciones de **tendencias a tener en consideración para el 2016 y los próximos años**:

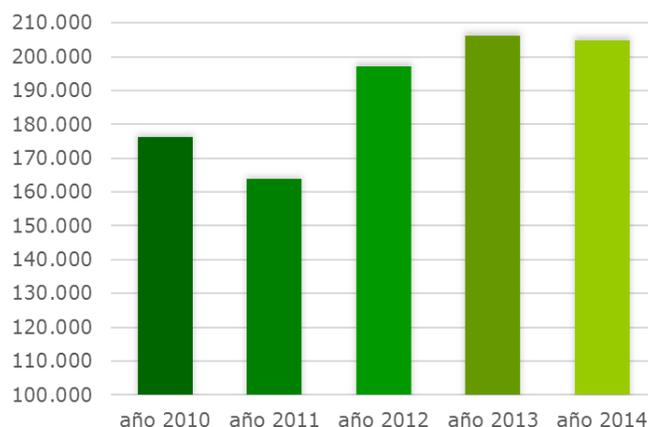
- El turismo ha estado creciendo a pesar de las crisis y conflictos que ocurren a nivel internacional con cifras sobre el 4.5%
- Para el 2016 se espera una leve recuperación económica global a un crecimiento del PIB cercano al 3.8%, sobre el 3.3%, por ejemplo, registrado el 2014.
- El aumento de arribos se ha traducido también en un aumento de pernoctaciones y resultando en estadía promedio en turismo internacional de 7.3 noches.
- Los viajes de corta estadía, 1 a 3 noches, representan actualmente el 33% del total de flujos, respecto al 37% que representan viajes de 4 a 7 noches y el 30% que corresponde a viajes de 8 noches o más.
- Los hoteles y experiencias de lujo han aumentado su participación en los mercados, al igual que el alojamiento parahotelero (alojamiento no considerado como hotel), mientras otras categorías han ido perdiendo su posición a nivel mundial.
- El sector parahotelero representa el 40% del total del total de la proporción de alojamientos en cuanto el turismo internacional. La mitad representado por casas vacacionales y segunda vivienda, y el restante 50% comprende los hostales, campings, hostels, etc. Los viajeros usuarios de alojamientos vía plataformas de reserva como Airbnb o Wimdu aún comprenden un bajo porcentaje del mercado.
- Se calcula que un cuarto de todos los viajes se ven influenciados por las redes sociales, especialmente en cuanto a la decisión del viajero sobre el destino y el alojamiento; mientras que la estimación mundial es que un 70% de viajeros internacionales son usuarios activos de redes sociales.

- El 70% de los viajeros utiliza el internet para la búsqueda de información para la planificación de su viaje, cerca de un tercio acude a agencias de viaje y un cuarto se basa en información de familiares y amigos.
- Cerca del 50% de los viajeros actualmente sube información sobre sus viajes a las redes sociales, mayormente en las páginas de comentarios y blogs.
- El viaje de los sudamericanos se ha considerado como “una historia de éxito” debido a que entre el 2007 y 2014 los flujos de viajes de residentes en Sudamérica se ha incrementado en un 70%, alcanzando los 27 millones de viajes, lo que ha significado tener una velocidad de incremento al doble que el promedio mundial.
- Los viajeros de Sudamérica en un 50% de los casos eligen como destino un lugar dentro de su propio continente con un aumento de los viajes motivados por visitas a ciudades. La estadía promedio bordea los 10 días y el gasto por persona está en torno a los USD1.700.

Respecto de la demanda turística en la Región del Maule, según datos analizados en base a fuentes de Sernatur sobre los arribos a establecimientos turísticos, **el año 2014 se registraron 204.903 arribos**, un 0,6% inferior al 2013.

En sí, **la demanda en los últimos 5 años ha crecido un total de 16,3%**, teniendo como base el año 2010 con 176.228 arribos.

Figura 8. Arribos a Establecimientos de Alojamiento Turístico, Región del Maule

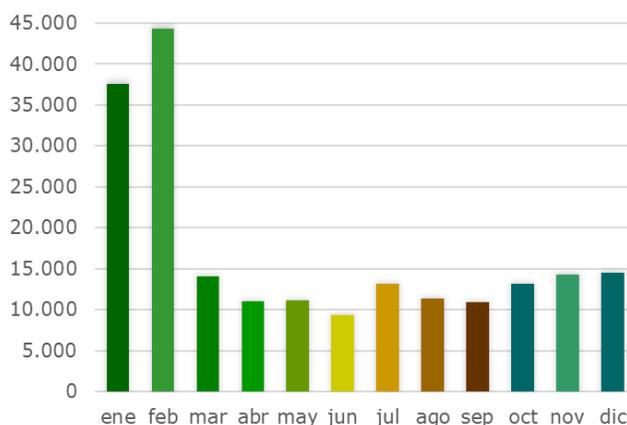


fuelle: elaboración propia en base Sernatur, 2011-2015

La mayor concentración de arribos se da entre los meses enero y febrero, donde en su conjunto representan el 39,9% de total de flujos. El mes de menor proporción de arribos corresponde al mes de junio, recibiendo el 4,6% de los flujos anuales.



Figura 9. Arribos mensuales a Establecimientos de Alojamiento Turístico, R. del Maule



fuentes: elaboración propia en base Sernatur, 2015

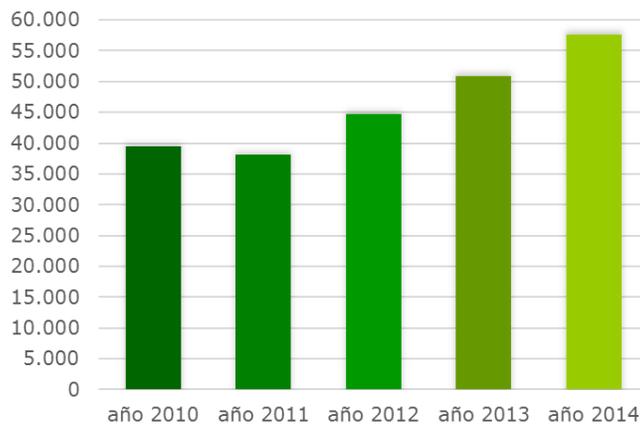
Dada la ausencia de datos puntuales sobre los arribos a establecimientos de alojamiento turístico del área del polígono y entendiendo que los flujos de alojamientos cercanos de las mismas áreas comunales son de relevancia y reflejan la situación turística del destino se pueden extraer los datos que se presentan a continuación.

En el área Lago Colbún-Rari, específicamente, en las comunas de San Clemente y Colbún, el año 2014 se registraron **57.553 arribos** a establecimientos de alojamiento turístico representando el 28,1% del total de arribos a la Región del Maule.

Por lo tanto, se puede señalar que, prácticamente, **uno de cada tres arribos a la región tiene como destino el área comunal de San Clemente y Colbún.**

A diferencia del crecimiento registrado en la región del 16,3% de los últimos 5 años, el área a ser propuesta como ZOIT ha experimentado un **aumento del 45,9% desde el 2010**, pasando de los 39.453 a los casi 58 mil arribos señalados precedentemente.

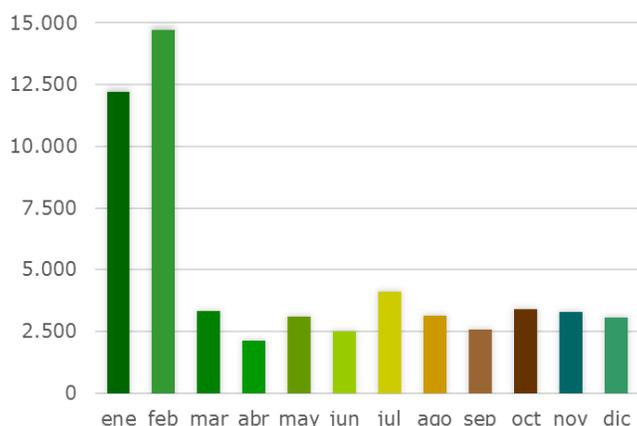
Figura 10. Arribos a Establecimientos de Alojamiento Turístico, San Clemente-Colbún



fuentes: elaboración propia en base Sernatur, 2011-2015

La concentración de la demanda se da entre el mes de enero y febrero donde se registra el 46,8% del total de arribos a establecimientos de alojamiento turístico, mientras que el mes más bajo es el mes de abril con un 3,7%.

Figura 11. Arribos mensuales a Establecimientos de Alojamiento Turístico, San Clemente-Colbún



fuerite: elaboración propia en base Sernatur, 2015

Sobre las procedencias, los datos de Sernatur disponibles a nivel de la Región del Maule indican que el 94,9% de los flujos corresponde a visitantes nacionales y el 5,1% a internacionales.

A continuación, se muestran las principales procedencias tanto nacionales como internacionales a los establecimientos de alojamiento turístico de la región:

Figura 12. Procedencias de arribos a Establecimientos de Alojamiento Turístico, Región del Maule

lugar de residencia		porcentaje
CHILE		94,9%
región		porcentaje sobre procedencia nacional
1	Región Metropolitana	54,3%
2	Región del Maule	17,5%
3	Región del Biobío	11,2%
4	Región de O'Higgins	4,9%
5	Región de Valparaíso	4,7%

fuerite: elaboración propia en base Sernatur, 2015

Figura 13. Procedencias de arribos a Establecimientos de Alojamiento Turístico, Región del Maule

lugar de residencia		porcentaje
extranjero		5,1%
país		porcentaje sobre procedencia internacional
1	Argentina	19,8%
2	EEUU	9,4%
3	Alemania	6,2%
4	Brasil	5,7%
5	Francia	3,9%

fuerite: elaboración propia en base Sernatur, 2015

Sin embargo, cabe señalar que entre las procedencias internacionales aparecen con un importante porcentaje, un 28,9% procedencias de otros países del mundo, sin especificar la nación. Asimismo, el componente "resto de Europa" aparece con un 5,6% y "resto de América" con un 5,3%.

En sí, **los arribos del turismo internacional a establecimientos de alojamiento turístico son bajos** proporcionalmente a la media nacional que es de 31,8% versus el 5,1% evidenciado en la Región del Maule.

La Región del Maule cuenta con un paso internacional, el Paso Pehuenche que permite una importante conectividad con la República Argentina. No obstante, del flujo total internacional de visitantes internacionales que pernoctan en establecimientos de alojamiento turístico los procedentes de Argentina corresponden solo al 19,8%.

Para presentar el gasto de los visitantes, se tomarán los datos disponibles a nivel país en base al Anuario de Turismo 2014 (Sernatur, 2015) de los cuales se sintetiza:

Figura 14. Gasto de turistas internacionales

lugar de residencia	gasto promedio diario (USD)	gasto total individual (USD)
1 Argentina	49,0	310,0
2 EEUU	78,1	1.159,2
3 Alemania	63,4	1.118,0
4 Brasil	139,2	991,3
5 Francia	60,0	1.159,6

fuerite: elaboración propia en base Sernatur, 2015

El gasto promedio diario de un turista nacional es de 17.390 pesos, de acuerdo a la información disponible de Sernatur (*Medición y comportamiento del turismo interno año 2012, 2013*). Esta cifra asciende a unos 37 USD, utilizando el tipo de cambio de enero 2013, de 472 pesos por 1 USD.

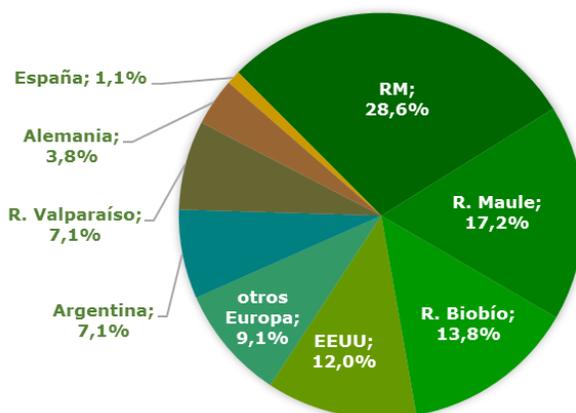
Se puede señalar, entonces, que un turista procedente de Brasil desembolsa por día 3,8 veces más que un turista nacional, mientras que el turista argentino gasta un 32% más que un viajero interno.

Esta comparación también es relevante desde el punto de vista de las proyecciones de crecimiento sobre el territorio y, en particular, sobre los mercados y gastos a fin de resguardar un crecimiento armonioso, responsable y sustentable del destino.

A fin de obtener más información referente al perfil del turista se efectuó **una encuesta telefónica seleccionando 40 empresas del territorio potencial ZOIT y alrededores más inmediatos**, del rubro alojamiento, tour operadores y turismo aventura. En total se obtuvieron 31 encuestas debidamente completadas: 22 alojamientos, 2 tour operadores y 7 actividades de turismo aventura.

Los empresarios encuestados declaran que las principales procedencias de sus clientes son la Región Metropolitana, 28,6%, Región del Maule, 17,2%, Región del Biobío 13,8% y EEUU, 12,0%.

Figura 15. Procedencias clientes empresas turísticas área potencial e inmediata a ZOIT



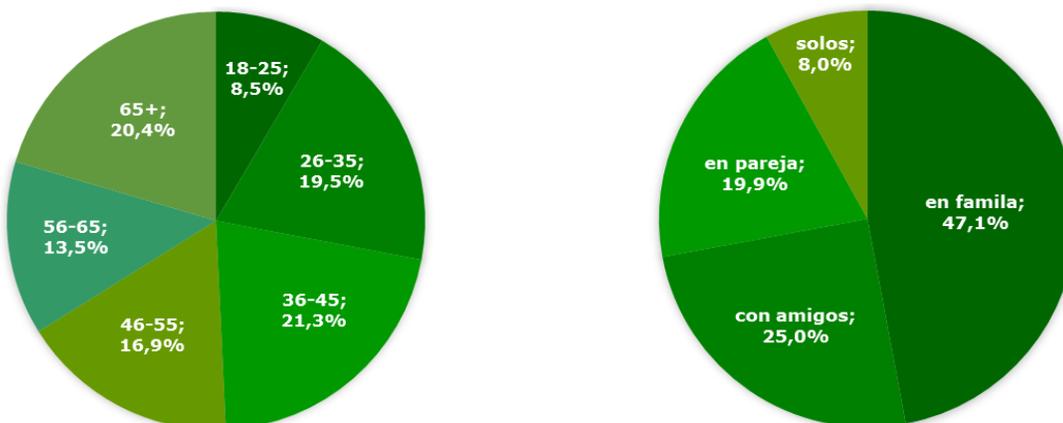
fuerente: elaboración propia, 2016

Cuando se señala "otros Europa", las nacionalidades destacadas son suiza y danés.

Referente al grupo de edad, los empresarios indican que el mayor porcentaje lo compone el grupo de entre 36 y 45 años, quienes en un 47,1% de los casos viajan en familia o con amigos, 25,0%.

También se ha consultado sobre el ranking de principales actividades que realizan los turistas que reciben y éste lo lideran las actividades gastronómicas, seguidas por "otras" donde destacan las cabalgatas, y cultura y artesanía.

Figura 16. Empresas turísticas área potencial e inmediata a ZOIT grupos de edad de clientes **grupos de viaje de clientes**



fuelle: elaboración propia, 2016

Figura 17. Ranking de principales actividades que realizan los clientes de empresas turísticas área potencial e inmediata a ZOIT

1	gastronomía
2	otras (cabalgatas...)
3	cultura y artesanía
4	cicloturismo
5	visita áreas naturales
6	termas
7	actividades náuticas

fuelle: elaboración propia, 2016

Adicionalmente, se consultó a los encuestados qué consideran que es lo más atractivo para sus clientes en el territorio y cuál es el mayor reclamo o la dificultad comentada de parte de los turistas.

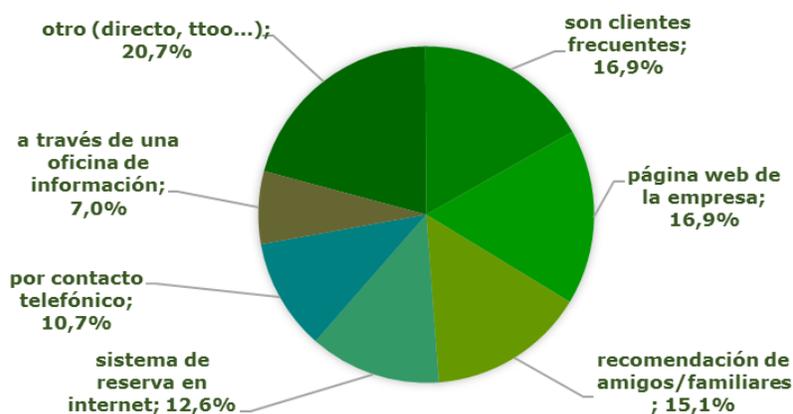
Figura 18. Aspectos más atractivos y mayores dificultades para los clientes de empresas turísticas área potencial e inmediata a ZOIT

	mayores aspectos positivos	mayores aspectos negativos
1	naturaleza	señalética
2	artesanía	estado de caminos
3	termas	información turística

fuelle: elaboración propia, 2016

Finalmente, sobre cómo el cliente se informa y cómo reserva los servicios de las empresas turísticas encuestadas, las respuestas señalan principalmente que lo realizan de manera directa o a través de un tour operador. Asimismo, un alto porcentaje, 16,9% reservan porque son clientes frecuentes y con el mismo porcentaje de respuestas se señala que la información se obtiene a través de la propia página web de la empresa.

Figura 19. Métodos de cómo obtienen información y realizan reservas los clientes de empresas turísticas área potencial e inmediata a ZOIT



fuentes: elaboración propia, 2016

En conjunto con la encuesta telefónica se procedió con la realización de una encuesta al turista la que fue realizada solicitando apoyo a la Oficina de Información de la Dirección Regional Sernatur Maule, como también a 15 alojamientos de la ciudad de Talca.

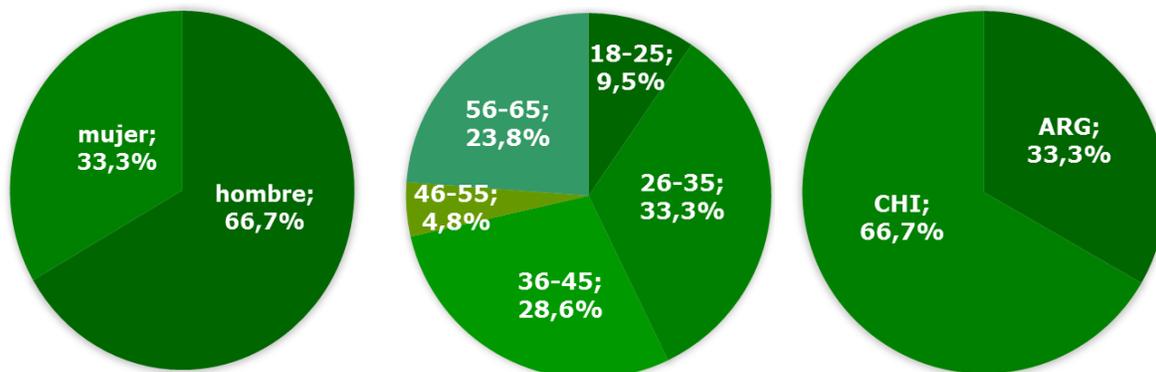
Los alojamientos han sido seleccionados de manera aleatoria garantizando la inclusión de aquellos que cuentan con la certificación Sello Q y propendiendo a considerar distintas clases de alojamiento.

En total se han podido completar y procesar debidamente 42 encuestas. Se deja como nota que, a pesar de la indicación precisada al establecimiento de cursar la encuesta a los clientes sea su motivo de estadía de negocio o recreación, se han recepcionado opiniones del empresariado de algunos de los alojamientos que en este período de año no reciben turistas, sino personas que vienen por motivos laborales, por lo que no les entregaban la encuesta.

Esta opinión sumada también pudiera remitir la conclusión que el empresariado de Talca no integra plenamente los recursos y productos turísticos de los alrededores permitiendo dinamizar la ocupación durante los fines de semana. Estando detrás de este proceso de declaratoria ZOIT también una oportunidad para los establecimientos y empresas turísticas de Talca para aportar con sus capacidades y posicionamiento en el mercado a objeto de promover el territorio propuesto Lago Colbún-Rari, y en particular para los fines de semana.

En concreto sobre los resultados de la encuesta se sistematizan los datos que se presentan a continuación.

Figura 20. Perfiles encuestados sobre territorio propuesto ZOIT Lago Colbún-Rari

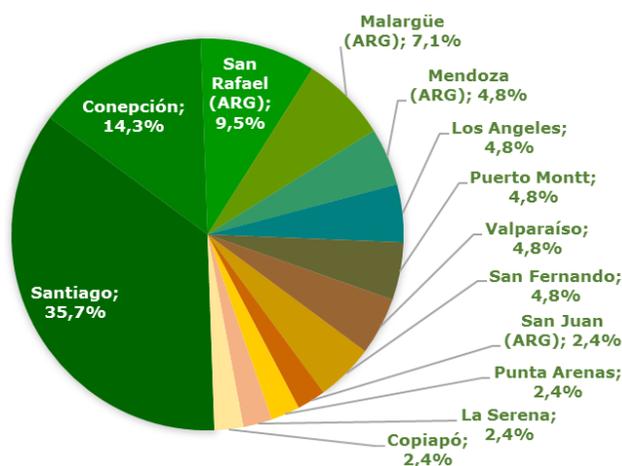


fuelle: elaboración propia, 2016

Dos tercios de los encuestados son hombres, y dos tercios son de nacionalidad chilena. De los extranjeros, tan solo se han recibido encuestas de turistas argentinos.

Sobre el rango de edad, el mayor número declara pertenecer al rango de entre 26 y 35, seguido por 36 a 45 años.

Figura 21. Lugar de residencia de los encuestados

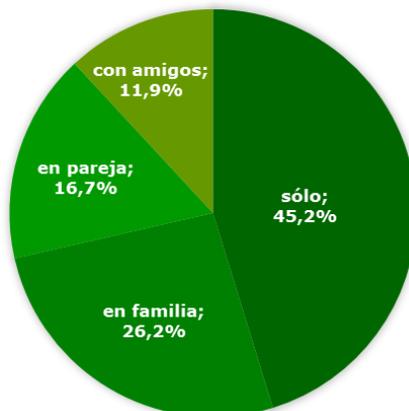


fuelle: elaboración propia, 2016

El 35,7% declara residir en la ciudad de Santiago, 14,3% en Concepción y un 9,5% en San Rafael (Argentina).

Siendo consultados sobre su grupo de viaje, el 45,2% señaló viajar solo, 26,2% en familia, 16,7% en pareja y 11,9% con amigos.

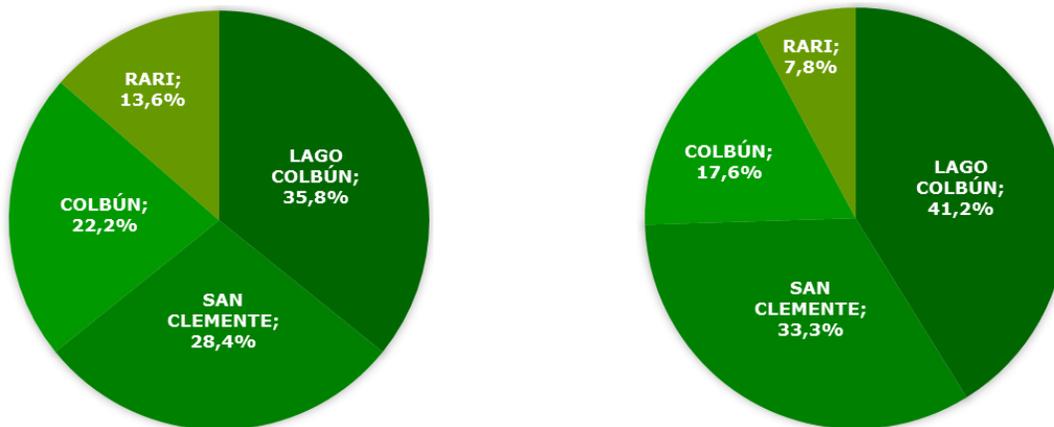
Figura 22. Grupo de viaje de los encuestados



fuelle: elaboración propia, 2016

El 35,8% responde haber escuchado hablar sobre el Lago Colbún, el 28,4% sobre San Clemente, 22,2% sobre Colbún y 13,6% sobre Rari. El 41,2% reconoce haber visitado Lago Colbún, 33,3% San Clemente, Colbún el 17,6% y Rari, el 7,8%.

Figura 23. Porcentaje de encuestados que ha escuchado hablar sobre: ha visitado:



fuelle: elaboración propia, 2016

En cuanto al principal aspecto que los entrevistados reconocen de cada territorio destacan por la mayor repetición los que se enuncian en la siguiente tabla:

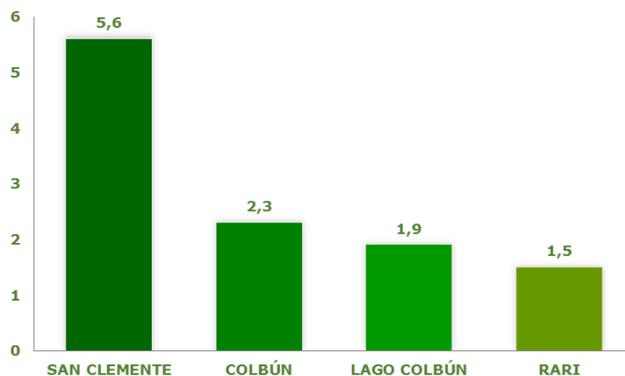
Figura 24. Aspectos que los entrevistados más reconocen de cada territorio

COLBÚN	hidroeléctrica	SAN CLEMENTE	pueblo
LAGO COLBÚN	paisaje	RARI	artesanía

fuelle: elaboración propia, 2016

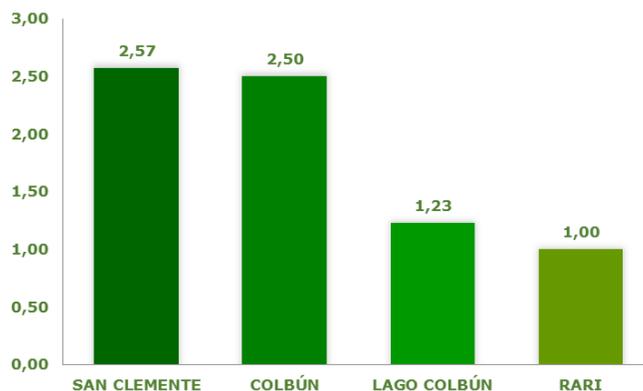
Respecto a la repetibilidad de las visitas, los encuestados indican que han visitado en torno a 6 veces San Clemente, 2 veces Colbún y Lago Colbún y 1 vez Rari. Estas visitas se han efectuado también en el último año, prácticamente 3 veces San Clemente, 2 veces Colbún y 1 vez Lago Colbún y Rari.

Figura 25. Número de veces que ha visitado el lugar



fuelle: elaboración propia, 2016

Figura 26. Número de veces que ha visitado el lugar en los últimos 12 meses



fuelle: elaboración propia, 2016

Se ha consultado a los encuestados sobre lo mejor y lo peor de cada uno de los lugares.

Entre las principales respuestas se señalan aspectos objetivos y aquellos más subjetivos. Entre los más objetivos se señalan el paisaje, la artesanía, el poco comercio, falta de agua en lago y bajo número de restaurantes.

Entre aquellos más subjetivos está la sensación de pueblo y de tamaño del pueblo, y las vistas.

La respuesta con mayor número de repetición se sintetiza por cada sitio en la tabla a seguir.



Figura 27. Lo mejor y lo peor de cada lugar según encuestados

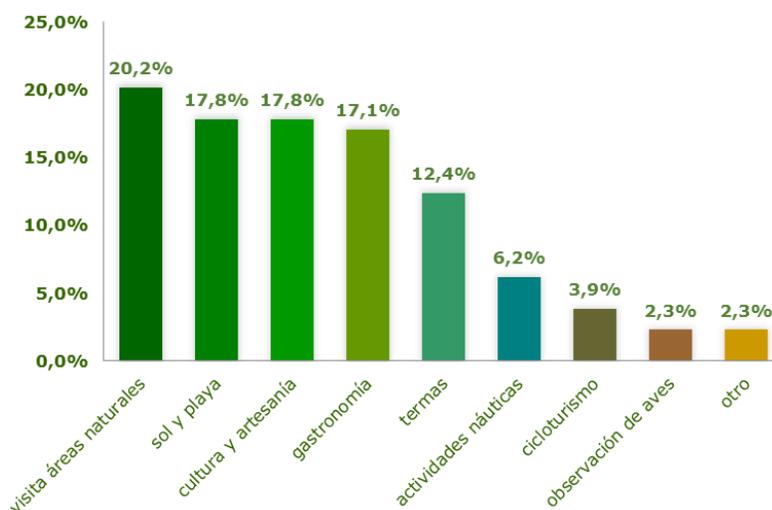
lugar	lo mejor	lo peor
COLBÚN	<i>paisaje</i>	<i>poco comercio</i>
LAGO COLBÚN	<i>vista</i>	<i>seco</i>
SAN CLEMENTE	<i>pueblo</i>	<i>pequeño</i>
RARI	<i>artesanía</i>	<i>falta de restaurantes</i>

fuentes: elaboración propia, 2016

Otra de las consultas tiene relación con las actividades que a los turistas les gustaría realizar en la región.

Entre las más destacadas están las visitas a áreas naturales, 20,2%, actividades de sol y playa, 17,8%, cultura y artesanía, igual con el 17,8%, y gastronomía, 12,4%.

Figura 28. Actividades que le gustaría realizar al turista en la Región del Maule



fuentes: elaboración propia, 2016

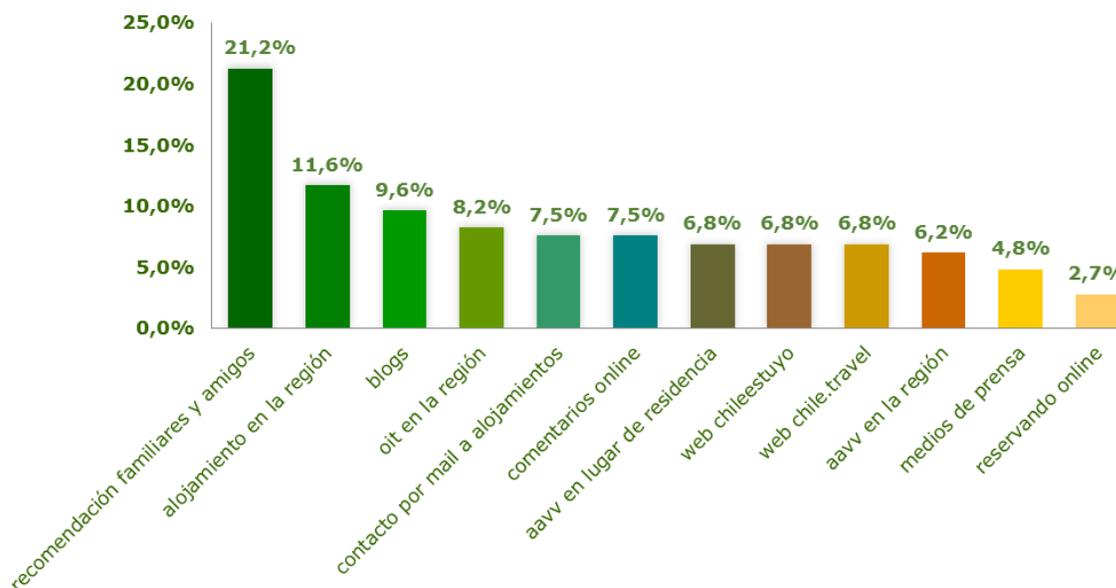
Finalmente, en la encuesta se ha hecho referencia a las fuentes de información más utilizadas por los turistas para conocer sobre las actividades turísticas de la Región del Maule.

El 21,2% ha contestado que la principal fuente son las recomendaciones de familiares y amigos, el 11,6% que la información la obtienen una vez llegado a la región a través del personal de los lugares de alojamiento, y el 9,6% señala que la obtiene a mediante la búsqueda en blogs de viajes.

Entre las fuentes de información se ubican los sistemas online de reserva, con un 2,7%

y los medios de prensa, con un 4,8%.

Figura 29. Fuentes de información sobre la Región del Maule



fuelle: elaboración propia, 2016

Con lo expuesto se ha podido obtener una información generalizada sobre el perfil, comportamiento y preferencias de los turistas actuales aplicable al territorio a ser propuesto para la declaratoria ZOIT.

En conjunto con la realización de los talleres, en total 4, 2 en la comuna de San Clemente y 2 en la comuna de Colbún, se realizó en esa instancia una **encuesta de opinión** que tuvo por objetivo relevar las percepciones de los actores locales asistentes a las actividades.

Las listas de asistencia a dichos talleres pueden ser revisadas en el Anexo A.5. Listas de asistencia a actividades.

Consultados los participantes sobre la imagen turística que proyecta el territorio a ser postulado ZOIT a nivel de la Región del Maule, del país y a nivel internacional, han señalado los siguientes aspectos más recurrentes:

Figura 30. Imagen turística que proyecta el territorio

a nivel de la región	cercanía, naturaleza, artesanía
a nivel del país	deporte, artesanía, no se conoce
a nivel internacional	paso fronterizo, paisajes, no se conoce

fuelle: elaboración propia, 2016

Referente a la **mayor dificultad para desarrollar el destino** se han indicado

alusiones a la falta de señalética, la dificultad de mantener la cota del lago, la falta de información y la falta de organización.

Por otro lado, sobre la **mayor dificultad para comercializar y promover la oferta** se señalaron aspectos como la falta de programas de promoción, el desconocimiento que existe sobre el territorio, la falta de asociatividad para la promoción y la estructuración de productos singulares.

Consultados sobre los nichos de **mercados objetivo para la promoción de la oferta**, los entrevistados indicaron que estos son los viajes familiares, público de la Región Metropolitana, Región del Biobío y de la Provincia de Mendoza en Argentina.

También se hizo la consulta sobre los 3 mejores y 3 peores aspectos desde el punto de vista turística del territorio. A continuación, se muestran aquellos de mayor repetición entre los encuestados:

Figura 31. Lo mejor y lo peor del territorio según encuestados

lo mejor	lo peor
<i>artesanía</i>	<i>falta de señalización</i>
<i>paisajes</i>	<i>inestabilidad cota del lago</i>
<i>cercanía</i>	<i>falta de limpieza</i>

fuentes: elaboración propia, 2016

Entre los **elementos que le faltarían al territorio en términos de desarrollo y marketing turístico** destacan entre los más reiterados: la organización, promoción, mayor información.

Finalmente, a los asistentes se les consultó sobre **el destino con el que compararía el territorio** a ser postulado a declaratoria ZOIT. En la tabla se muestran las respuestas más repetidas.

Figura 32. Destinos con los que se compararía el territorio según los encuestados

<i>Lago Vichuquén</i>	<i>Lago Villarrica</i>
<i>Lago Llanquihue</i>	<i>Lican Ray</i>
<i>Laguna Aculeo</i>	<i>Lago Ranco</i>

fuentes: elaboración propia, 2016

Esta información levantada de los talleres, encuestas y entrevistas es parte de los contenidos fundamentales para el planteamiento de la estrategia y las líneas de acción para las propuestas de desarrollo turístico del territorio ZOIT Lago Colbún-Rari.

I.4. La comercialización y promoción turística

La comercialización y promoción turística siempre han tenido mayor o menor éxito de acuerdo a la participación pública y privada como también de los presupuestos invertidos en estas acciones de la mano de la profesionalización y preparación, como también del monitoreo de lo pre y post de la acción misma.

Según las investigaciones del Índice Chileno de Competitividad Turística Regional realizado por la Universidad Andrés Bello y Sernatur (ICC, 2014), se puede observar los siguientes datos:

REGIÓN DEL MAULE (2014)	
Presupuesto Promoción Turística Nacional	168.850 (miles \$)
Presupuesto Promoción Turística Internacional	8.000 (miles \$)

Según esta información proporcionada, se puede analizar que el foco de inversión en promoción turística es hacia el turista interno, lo cual tiene concordancia con el contrapunto de que la mayoría de atractivos turísticos regionales tienen jerarquía local, regional y nacional.

Con respecto a las acciones comerciales turísticas nacionales organizadas por el sector público y privado como lo es la Feria Chile es Tuyo, según informaciones del ICC, en la Región del Maule hubo una participación de 25 empresas turísticas en el año 2014. Lo que a nivel nacional estuvo en el puesto n°4 en mayor representatividad, sobrepasadas por la Región del Biobío (69 empresas), Región de Valparaíso (56 empresas) y Región Metropolitana (54 empresas). Esto marca un importante precedente en el compromiso del sector privado y el interés en poder participar de actividades de promoción y comercialización.

En el análisis de la promoción y comercialización online de los productos y atractivos de la Región del Maule, se han analizado las siguientes páginas webs de las dos primeras páginas del buscador en Google al buscar el concepto "turismo Maule":

- **Página web Chile es Tuyo:** Página web orientada al turista nacional, muestra los productos que la región promueve están en torno a la Cultura y Patrimonio, Deporte y Aventura, Naturaleza, Vinos y Comida.
- **Página web Chile.travel:** Página web orientada al mercado de turistas internacionales, los productos que se promocionan son en torno al vino, la cocina tradicional y la naturaleza.
- **Turismomaule.com:** Página web de tour operador, que orienta sus productos en la Región del Maule a circuitos vitivinícolas, termas, naturaleza, pesca deportiva, la cultura, artesanía en Rari y deporte aventura.
- **Atrapalo.cl:** Tour operador web con cobertura nacional, define un producto de la Región del Maule, sencillo, sin mayores explicaciones del destino, estructurando producto de alojamiento.
- **Turismochile.com:** a modo de información turística, otorga datos sobre los

principales destinos de la Región del Maule como lo son: Chanco, Curicó, Talca y Linares.

- **Minube.com:** página web moderna, informativa y apta para compartir experiencias y fotos en los destinos. Proporciona útil y atractiva información sobre la Región del Maule incluyendo los territorios como: Colbún, Rari, Lago Colbún, Termas de Panimávida, entre otras. Es una de las web que más están cercanas a las nuevas tendencias del turista 3.0, aquel que se informa, comparte y genera contenidos.
- **Turismoenmaule.cl:** Tour operador que relata con vasta información acerca de los principales atractivos y destinos de la Región del Maule, reforzando las ideas fuerza de la tradición, el folklore y las artesanías, como la naturaleza en el campo, y productos turísticos como lo son la aventura y deporte, cultura y patrimonio, sabores, vinos y festividades.
- **Turismomaule.cl:** Tour operador de la Región del Maule, que muestra algunos productos turísticos estructurados como la ruta de la independencia, la ruta del vino y la ruta ufológica.
- **Artesaniaschilenas.com:** Página web de artesanas productoras de artesanías del Pueblo de Rari. En la web cuenta la historia de ellas y de cómo se le han transmitido los conocimientos de generación en generación. Tiene la opción de ver el catálogo en línea y comprar.

En cuanto a la promoción offline, se analizaron los folletos de información turística de Sernatur Región del Maule:

- **Folleto Valle Central Aventura Deporte:** Es un formato moderno, con información útil tanto para el turista como para el trade turístico. Es un folleto especializado en un producto, el cual está en óptimas condiciones según las tendencias a nivel internacional para este tipo de materiales. El folleto relata información general de la región como de los destinos y las actividades aptas para practicar aventura y deporte.
- **Mapa Rutero Región del Maule:** El mapa tiene un formato práctico y la calidad del papel es óptima para que no se rompa con facilidad al maniobrarlo con frecuencia. Indica información general, como también una descripción de los principales destinos, cuadro de distancias, infografía del mapa y un mapa claro y práctico.
- **Destino Región del Maule:** Es un folleto de presentación general de la Región del Maule con un formato práctico, que denota información en los destinos más importantes, los destacados e imperdibles de cada zona, con referencia a páginas webs para una mayor información, datos útiles y fotografías de los entornos y actividades posibles a realizar.
- **Destino Linares Termal y Natural:** Folleto especializado en una determinada área de la Región del Maule, donde se acota más a la descripción de los destinos en torno a la salud y bienestar, inspiración natural, eventos y fiestas

costumbristas y datos útiles.

En general los folletos analizados se muestran en formatos modernos y alineados a las tendencias de promoción offline a nivel internacional, pero no se destacan claramente la importancia de algunos productos que se consideran relevantes como la artesanía de Rari y alguna guía más especializada en los servicios y oferta turística de la zona a ser presentada para la declaratoria ZOIT.

En cuanto al análisis de los atractivos turísticos insertos dentro del polígono propuesto de ZOIT, se ha hecho una búsqueda especializada en ellos, para saber la notoriedad de su presencia en términos de promoción y comercialización, es decir que además de encontrar información se puede comprar un producto que se incluya como parte de la experiencia total:

Figura 33. Notoriedad en promoción y comercialización de recursos polígono ZOIT

recurso	notoriedad en promoción	notoriedad en comercialización
Artesanías en Crin de Rari	si	si
Fiesta del Crin de Rari	si	no
Termas de Panimavida	si	si
Muestra de artesanía y folklore nacional	si	si
Lago Colbún	si	si
Noche de San Juan en Rari	si	no
Ribera Norte del Lago Colbún	si	no
Fiesta de San Sebastián en Panimávida	si	no
Paso Nevado	si	si

fuentes: elaboración propia, 2016

Como conclusión se puede señalar que en términos de información turística es posible rastrearla e informarse, pero está dispersa en distintos sitios web, no contando con una plataforma con la suficiente fuerza de compilarlas distintas alternativas y oportunidades de ampliar la experiencia y aumentar la estadía turística.

Además, en términos de comercialización, los productos están accesibles a la compra en estado muy débil, siendo inaccesibles en su compra online, más bien solo información para luego contactar directamente a la empresa turística y pagos convenidos con la misma.



I.5. Definición de límites polígono área ZOIT

Para la definición de los límites del polígono ZOIT se estableció una metodología específica que fue entregada a la contraparte para su efectiva validación y, al contar con ésta, se procedió con su implementación.

Los detalles de la metodología presentada pueden visualizarse en el Anexo A.1. Propuesta metodológica elaboración polígono ZOIT.

Tras la revisión de antecedentes y desarrollo cartográfico se procedió en los talleres 3 y 4 a validar con los actores locales el territorio propuesto. Este territorio responde a las condiciones de límites comunales, ubicación de ríos, poblados, hitos geográficos, caminos, rutas turísticas, ubicación de prestadores de servicios y atractivos turísticos.

En la siguiente página se muestra el polígono delimitado y en formato impreso se remite cartografía:

I.6. Gaps de gestión y análisis DAFO

Los gaps de gestión se refieren a las brechas de estructuración de producto, la promoción y uso.

Para definir la brecha en estructuración de producto se toman en consideración los datos de la valoración efectuada y que ha concluido que el 66,7% de los atractivos del territorio son considerados como C y entre aquellos A y B suman en total el 33,3% de los atractivos.

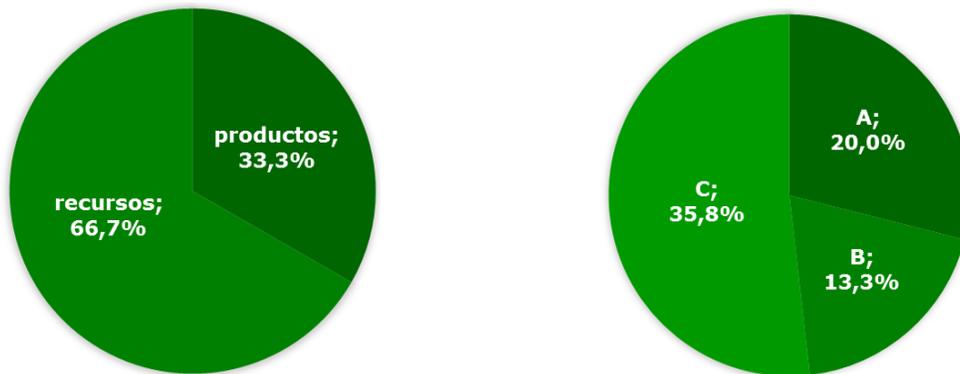
Por ende, el territorio a ser propuesto ZOIT actualmente cuenta con una **brecha de estructuración del 66,7%**, pues los atractivos C hay que considerarlos como recursos que aún requieren de mayor preparación para poder ser llevados a los mercados.

Sobre los atractivos A y B, estos ya pueden ser considerados como productos y promovidos para generar la atracción del público hacia el destino.

La brecha, o gap de promoción, se calcula a través del grado de aprovechamiento actual y cuánto aún más se puede seguir potenciando los determinados recursos y productos territoriales.

A nivel general del destino el **gap de promoción asciende al 30,4%**, mientras que, por grupo de atractivos, los productos A tienen un gap del 20,0%, el B de 13,3% y los C el 35,8%.

Figura 33. Gaps o brechas en el territorio a ser postulado ZOIT
 estructuración de producto promoción



fuerite: elaboración propia, 2016

Por último, el **gap de uso en el territorio** se señala que existe un aprovechamiento relativamente bajo en la mayoría de los recursos los cuales deberán ser desarrollados como productos para poder conseguir y ampliar la oferta.

El análisis DAFO o FODA, corresponde a una metodología que consiste en determinar las amenazas y oportunidades del entorno y las fortalezas y debilidades internas que afectan la competitividad.

En toda gestión hay que diferenciar claramente entre el entorno que rodea a los actores y territorios, cuya modificación no depende directamente de la gestión individual, y el cambio de actuación, que es el permite ser modificado por la eficacia y eficiencia de la gestión.

El análisis DAFO aplicado a través de levantamiento de hechos en los talleres, y resultante de los análisis de las opiniones y diagnóstico en sí, no debe ser visto como una lista de circunstancias fuera o no del alcance de poder producir cambios por parte de los actores locales, sino que proporcionarán las pautas estratégicas para potenciar, observar, y tomar medidas para mejorar y para aminorar los impactos las amenazas.

Figura 34. Componentes de análisis DAFO, FODA



fuentes: elaboración propia, 2016

En la siguiente página se presenta el listado resultante de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que es, también, el utilizado para el objetivo de complementar la ficha de presentación a postulación ZOIT.

Figura 35. Análisis DAFO, FODA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad y dependencia de la cota del Lago Colbún para el desarrollo de actividades náuticas en temporadas estivales y no estivales. • Deficiente señalización para los accesos y recorridos turísticos. • Ausencia de posicionamiento e imagen clara como destino turístico en los canales de comercialización y en los mercados en general. • Existe una capacidad limitada en la oferta de servicios. • Falta de datos estadísticos de monitoreo en torno al comportamiento del turista. • Existencia de vertederos ilegales y deficiente gestión de recolección de basuras y escombros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica en el contexto de la Región del Maule. • Corta distancia de los principales puntos de acceso de turistas al país como Santiago y Concepción. • Emplazamiento en la ruta del Corredor Bioceánico Paso Pehuenche, conectando directamente con Argentina y a través de ella, a Brasil y Uruguay. • Territorio en el que se han registrado periódicamente supuestos avistamientos de OVNIS, lo que supone una oportunidad en la diferenciación y captación de ciertos nichos turísticos o desarrollo de actividades de astroturismo.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La artesanía distintiva de Rari declarada Tesoro Vivo que posiciona al destino con un producto identitario singular a nivel nacional e internacional. • Escenario paisajístico de gran valor, con vistas naturales a la Cordillera de los Andes y bosques nativos. • Pureza del agua del Lago Colbún, posicionándose como “un lago del sur en la zona central del país”. • Fuerte identidad huasa, lo que mantiene las tradiciones folklóricas y la cultura tradicional del país. • Ubicación privilegiada que puede transformar el territorio en polo de inversiones y de distribución de demanda beneficiando el desarrollo económico de la comunidad local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de consolidación de las oportunidades del Paso Pehuenche como puerta de entrada de turistas argentinos a Chile. • Pérdida de la flora y fauna existente en el lago y su entorno, como de cines cuello negro y loros trichahues. • Cambios en las tendencias turísticas que afecten los flujos proyectados.

fuelle: elaboración propia, 2016

I.7. Definición de la estrategia

Para la definición de la estrategia se trabajó en base a la información del diagnóstico y los talleres para proponer la visión a largo plazo y los propósitos cualitativos y objetivos cuantitativos.

Asimismo, como parte de la definición estratégica a continuación se presenta el **modelo de desarrollo y marketing**. Se trata de un modelo conceptual que guía el quehacer de las acciones estratégicas para el territorio y sustentado en el Diamante de Desarrollo Turístico Sustentable. Es así, como el modelo de desarrollo y marketing turístico para el territorio a presentar a la postulación ZOIT se sustenta en:

- Un **aumento sostenido y paulatino del número de visitantes** acorde con las capacidades instaladas y los perfiles de público más orientados a familias y parejas que buscan lugares con tranquilidad y disfrute de la cultura y naturaleza local.
- Una **comunidad empoderada con el quehacer turístico del territorio**, con actores participantes activos y que están comprometidos con la implementación del Plan de Acción para la ZOIT Lago Colbún-Rari.
- Un **desarrollo más equilibrado, sustentable, que mejore las condiciones actuales** y que, a través de la consolidación como destino turístico, la actividad propenda al cuidado sobre los impactos ambientales y efectos sobre la identidad local.
- Un **retorno de las inversiones públicas y privadas** de acuerdo a los plazos proyectados y con relevantes índices que vayan resguardando beneficios para la comunidad y los visitantes.

La visión, como una imagen-objetivo deseada al año 2022, fue revisada y ajustada tras los talleres de validación y se definió la siguiente:

Figura 36. Visión 2022, territorio a postular para declaratoria ZOIT Lago Colbún-Rari

Lago Colbún-Rari es una Zona de Interés Turístico posicionada a nivel nacional y en mercados internacionales de proximidad, como un destino accesible, de paisajes precordilleranos donde se vive una experiencia singular a través de actividades de naturaleza y deporte en el Lago Colbún y sus alrededores, se aprecia la artesanía de crin de Rari reconocida mundialmente, y se disfruta de su tranquilidad, termas, gastronomía y tradición huasa.

Es un destino comprometido con la sustentabilidad, la participación activa y comprometida de sus actores, el respeto a la comunidad y que apunta a la diversificación de su oferta a través de nueva infraestructura y mejora de la calidad de los servicios.

fuentes: elaboración propia, 2016

En cuanto a los **propósitos, como objetivos cualitativos**, se definieron y validaron los que se presentan a continuación:

- Impulsar el desarrollo sustentable de un **nuevo destino turístico a nivel nacional**.
- Posicionar el territorio para los mercados de mayor proximidad como un **destino tranquilo, cercano y altamente atractivo** por la oferta de actividades de naturaleza, deporte, cultura y termas.
- Consolidar una **gestión de la ZOIT comprometida, valorada y reconocida** en el quehacer turística del territorio.

Respecto a los objetivos cuantitativos se partió de la base de garantizar la implementación de su medición y poder acudir a sus respectivas revisiones. Por ello, para los objetivos la fuente para la medición recaerá en los datos que arrojen los estudios y registros de Sernatur.

En particular, para los primeros 2 años de implementación del Plan de Acción se propusieron y validaron los siguientes objetivos sobre la base de los datos totales existentes de ambas comunas, no existiendo información exclusiva del territorio del polígono:

- Alcanzar los **90 mil arribos de turistas a establecimientos de alojamiento turístico**.
- Alcanzar las **225 mil pernoctaciones** de turistas en establecimientos de alojamiento turístico.
- Aumentar la **estadía promedio a 2,5 noches**.
- Aumentar a un **15% el número de empresas certificadas y distinguidas con Sellos Q y S**.

Se señala que la situación respecto a estas cifras actualmente es:

- Cerca de 58 mil arribos a establecimientos de alojamiento turístico en 2014.
- Cerca de 126 mil pernoctaciones de turistas en establecimientos de alojamiento turístico en 2014.
- Estadía promedio de 2,2 noches en establecimientos de alojamiento turístico en 2014.
- 7% de empresas, del total de 57 del territorio del polígono y entorno inmediato que se ve beneficiado por el desarrollo de la ZOIT, cuentan con Sellos Q o S.

Las fuentes de los datos anteriores son las de Sernatur, en base a las estadísticas a arribos a establecimientos de alojamiento turístico 2014, la información del registro de prestadores de Sernatur y los sistemas de datos de las páginas de Calidad Turística y Turismo Sustentable de Sernatur.

ETAPA II – ESTRATEGIA Y PLAN DE ACCIÓN

Con el desarrollo de las acciones de Análisis de la Situación efectuadas en la etapa precedente, se procedió con la implementación de actividades para la definición de la estrategia y del Plan de Acción.

Para ello, se concretaron las siguientes acciones:

II.1. Desarrollo Plan de Acción

Para la formulación del Plan de Acción se efectuaron talleres participativos y validación de líneas de acción e iniciativas propuestas.

Como ha sido propuesto por la metodología, se aplicó una modalidad de trabajo altamente participativo en el cual por cada taller se exponían los contenidos, daban ejemplos y orientaciones sobre las cuales, a través de grupos de trabajo se construían y validaban propuestas de acciones.

Los talleres se segmentaron en concordancia con los ámbitos del propio Plan de Acción, vale decir:

- Infraestructura pública habilitante.
- Calidad y sustentabilidad de la oferta y capital humano.
- Gestión sustentable del destino.
- Desarrollo de productos turísticos.
- Promoción.

En paralelo a las reuniones de talleres se generaron entrevistas con participantes a estas instancias y a la Directora Regional SERNATUR para la producción de respaldo audiovisual solicitada.

II.2. Elaboración Documento Técnico

Se ha elaborado el documento técnico de Plan de Acción, cuyo detalle puede ser revisado en el Anexo A.6. y que contiene:

- El modelo de gobernanza ZOIT.
- Resumen ejecutivo del diagnóstico turístico del territorio.
- Diagnóstico estratégico del destino.
- La definición estratégica que integra la visión de la ZOIT y objetivos.
- El marco de acción con las líneas por cada ámbito, plazos, responsables, fuentes de financiamiento.
- Cartas de apoyo de actores involucrados.
- Verificadores de instancias de participación.

Asimismo, se elaboró una propuesta de bosquejo gráfico para el documento de Informe Final y en especial de Resumen Ejecutivo que se incorporan en el Anexo A.7.

PRODUCTOS

Siguiendo los requerimientos de la contraparte, se hizo entrega de los siguientes informes de avance:

- **INFORME N°1 – mes de junio**
 - Resultados de la ETAPA 0. Incluye: organización, listas de asistencia de reuniones de Coordinación de Gobernanza, Taller 1 a Taller 4 y el Plan del Plan.
 - Productos de ETAPA I. Incluye: Ficha de Solicitud ZOIT completada, definición de límites polígono ZOIT y documento sobre la conformación de Mesa de Organización de Destino incluida en la Ficha Solicitud de ZOIT, con respectivo Modelo de Gobernanza.

- **INFORME N°2 – mes de julio**
 - Resultados de avance en la ETAPA II. Incluye: desarrollo del Plan de Acción ZOIT Lago Colbún-Rari.
 - Documento digital de bosquejo de diseño de portada, presentación gráfica de contenidos y contraportada.

- **INFORME FINAL – mes de julio**
 - Presente documento que recopila todas las acciones realizadas.
 - Resumen ejecutivo del Plan de Acción.
 - Documento digital de bosquejo de diseño de portada, presentación gráfica de contenidos y contraportada.

Video testimonial y explicativo del proceso de postulación

ZOIT Lago Colbún-Rari: <https://vimeo.com/174165363>. Clave

acceso: zoit.

ANEXOS

A.1. Propuesta metodológica elaboración polígono ZOIT

La presente metodología se elaboró teniendo como base la Guía de Definición de Zonas de Interés Turístico desarrollada por la Subsecretaría de Turismo en el año 2014.

Tal y como lo señala este documento la definición de los límites de una Zona de Interés Turístico (ZOIT) son relevantes pues define “el área donde se desarrollará el Plan de Acción para la gestión del turismo”.

Entre los antecedentes a tener en cuenta se establece que:

- a) El espacio de la ZOIT no sea excesivamente grande, ya que “no todos los espacios poseen vías de accesos o caminos, infraestructura y equipamiento turístico” u otros servicios.
- b) El área debe ser acotada para concretar las actividades del Plan de Acción a un plazo de 2 años.
- c) La zona debe incorporar los principales atractivos reconocidos y valorados a nivel regional, nacional y/o internacional, además del área núcleo de oferta de servicios turísticos registrados en Sernatur.

Comprendiendo la elaboración del polígono como un proceso de 3 etapas se detallan las acciones que serán implementadas para ello:

ETAPA I – Borrador de límites

Para la definición del borrador de límites se propuso el trabajar, en primera instancia, en la recolección de la información sobre el territorio para lo cual se planteó la necesidad de apoyo de la contraparte para conseguir:

- a) Cartografía SIG base de la Región del Maule con:
 - i. límites comunales, regionales e internacional;
 - ii. ubicación de ríos, poblados, centros urbanos o hitos geográficos de relevancia;
 - iii. caminos;
 - iv. ubicación de comunidades indígenas;
 - v. rutas, circuitos turísticos nacionales y binacionales;
 - vi. ubicación de aeropuertos, aeródromos, pasos internacionales, puertos y caletas.
 - vii. ubicación de Áreas Protegidas: públicas y privadas.
- b) Listado actualizado y ubicación de prestadores de servicios turísticos registrados;
- c) Listado y ubicación de atractivos turísticos y su jerarquización.

Con esta información, nuestro equipo planteó acotar el territorio identificando en la cartografía:

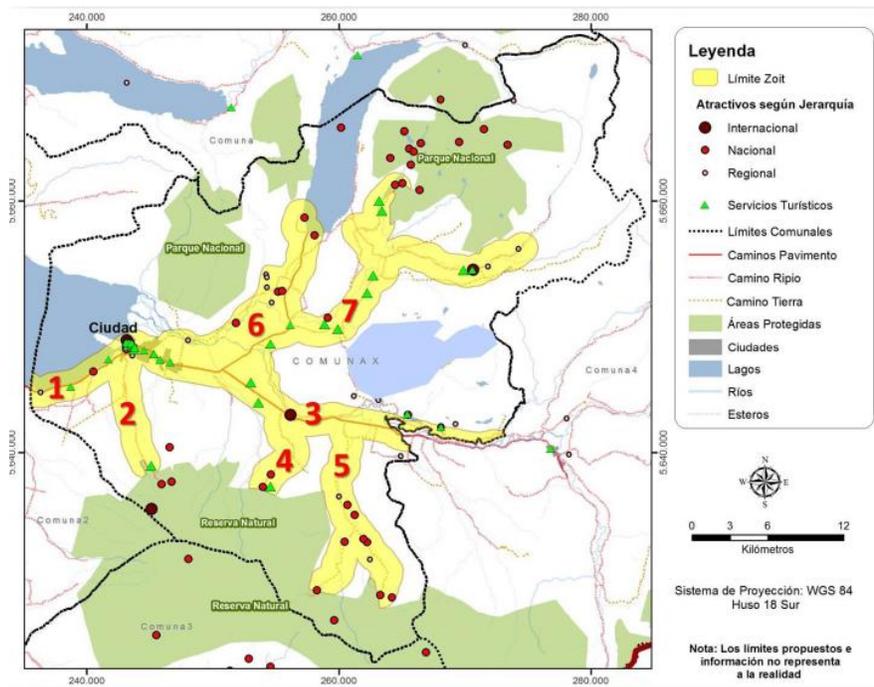
- Los principales atractivos de jerarquía regional, nacional e internacional.
- Incorporar otros atractivos de jerarquía local.
- Identificar de forma referencial la oferta de servicios turísticos registrados.
- Considerar centros poblados como núcleos de distribución de flujos turísticos.
- Entre otros elementos requeridos para delimitar el territorio.

Para la delimitación de límites se tendrán en cuenta hitos reconocibles, como caminos, ríos, puentes o límites comunales, u otras referencias para un fácil reconocimiento en terreno.

Tras esta definición, se propuso proceder a la construcción de Unidades Turísticas con la respectiva concentración de infraestructura y principales atractivos de la ZOIT, los centros o poblados, los corredores-vías de acceso y otras unidades si fuera pertinente.

Cabe señalar que la propuesta ZOIT no incluirá Áreas Protegidas del Estado (ASPE).

Fig. 1: Ejemplo delimitación ZOIT



Unidades Territoriales ZOIT

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| 1: Tramo acceso ciudad | 4: Ruta acceso centro de Ski. |
| 2: Ruta Acceso Reserva Natural. | 5: Ruta Cascada del Ángel. |
| 3: Sector Ruta camino internacional. | 6: Ruta Lago X. |
| | 7: Ruta termas y lago X. |

fuentes: Subsecretaría de Turismo, 2014

Al finalizar este proceso, se dará por concluida la propuesta de borrador de polígono para ser sometido a la ETAPA II.

ETAPA II – Participación para la delimitación

El proceso participativo se efectuó en los talleres comunales, específicamente, en el taller número 3, para lo cual se imprimirá un mapa (aproximadamente de 90 x 120 cms) a fin de presentar y discutir la propuesta de límites.

Se planteó la necesidad de que participen los actores privados y públicos, en particular, reforzando la convocatoria para la asistencia de profesionales del Gobierno Regional, Sernatur, Seremi-a de Obras Públicas, asociaciones de turismo, la comunidad, entre otros.

Este tipo de procesos, también se considera como proceso de *mapas parlantes* y se irán documentando las sugerencias y observaciones que vayan surgiendo de las conversaciones del taller a fin de relevarlo para los ajustes pertinentes de los límites.

ETAPA III – Adaptación y propuesta

Se efectuaron los ajustes respectivos a los límites del mapa y se señalarán, asimismo:

- a) La justificación de criterios empleados en la delimitación que se incorporará en el Formulario de Solicitud de Declaración ZOIT.
- b) Se generará un mapa en formato digital tamaño carta a color que se adjuntará en el Formulario de Solicitud de Declaración ZOIT.
- c) Se digitalizará la propuesta del área en formato .kml o .kmz de Google Earth.
- d) Se imprimirá una cartografía del polígono a color.

Para el efectivo cumplimiento de las etapas señaladas en los plazos preestablecidos por bases, el equipo necesitará de la disponibilidad de la contraparte a fines de aclarar dudas y entregar orientaciones que puedan surgir en el desarrollo de las actividades.

A.2. El Plan del Plan

En las páginas a seguir se incorpora el documento presentado sobre el Plan de Comunicaciones para el Plan de Acción ZOIT Lago Colbún-Rari.



PLAN DEL PLAN

**El Plan de Comunicaciones
para el Plan de Acción ZOIT Lago Colbún-Rari**

julio 2016

FASE 0 – EL PLAN DEL PLAN



ZOIT Lago Colbún - Rari, propone formular e implementar un Plan de Acción para obtener la declaratoria ZOIT del territorio propuesto Lago Colbún-Rari, que no cuenta con esta calidad de Zona de Interés Turístico, que permita identificar una estrategia de desarrollo turístico para el destino, en el que se deberán plasmar todas las acciones y estrategias, metas e indicadores de evaluación necesarios para la adecuada gestión de la ZOIT, por parte de la entidad gestora y de esta forma superar las brechas identificadas y alcanzar la visión que se desea para el territorio propuesto.

De acuerdo con el hecho de que el cambio turístico de cualquier destino es la suma de un conjunto de inversiones y esfuerzos del sector público, pero también del sector privado, tanto del directamente relacionado con el turismo con el que está vinculado directa o indirectamente con él, es que se considera imprescindible el proceso de involucración de todos estos actores desde el inicio del trabajo de elaboración del Plan de Acción y hasta su puesta en la implementación.

Se trata de un trabajo en conjunto con la contraparte de la Dirección Regional Sernatur Región del Maule, en primer lugar, se ha definido con los asociados a este proyecto, la marca que acompañará las actuaciones al proyecto:



- Marca aprobada por reunión de Directorio, el día 28 de abril 2016.
- Esta marca evoca **tradición y alcance de logros** para el territorio.

Con el concepto y marca definida, se ha avanzado para la realización de aplicaciones en las respectivas invitaciones a talleres y materiales gráficos como pendones y plantillas de presentaciones e informes.

En un Plan de Acción territorial como es una demarcación ZOIT, se considera de vital importancia involucrar a las comunidades, empresarios y otros actores públicos y, tomando como punto de partida este enfoque, se ha planteado un acotado plan de marketing del propio Plan, estructurado en un conjunto de acciones que se deben considerar de realizar de forma transversal al proyecto.

La realización de estas acciones tiene como finalidad lo siguiente:

- Mayor sensibilización de la comunidad del territorio Lago Colbún-Rari y de quienes habitan en la Región del Maule sobre la importancia de una declaratoria ZOIT y los procesos de avance de la iniciativa.
- Alcanzar mayor grado de difusión sobre los avances del proyecto entre los actores privados cuyas labores inciden o tienen relación con el territorio, para su afianzamiento y participación en los distintos talleres y procesos de toma de decisiones en concordancia con la metodología técnica a aplicar.
- Aportar a la difusión sobre los avances entre los actores públicos locales, regionales y nacionales a fin de sensibilizar sobre la importancia de la declaratoria para el territorio y los beneficios que se conseguirán a través de las actividades a plantear en el Plan de Acción.

Para conseguirlo este plan considera:

- Reuniones mensuales con la Mesa de Organización del Destino para exponer sobre los avances y generar, asimismo, encuentros de fortalecimiento sobre la gobernanza turística del territorio a ser presentado a declaratoria ZOIT.
- Presentación inicial abierta a nivel de las comunas y dirigida a al sector público, privado, comunidad en la cual se explicará el tipo de proyecto que se va a realizar, su metodología y los beneficios y aportes a la planificación, calidad, gestión del territorio, comercialización y promoción turística de la declaratoria ZOIT.
- Presentación y difusión de resultados en el Seminario de Cierre que se realizará en el territorio a fin de mostrar lo alcanzado, dar los detalles del proceso implementado y transferir las acciones a tomar por parte de la Mesa de Organización del Destino dando pie a que se parta con la puesta en marcha de la gestión local del turismo en paralelo a la gestión del proceso de declaración ZOIT.
- Se recomienda a la Dirección Sernatur Región del Maule propiciar la generación y difusión de contenidos referentes al proceso declaratoria ZOIT en las plataformas www.sernatur.cl, Facebook Sernatur Maule y Twitter @SernaturMaule. Para ello, se recomienda entregar contenido:
 - 1 vez cada 15 días en las páginas www.sernatur.cl acorde con el desarrollo y avances en talleres y actividades en general.
 - En plataforma Facebook y Twitter, 3 veces a la semana; 2, para propiciar la participación en los talleres territoriales y 1 para difundir los avances. En el caso de la cuenta de Twitter se sugiere evaluar la publicación de 5

veces por semana, como también de retwittear contenidos que pudieran surgir sobre la materia de otras fuentes.

- Se sugiere a la Dirección Sernatur Región del Maule elaborar comunicados de prensa acorde a los principales hitos del proyecto:
 - Taller inicial,
 - Definición del polígono,
 - Inicio de definición de acciones del Plan de Acción,
 - Seminario de cierre,
 - Término de proyecto y próximos pasos.

Para cada uno de estos hitos, se recomienda los comunicados incorporen cuñas de la Directora Sernatur Región del Maule, representante del Gobierno Regional, miembro de la Mesa de Organización del Destino.

Tras el taller inicial, la definición de acción del Plan de Acción y con la finalización del proceso, se recomienda incorporar las opiniones de asistentes para que compartan su visión sobre la declaratoria ZOIT y las actividades realizadas.

Para la comunicación y difusión se sugiere dar uso a los diversos contactos de la base de datos de prensa de la Dirección Sernatur Región del Maule, tanto aquellos con alcance regional como aquellos nacionales. Algunos de los medios a considerar son, entre otros, son: diario El Centro, diario El Heraldo, diario La Prensa, www.maulee.cl, www.elamaule.cl, radios, canales de televisión, etc.

Tras el término efectivo del proyecto, la presentación al proceso de declaratoria ZOIT se recomienda mantener la implementación comunicacional para, de esta forma, seguir comunicando los avances sobre el turismo del destino y las novedades sobre el procedimiento en sí.

No obstante, con la finalización efectiva, se recomienda, adicionalmente, que la gobernanza de ZOIT asuma la creación de redes propias de comunicación incluyendo la habilitación de plataforma web institucional (diferente a una web promocional del destino), y aplicar mecanismo de comunicaciones en la línea de medios televisivos, radiales, prensa escrita, medios electrónicos y redes sociales.

Cada una de las acciones de comunicación de la ZOIT deberán resguardar y garantizar la difusión manteniéndose en los parámetros de los objetivos concretos del territorio y la información sobre los avances alcanzados.

A.3. Modelo de Gobernanza ZOIT

El modelo de Gobernanza para la ZOIT Lago Colbún-Rari a ser presentada para la declaratoria respectiva se sustenta en la figura preexistente de la Corporación para el Desarrollo Turístico del Lago Colbún y sus Alrededores.

De acuerdo a la reunión inicial del proyecto se afirmó esta decisión y voluntad de la corporación en poder actuar como entidad interesada en presentar la documentación y cumplir con los requisitos para el proceso de declaración ZOIT.

Por lo tanto, el territorio cuenta con la entidad gestora creada, lo cual, asimismo, muestra la existencia de confianzas de los actores participantes y conllevará a optimizar el alcance de los objetivos y realización de acciones que recoja el Plan de Acción para la ZOIT Lago Colbún-Rari.

Los actuales actores integrantes de la corporación son:

- Ilustre Municipalidad de Colbún.
- Ilustre Municipalidad de San Clemente.
- Comité de Desarrollo Turístico y Defensa del Lago Colbún.
- Cámara de Turismo de San Clemente.
- Agrupación de Ecoturismo y Artesanía de Colbún.

Para la modalidad idónea de operación de la Gobernanza se recomiendan los siguientes principios:

- Garantizar la activa y permanente participación mensual de cada uno de los miembros integrantes de la corporación en el proceso de implementación del Plan de Acción.
- Reconocer la transversalidad del sector turismo, como también su evolución temporal creando instancias trimestrales para dar cuenta y recoger propuestas que puedan optimizar las acciones de parte de los actores locales, en particular a la invitación y colaboración directa con los asociados a organismos gremiales socios de la corporación.
- Coordinación mensual con Sernatur Maule para sumar los esfuerzos en pro de conseguir cumplimiento de acciones a ser propuestas, en particular aquellas que tengan relación estrecha en el quehacer de la institución.
- Coordinación bimensual con otros organismos públicos que comprometan apoyos para el cumplimiento del Plan de Acción.
- Establecer plataformas y redes online para el seguimiento, difusión e interacción con los actores locales públicos y privados.
- Impulsar que toda acción a implementarse debe efectuarse rigiendo los parámetros de un turismo sustentable, crecimiento responsable y armonioso con el entorno y las expectativas de los actores locales y visitantes.

Respecto a los estatutos, se propuso el siguiente modelo genérico aplicable para las Corporaciones de Zonas de Interés Turístico, entendiéndose, asimismo, que la corporación se encuentra constituida desde hace 2 años y que sus miembros pueden ser personas netamente jurídicas:

ACTA Y ESTATUTOS TIPOS PARA ZOIT

CORPORACIÓN DE DESARROLLO

En, a de de 20....., siendo las, se lleva a efecto una asamblea en....., Comuna de, con la asistencia de las personas que se individualizan y firman al final de la presente acta, quienes manifiestan que se han reunido con el objeto de adoptar los acuerdos necesarios para constituir una Corporación de Derecho Privado sin fines de lucro, denominada Preside la reunión don..... y actúa como Secretario don

Después de un amplio debate, los asistentes acuerdan, por unanimidad, constituir la referida Corporación, adoptándose además los siguientes acuerdos:

PRIMERO: Aprobar los Estatutos por los cuales se registrará la Corporación, los que son leídos en presencia de los asistentes y cuyo texto fiel se transcribe a continuación:

TÍTULO PRIMERO

DEL NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN

ARTÍCULO PRIMERO.- Constituyese una Corporación de Derecho Privado, sin fin de lucro, que se denominará..... La Corporación se registrará por las normas del Título XXXIII del Libro Primero del Código Civil y por las disposiciones contenidas en la Ley 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública o por la disposición legal que lo reemplace y por los presentes Estatutos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- El domicilio de la Corporación será, comuna de, Región....., sin perjuicio de poder realizar sus actividades en otros puntos del país.

ARTÍCULO TERCERO.- La Corporación no persigue ni se propone fines sindicales o de lucro, ni aquellos de entidades que deban regirse por un estatuto legal propio. Estará prohibida toda acción de carácter político partidista.

ARTICULO CUARTO: La Corporación tendrá por finalidad u objeto: a) Organizar, promover, planificar, coordinar, postular y ejecutar proyectos para el desarrollo urbanístico, turístico, económico y social del territorio objeto de una solicitud de declaración como Zona de Interés Turístico (ZOIT), presentada por, con fecha ante el SEREMI de Economía Fomento y Turismo de la Región de..... Mediante acciones específicas de diseño, arborización, descontaminación, prevención del deterioro urbano y conservación del patrimonio arquitectónico y ecológico; b) Contribuir al mejoramiento de las

condiciones culturales, educativas, de capacitación laboral, de seguridad ciudadana y habitacionales de los residentes de las comunas ubicadas en la ZOIT; c) Promover, coordinar y articular las relaciones entre el sector público, privado y municipal, orientados a fortalecer el desarrollo de la o las comunas ubicadas en la ZOIT; d) Evaluar los resultados que se obtengan de las distintas acciones desarrolladas, con el objeto de mejorarlas y atender adecuadamente las necesidades de la comunidad; e) Cooperar o prestar asesoría técnica, conforme a sus posibilidades, a actividades e investigaciones que ejecuten otras instituciones u organismos tanto públicos como privados, que persigan los mismos fines de esta Corporación; f) Promover entre sus asociados la sujeción de sus actividades a normas éticas de bien común que contribuyan al progreso social del país; g) Difundir a la opinión pública el conocimiento de los objetivos que impulsa la Corporación y la difusión y promoción de la Zona de Interés Turístico como destino atractivo de visitar; h) agenciar y monitorizar el Plan de Acción de la ZOIT el cuál será evaluado al menos cada dos años por la Subsecretaría de Turismo, a fin de revisar su estado de avance y proponer modificaciones necesarias que permitan orientar y coordinar su contenido en la planificación de desarrollo turístico de la ZOIT. Las acciones propuestas por el plan de acción estarán en concordancia con los lineamientos, directrices y pautas establecidas en la Política o Estrategia Nacional de Turismo y el respectivo Plan Regional de Desarrollo Turístico del Servicio Nacional de Turismo.

La Corporación podrá realizar actividades económicas que se relacionen con sus fines; asimismo podrá invertir sus recursos de la manera que decidan sus órganos de administración. Las rentas que perciba de esas actividades solo deberán destinarse a los fines de la asociación o a incrementar su patrimonio. Sin que la enumeración sea taxativa, para el cumplimiento de sus fines la Corporación tendrá las siguientes facultades: a) Recibir contribuciones y aportes en general de personas naturales o jurídicas, otorgando los comprobantes y certificados para los efectos contables y tributarios previstos en la legislación cuando proceda. b) Administrar su patrimonio estableciendo prioridades en la asignación de recursos de acuerdo al presente Estatuto y políticas de carácter general que se fijen al respecto. c) Celebrar actos, acuerdos, compromisos, convenios y todo tipo de contratos con Instituciones del sector público, organismos técnicos, agencias donantes nacionales o extranjeras, fundaciones privadas, empresas y personas para desarrollar actividades propias de la Corporación. d) Contratar créditos, y obtener financiamiento mediante la emisión de valores de oferta pública o privada. e) Adquirir, vender y arrendar bienes muebles e inmuebles y celebrar todos aquellos contratos necesarios para cumplir los objetivos de la Corporación, en especial aquellos relativos con la promoción, difusión del destino. g) Inscribirse en registros públicos y privados como consultora, entidad responsable, ejecutora de proyectos de capacitación, asesorías técnicas, asesorías en gestión, asesoría urbana, asistencia crediticia, administración de instrumentos de fomento a la pequeña y mediana empresa de fondos concursables, para dar cumplimiento a los objetivos fijados por la Corporación.-

ARTÍCULO QUINTO.- La duración de la Corporación será indefinida y el número de sus socios ilimitado.-

TÍTULO SEGUNDO.- DE LOS MIEMBROS.-

ARTÍCULO SEXTO.- Podrá ser miembro de la Corporación toda persona natural o jurídica, sin limitación alguna de sexo, nacionalidad o condición. Los relativamente incapaces, podrán pertenecer a la Corporación ejerciendo sus derechos de conformidad con el Derecho Común.-

ARTÍCULO SÉPTIMO.- Los miembros de la Corporación se clasificarán en Miembros Activos y Miembros Honorarios. 1- Miembro activo es aquella persona natural mayor de 18 años, y las personas jurídicas, quienes tiene la plenitud de los derechos y obligaciones establecidas en estos Estatutos. Se podrán incorporar como Miembro activos de la Corporación la Municipalidad de la o las comunas cuyos territorios se encuentran comprendidos en la ZOIT y también el Gobierno Regional respectivo. 2- Miembro honorario es la persona natural o jurídica que por su actuación destacada al servicio de los intereses de la Corporación o de los objetivos que ella persigue, haya obtenido esa distinción, en virtud del acuerdo de la Asamblea General, aceptada por el interesado. El miembro honorario no tendrá obligación alguna con la Corporación y solo tendrá derecho a voz en las Asambleas Generales, a ser informado periódicamente de la marcha de la institución y a asistir a los actos públicos de ella. Las personas jurídicas harán uso de sus derechos, por intermedio de sus representantes legales o apoderados.-

ARTÍCULO OCTAVO.- La calidad de socio activo se adquiere: a) Por suscripción de la escritura de constitución de la Corporación. b) Por la aceptación de los dos tercios del Directorio de la solicitud de ingreso; patrocinada por otros dos socios, en la cual el solicitante manifieste plena conformidad con los fines de la institución, se comprometa a cumplir fielmente los Estatutos, Reglamentos, y acuerdos del Directorio y de la Asamblea General.

La calidad de miembro honorario se adquiere por acuerdo de la Asamblea General, aceptado por el interesado.-

ARTÍCULO NOVENO.- Los socios activos tienen las siguientes obligaciones: a) Asistir por sí o representados a las reuniones a que fueren convocadas de acuerdo a los estatutos; b) Servir con eficiencia y dedicación los cargos para los cuales sean designados y las tareas que se les encomienden; c) Cumplir fiel y oportunamente las obligaciones pecuniarias para con la Corporación.- d) Cumplir con las disposiciones de los Estatutos y Reglamentos de la Corporación y acatar los acuerdos del Directorio y de la Asamblea General.-

ARTÍCULO DÉCIMO.- Los socios activos tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) Participar con derecho a voz y voto en las Asambleas Generales. Para poder ejercer el derecho a voto deben estar al día en el pago de sus obligaciones pecuniarias para con la corporación; b) Elegir y ser elegido para servir los cargos directivos de la Corporación; c) Presentar cualquier proyecto o proposición a estudio del Directorio, el que decidirá su rechazo o inclusión en la Tabla de una Asamblea General Ordinaria. Si el proyecto fuere patrocinado por un diez por ciento o más de los socios activos y presentado con treinta días de anticipación a lo menos, a la fecha de la Asamblea General, deberá ser tratado en esta, a menos que la materia sea de aquella estipulada en el artículo décimo sexto de estos Estatutos, en cuyo caso deberá citarse para una Asamblea General Extraordinaria, a celebrarse dentro del plazo de veinte días desde la presentación hecha al Directorio. Igual procedimiento deberá seguirse si el proyecto proposición se presentase en cualquier época del año; d) Disfrutar de los servicios y beneficios que, de acuerdo con los Estatutos y Reglamentos, otorgue la Corporación a sus miembros en cumplimiento de sus objetivos.-

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- La calidad de socio activo se pierde: a) Por fallecimiento; b) Por renuncia escrita presentada al Directorio; c) Por expulsión decretada en conformidad al artículo décimo segundo letra e) de estos Estatutos; d) Por pérdida de la personalidad jurídica.- Tratándose de miembros honorarios, se pierde la calidad de tal por acuerdo de la Asamblea General, adoptado por motivos graves y fundados, por renuncia escrita presentada al Directorio o por término de la personalidad jurídica.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- El Tribunal de Honor de que trata el Título VIII de estos Estatutos, previa investigación de los hechos efectuada por un Instructor, podrá sancionar a los socios por las faltas y transgresiones que cometan, con las medidas disciplinarias que se señalan

más adelante. La investigación de los hechos se encargará a un Instructor, que será una persona integrante de la Corporación, no comprometido en el hecho que se investiga, que será designado por el Directorio. El Tribunal de Honor podrá aplicar las siguientes medidas disciplinarias: a) Amonestación verbal; b) Amonestación por escrito; c) Suspensión: Uno. Hasta por tres meses de todos los derechos en la Corporación por incumplimiento de las obligaciones prescritas en el artículo Noveno. Dos. Transitoriamente, por atraso superior a 90 días en el cumplimiento de sus obligaciones pecuniarias para con la Corporación, suspensión que cesará de inmediato al cumplirse la obligación morosa. **Tres.** Tratándose de inasistencia a las reuniones se aplicará la suspensión en el caso de tres o más inasistencias injustificadas dentro del año calendario. Durante la suspensión el miembro afectado no podrá hacer uso de ninguno de sus derechos; e) Expulsión basada en las siguientes causales: Uno. Incumplimiento de las obligaciones pecuniarias para con la Corporación durante seis meses consecutivos, sea por cuotas ordinarias o extraordinarias. **Dos.** Causar grave daño de obra, de palabra o por escrito, a los intereses de la Corporación. El daño debe haber sido comprobado por medios incuestionables.- **Tres.** Haber sufrido tres suspensiones en sus derechos, por algunas de las causales establecidas en la letra c) de este artículo, en un período de 2 años contados desde la primera suspensión. Las medidas disciplinarias, entre ellas la expulsión, las resolverá el Tribunal de Honor, previa investigación encargada al Instructor, ante quién el socio tendrá el derecho de ser oído, presentar sus descargos y defenderse de la acusación que se formule en su contra. La investigación se iniciará citando personalmente al socio. Una vez terminada la investigación, el Instructor elevará los antecedentes al El Tribunal de Honor para que dicte fallo, proponiendo la aplicación de una medida disciplinaria prevista en el estatuto o la absolución. El Tribunal de Honor deberá fallar dentro del plazo de treinta días, sin perjuicio de que pueda ampliarse este plazo, en el caso que deba solicitarse nuevas pruebas. La resolución del Tribunal de Honor deberá notificarse al socio mediante carta certificada dirigida al domicilio que el socio haya indicado al hacerse parte en la investigación o al registrado en la Corporación, si no comparece. La notificación se entenderá practicada al quinto día hábil después de entregada la carta en la oficina de correos. De la medida disciplinaria de expulsión, el interesado pedirá reconsideración ante el mismo Tribunal de Honor, apelando en subsidio para ante una Asamblea General Extraordinaria, dentro del plazo de treinta días, contados desde que se le notificó el acuerdo por carta certificada. La Asamblea General Extraordinaria deberá ser citada especialmente para este efecto, la cual resolverá en definitiva la aplicación de la medida disciplinaria. Si el socio no apela, la expulsión aplicada por el Tribunal de Honor deberá ser ratificada también. Quién fuere excluido de la Corporación solo podrá ser readmitido después de dos años, contado desde la separación, previa aceptación del Directorio, que deberá ser ratificada en la Asamblea General más próxima que se celebre con posterioridad a dicha aceptación.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- El Directorio deberá pronunciarse sobre las solicitudes de ingreso presentadas para su aceptación en la primera sesión que celebre después de presentadas éstas. En ningún caso podrán transcurrir más de treinta días desde la fecha de la presentación, sin que el Directorio conozca de ellas y resuelva. Transcurrido el plazo, la solicitud se entenderá aceptada. Las solicitudes de ingreso presentadas con diez días de anticipación a la fecha de celebración de una Asamblea General en que deban realizarse elecciones, deberán ser conocidas por el Directorio antes de dicha Asamblea. Las renunciaciones, para que sean válidas, deben ser escritas y la firma debe ser ratificada ante el Secretario del Directorio, o venir autorizada ante notario público. Cumplidos estos requisitos formales la renuncia tendrá pleno vigor, no siendo necesario su aprobación por el Directorio o por la Asamblea. El socio que por cualquier causa dejare de pertenecer a la Corporación, deberá cumplir con sus obligaciones pecuniarias que hubiere contraído con ella, hasta la fecha en que se pierda la calidad de socio.-

TÍTULO TERCERO.- DE LAS ASAMBLEAS GENERALES.-

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.- La Asamblea General es el órgano colectivo principal de la Corporación e integra al conjunto de sus socios activos. Sus acuerdos obligan a los socios presentes y ausentes, siempre que hubieren sido tomados en la forma establecida por estos Estatutos y no fueren contrarios a las leyes y reglamentos.

Habrás Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias. La Asamblea se reunirá ordinariamente una vez al año y extraordinariamente cuando lo exijan las necesidades de la Corporación. En el mes de Enero de cada año se celebrará la Asamblea General Ordinaria; en ella el Directorio presentará el Balance, Inventario y Memoria del ejercicio anterior y se procederá a las elecciones determinadas por estos Estatutos, cuando corresponda. El Directorio, con acuerdo de la Asamblea podrá establecer que el acto eleccionario se celebre en otro día, hora y lugar, que no podrá exceder de 90 días a la fecha original, cuando por razones de conveniencia institucional así lo indiquen. En dicho caso se cumplirá con lo dispuesto en el artículo décimo séptimo de estos estatutos.

En la Asamblea General Ordinaria se fijará la cuota ordinaria y de incorporación, conforme a lo señalado en el artículo cuadragésimo tercero de estos estatutos y podrá tratarse cualquier asunto relacionado con los intereses sociales, a excepción de los que correspondan exclusivamente a las Asambleas Generales Extraordinarias.

Si por cualquier causa no se celebre una Asamblea General Ordinaria en el tiempo estipulado, el Directorio deberá convocar a una nueva Asamblea dentro del plazo de noventa días, la que tendrá en todo caso, el carácter de Asamblea Ordinaria.-

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.- Las Asambleas Generales Extraordinarias se celebrarán cada vez que el Directorio acuerde convocarlas o cada vez que lo soliciten al Presidente del Directorio por escrito, a lo menos un tercio de los socios activos, indicando el objeto de la reunión. En las Asambleas Generales Extraordinarias, únicamente podrán tratarse las materias indicadas en la convocatoria. Cualquier acuerdo que se adopte sobre otras materias será nulo y de ningún valor.-

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- Corresponde exclusivamente a la Asamblea General Extraordinaria tratar de las siguientes materias: - a) De la reforma de los Estatutos de la Corporación; b) De la disolución de la Corporación; c) De la fusión con otra Corporación; d) De las reclamaciones en contra de los Directores, de los miembros de la Comisión Revisora de Cuentas y del Tribunal de Honor, para hacer efectiva la responsabilidad que le corresponda por transgresión grave a la Ley, a los Estatutos o el Reglamento, si los cargos fueren debidamente comprobados, todo ello sin perjuicio de las acciones civiles y criminales que la Corporación tenga derecho a entablarles; e) De la asociación de la entidad con otras entidades similares f) De la compra, venta, constitución de hipotecas, cesión o transferencia de bienes raíces, constitución de servidumbre y prohibiciones de gravar y enajenar, y del arrendamiento de inmuebles por un plazo superior de tres años, constitución de prendas sobre bienes de la Corporación. Los acuerdos a los que se refieren las letras a), b), c) e) y f) deberán reducirse a escritura pública, que suscribirán el Presidente en representación de la Corporación, sin perjuicio de que en un caso determinado, la Asamblea General Extraordinaria pueda otorgar poder especial para este efecto, a otra u otras personas.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.- : Las citaciones a las Asambleas Generales se hará por medio de un aviso que deberá publicarse por una vez, con 5 días de anticipación a lo menos y

con no más de 20 al día fijado para la Asamblea, en un diario de circulación nacional. En dicha publicación se indicara el día, hora y objeto de la reunión. No podrá citarse en el mismo aviso para una segunda reunión, cuando por falta de quórum no se lleve a efecto la primera. La citación deberá despacharse por el Secretario, en conformidad a lo dispuesto en el artículo trigésimo tercero, letra b). En el evento que el Secretario no despachare las citaciones a Asambleas Generales, lo podrá hacer, en su defecto, la mayoría absoluta de los directores o el 10% de los socios activos. Asimismo, se enviará carta, correo electrónico o circular al domicilio que los miembros tengan registrado en la Corporación con a lo menos 5 días de anticipación y no más de 30 al día de la Asamblea. El extravío de la carta de citación a que se refiere el inciso anterior, no afectará la validez de la Asamblea.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- Las Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias estarán legalmente instaladas y constituidas si a ellas concurren, a lo menos, la mitad más uno de los socios activos. Si no se reune este quórum se dejará constancia del hecho en el acta y deberá disponerse una nueva citación para día diferente, dentro de los 30 días siguientes al de la primera citación en cuyo caso la Asamblea se realizará con los socios que asistan. Los acuerdos en las Asambleas Generales se adoptarán por la mayoría absoluta de los socios asistentes, salvo en los casos en que al Ley o los estatutos hayan fijado una mayoría especial.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.- Cada socio activo tendrá derecho a un voto, pudiendo delegarlo en otro mediante una carta poder simple. Cada socio, además de hacer uso de su derecho a voto, sólo podrá representar a un socio activo. Los poderes serán calificados por el Secretario del Directorio.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.- De las deliberaciones y acuerdos adoptados en las Asambleas Generales se dejará constancia en un libro especial de actas que será llevado por el Secretario.- Estas actas serán un extracto de lo ocurrido en la reunión y serán firmados por el Presidente, por el Secretario o por quienes hagan sus veces y además por tres socios activos asistentes, designados en la misma Asamblea para este efecto. En dichas actas podrán los socios asistentes a la Asamblea estampar las reclamaciones convenientes a sus derechos, por vicios de procedimientos relativos a la citación, constitución y funcionamiento de la Asamblea.-

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- Las Asambleas Generales serán presididas por el Presidente de la Corporación y actuará como secretario el que lo sea del Directorio o la persona que haga sus veces. Si faltare el Presidente, presidirá la Asamblea un Director u otra persona que la propia Asamblea designe al efecto.-

TÍTULO CUARTO.-

DEL DIRECTORIO

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO.- La institución será dirigida y administrada por un Directorio compuesto de tres miembros, que ejercerán los cargos de Presidente, Secretario y Tesorero respectivamente, pudiendo sus miembros ser reelegidos hasta por un nuevo período. Si la Corporación aumentara el número de sus Directores, podrá elegir a un Vicepresidente. Al Directorio corresponde: a) la administración y dirección superior de la Corporación en conformidad a los Estatutos y a los acuerdos de las Asambleas Generales-. b) Velar por el cumplimiento del Plan de Acción aprobado para la ZOIT. c) Informar el avance del Plan de acción a los socios en la Asamblea General. d) Velar por la sustentabilidad económica de la Corporación. Los Directores de la Corporación durarán tres años en sus cargos, pudiendo ser reelegidos hasta por un nuevo período. Los Directores ejercerán su cargo gratuitamente, pero

tendrán derecho a ser reembolsados de los gastos autorizados por el Directorio, que justifiquen haber efectuado en el ejercicio de su función. Los Directores ni directa ni indirectamente podrán prestar servicios reenumerados a la Corporación, sino cuando el servicio propuesto sea aprobado en Asamblea Extraordinaria de socios. De toda remuneración o retribución que reciban los Directores o las personas naturales o jurídicas que les sean relacionadas por parentesco o convivencia, o por interés o propiedad, deberá darse cuenta detallada en la Asamblea Ordinaria siguiente. También deberá darse cuenta detallada en la Asamblea Ordinaria siguiente respecto de todo contrato que la Corporación celebre con algún asociado.

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO.- Los miembros del Directorio, la Comisión Revisora de Cuentas y el Tribunal de Honor se elegirán en Asamblea General Ordinaria de socios, de acuerdo a las siguientes normas.

- Las elecciones se realizarán cada tres años.
- Cada socio sufragará en forma libre y secreta, en un solo acto, teniendo derecho a marcar tantas preferencias como candidatos haya que elegir, no pudiendo acumular preferencias en un candidato ni repetir un nombre.
- Se proclamarán elegidos los candidatos que en una elección resulten con mayor número de votos, hasta completar los miembros del Directorio, de la Comisión Revisora de Cuentas y del Tribunal de Honor que corresponda.
- Es incompatible el cargo de Director con el de miembro de la Comisión Revisora de Cuentas y del Tribunal de Honor.
- No completándose el número necesario de Directores, de miembros de la Comisión Revisora de Cuentas y del Tribunal de Honor, se procederá a efectuar tantas elecciones como sea necesario. Si se produjere empate que sea necesario dirimir, se procederá a una segunda votación entre los que obtuvieren el mismo número de votos y, en caso de que el empate subsista, se recurrirá para dirimirlo, en primer lugar, a la antigüedad de los candidatos, prefiriéndose al mas antiguo y si se tratare de socios de la misma antigüedad, al sorteo, salvo renuncia previa de alguno de los candidatos.
- Habrá una Comisión de Elecciones integrada por tres socios que no sean candidatos, debiendo elegirse entre ellos un Presidente de la Comisión, quien dirimirá los empates que puedan producirse con motivo de adoptar un acuerdo o resolución. Dicha comisión se constituirá en la Asamblea General en que corresponda celebrar las elecciones
- El recuento de votos será público.
- El Directorio elegido deberá asumir de inmediato sus funciones, sin perjuicio de las rendiciones de cuentas y la entrega de documentos que deba realizarse con posterioridad, para lo cual deberá, en ese acto, fijarse una fecha.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO.- En caso de fallecimiento, renuncia, destitución o imposibilidad o ausencia de un Director para el desempeño de su cargo, el Directorio le nombrará un reemplazante que estará en sus funciones sólo por el tiempo que le restare al Director reemplazado para completar el período. Se entiende que procede la nominación de un reemplazante de cualquier miembro del Directorio, si faltare o estuviere ausente por un período superior a ciento ochenta días consecutivos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO.- En la Asamblea General Ordinaria en que se elijan los Directores o dentro de los quince días siguientes a dicha Asamblea, el Directorio deberá elegir de entre sus miembros, en votación secreta, un Presidente, un Tesorero y un Secretario. El resto de los miembros tendrán la calidad de Directores. El Presidente del Directorio lo será también de la Corporación, la representará judicial y extrajudicialmente y tendrá las demás atribuciones que los Estatutos señalen. Si por cualquier causa no se realizaren las elecciones de Directorio en la oportunidad que establece el artículo décimo tercero, los miembros del directorio continuarán en funciones hasta que se elijan y nominen en la forma prescrita por los Estatutos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO.- Podrá ser elegido miembro del Directorio, cualquier socio activo con un año o más de pertenencia a la Corporación, siempre que al momento de la elección no se encuentre suspendido de sus derechos, conforme a lo dispuesto en el artículo décimo segundo letra c) de estos estatutos. No podrán ser Directores las personas que hayan sido condenadas a pena aflictiva. El Director que durante el desempeño del cargo fuere condenado por crimen o simple delito, o incurrieren cualquier otro impedimento o causa de inhabilidad o incompatibilidad establecida por la ley o los estatutos, cesará en sus funciones, debiendo el Directorio nombrar a un reemplazante que durará en sus funciones el tiempo que reste para completar el período del Director reemplazado.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SÉPTIMO.- Son atribuciones y deberes del Directorio: a) Dirigir la Corporación y velar porque se cumplan sus Estatutos y las finalidades perseguidas por ella. b) Velar por el cumplimiento del Plan de acción y presentar su resultado de avance a la asamblea general. b) Administrar sus bienes y recursos, velando por la sustentabilidad económica de la Corporación. c) Aprobar los proyectos y programas que se encuentren ajustados a lo objetivos de la Corporación; d) Citar a Asamblea General de Socios, tanto Ordinaria como Extraordinaria, en la forma y épocas que señala el artículo décimo sexto de estos Estatutos. e) Crear toda clase de ramas, sucursales, filiales, anexos, oficinas y departamentos que se estimen necesarios para el mejor funcionamiento de la Corporación y para cumplir su objeto social. f) Redactar los Reglamentos necesarios para la Corporación, las ramas y organismos que se creen para el cumplimiento de sus fines y someter dichos Reglamentos a la aprobación de la Asamblea General más próxima, pudiendo en el intertanto aplicarlos en forma provisoria, como asimismo realizar todos aquellos actos y negocios que estime necesarios; g) Cumplir los acuerdos de las Asambleas Generales; h) Rendir cuenta anualmente a la Asamblea General Ordinaria, tanto de la marcha de la institución como de la inversión de sus fondos, mediante una memoria, balance o inventario de sus fondos y bienes respectivamente, que en esa ocasión se someterán a la aprobación de sus socios. i) Calificar las imposibilidades de sus miembros para desempeñar el cargo a que se refiere el artículo vigésimo cuarto. j) Resolver las dudas y controversias que surjan con motivo de la aplicación de sus Estatutos y reglamentos. K) Delegar en el Presidente, en uno o más Directores, ya sea separada o conjuntamente, o en el Secretario General, las facultades correspondientes y atribuciones necesarias para efectuar las medidas económicas que se acuerden y las que se requiera la organización administrativa interna de la entidad. l) Designar al Gerente de la Corporación, establecer sus funciones y conferir sus poderes. m) Evaluar el desempeño del gerente al menos cada dos años. n) Las demás atribuciones que señalen estos estatutos y la legislación vigente.-

ARTÍCULO VIGÉSIMO OCTAVO.- Como administrador de los bienes sociales, el Directorio estará facultado para: Comprar, vender, permutar, dar y tomar en arrendamiento y administración, ceder y transferir toda clase de bienes muebles y valores mobiliarios, dar y tomar en arrendamiento bienes inmuebles por un período no superior a dos años, aceptar, posponer y cancelar hipotecas, prendas, garantías y prohibiciones, otorgar cancelaciones y recibos; celebrar contratos de mutuo y cuentas corrientes, abrir y cerrar cuentas corrientes de depósitos, de ahorro y de crédito y girar sobre ellas, retirar talonarios y aprobar saldos, endosar y cancelar cheques y reconocer saldos, suscribir, girar, endosar, aceptar, reaceptar y protestar letras de cambios, pagarés y documentos negociables en general; cobrar, percibir y otorgar recibos; percibir, contratar, alzar y posponer prendas, constituir, modificar, prorrogar y disolver corporaciones, fundaciones, sociedades y comunidades, asistir a juntas con derecho a voz y voto, conferir mandatos especiales, las atribuciones necesarias para ejecutar las medidas económicas que se acuerden y las requiera la organización administrativa interna de la entidad y revocar poderes y transigir y aceptar

toda clase de herencia, legados y donaciones, contratar seguros, pagar las primas, aprobar liquidaciones de los siniestros y percibir el valor de las pólizas, delegar sus atribuciones en uno o más socios o funcionarios de la institución, sólo en lo que diga relación con la gestión económica de la Corporación o su organización administrativa interna; estipular en cada contrato que celebre los precios, plazos y condiciones que juzgue conveniente, anular, rescindir, resolver, revocar y terminar dichos contratos, poner término a los contratos vigentes por resolución, desahucio o cualquier otra forma, contratar créditos con fines sociales y ejecutar todos aquellos actos que tiendan a la buena administración de la Corporación; delegar en el Presidente, en uno o más Directores o en uno o más socios o en terceros, solo las atribuciones necesarias para ejecutar las medidas económicas que se acuerden y las que requiera la organización administrativa interna de la institución, tales como facultades bancarias para depositar cheques, girar en contra de las cuentas corrientes de la Corporación, protestar y revalidar cheques, solicitar talonarios y cheques sueltos, las que se ejercerán en unión con el Tesorero o el Presidente. Sólo mediante acuerdo de una Asamblea General Extraordinaria de socios se podrá comprar, vender, hipotecar, permutar, ceder y transferir bienes raíces, constituir servidumbres y prohibiciones de gravar y enajenar y dar o tomar en arrendamiento inmuebles por un plazo superior a dos años y constituir prenda sobre bienes de la Corporación. En el ejercicio de sus funciones, los directores responderán solidariamente hasta de la culpa leve por los perjuicios que causaren a la Corporación.-

ARTÍCULO VIGÉSIMO NOVENO.- Acordado por el Directorio o la Asamblea General, en su caso, cualquier acto relacionado con las facultades indicadas en el artículo precedente será llevado a cabo por el Presidente o por quien lo subroge en el cargo, conjuntamente con el Secretario del Directorio u otro Director si aquel no pudiere concurrir, o por los Directores que acuerde el Directorio, o el Secretario del Directorio, otorgando para tal efecto, poder suficiente, el cual se insertará en el acta que se reducirá a escritura pública. Estos deberán ceñirse fielmente a los términos del acuerdo de la Asamblea General o del Directorio en su caso y serán solidariamente responsables ante la Corporación en caso de contravenirlos. Sin embargo, no será necesario a los terceros que contraten con la Corporación conocer los términos del acuerdo.-

ARTÍCULO TRIGÉSIMO.- El Directorio deberá sesionar con la mayoría absoluta de sus miembros y sus acuerdos se adoptarán por la mayoría absoluta de los Directores asistentes, salvo en los casos en que estos mismos Estatutos señalen una mayoría distinta. En caso de empate decidirá el voto del que presida. El Directorio sesionará por lo menos trimestralmente en la fecha que acuerden sus integrantes. De las deliberaciones y acuerdos del Directorio se dejará constancia en un libro especial de actas, que serán firmadas por todos los Directores que hubieren concurrido a la sesión. El Director que quisiera salvar su responsabilidad por algún acto o acuerdo, deberá exigir que se deje constancia de su opinión en el acta. El Directorio podrá sesionar extraordinariamente y, para tal efecto, el Presidente deberá citar a sus miembros. En estas sesiones sólo podrán tratarse las materias objeto de la citación, y en cuanto a los acuerdos y formalidades, estos quedarán sujetos a lo establecido para las sesiones ordinarias en este mismo artículo. El Presidente estará obligado a practicar esta citación si así lo requiere dos o más Directores por escrito.-

TÍTULO QUINTO.-

DEL PRESIDENTE Y DE LOS VICEPRESIDENTES.-

ARTÍCULO TRIGÉSIMO PRIMERO.- Corresponde especialmente al Presidente de la Corporación:

- a) Representarla judicial y extrajudicialmente.
- b) Presidir las reuniones del Directorio, y las Asambleas Generales.
- c) Ejecutar los acuerdos del Directorio, sin perjuicio de las funciones que los Estatutos encomienden al Vicepresidente, Secretario, Tesorero, y a otros miembros que el Directorio designe.
- d) Organizar los trabajos del Directorio y proponer el plan general de actividades de su institución.
- e) Nombrar las comisiones de trabajo que estime convenientes.
- f) Firmar la documentación propia de su cargo y aquella en que deba representar a la asociación, firmar conjuntamente con el tesorero o con el Director que haya designado al Directorio, los cheques, giros de dinero, letras de cambio, balances y, en general todos los documentos relacionados con el movimiento de fondos de la Asociación.
- g) Dar cuenta anualmente en la Asamblea General Ordinaria, en nombre del Directorio, de la marcha de la institución y del estado financiero de la misma.
- h) Resolver cualquier asunto urgente que se presente y solicitar en la sesión de Directorio más próxima su ratificación;
- i) Velar por el cumplimiento de los estatutos, reglamentos y acuerdo de la Asociación;
- j) Las demás atribuciones que determinen estos estatutos y los reglamentos.

Los actos del representante de la Corporación, son actos de éste, en cuanto no exceden de los límites del Ministerio que se le ha confiado. En todo lo que excedan estos límites, sólo obligan personalmente al Representante.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO SEGUNDO.- Los Vicepresidentes, en el caso que hubiesen, deben colaborar permanentemente con el Presidente en todas las materias que a éste le son propias. En casos de ausencia o imposibilidad y transitoria del Presidente, será subrogado por el Primer Vicepresidente, y éste por el Segundo Vicepresidente, quienes tendrán en tal caso todas las obligaciones y atribuciones que le corresponden al subrogado.-

TÍTULO SEXTO.-

DEL TESORERO, DEL SECRETARIO Y DEL GERENTE-

ARTÍCULO TRIGÉSIMO TERCERO.- Los deberes del Secretario serán los siguientes:

- a) Llevar el Libro de actas del Directorio, el de la Asamblea de Socios y el Libro de Registro de Miembros de la Corporación;
- b) Despachar las citaciones a las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias y publicar los avisos de citación de las mismas;
- c) Formar la tabla de sesiones del Directorio y de las Asambleas Generales, de acuerdo con el Presidente;
- d) Redactar y despachar con su firma y la del Presidente la correspondencia y documentación de la Corporación, con excepción de aquella que corresponda exclusivamente al Presidente y recibir y despachar la correspondencia en general;

- e) Contestar personalmente la correspondencia de mero trámite;
- f) Vigilar y coordinar que, tanto los Directores como los miembros cumplan con las funciones y comisiones que le correspondan conforme a los estatutos y reglamentos o les sean encomendadas para el mejor funcionamiento de la Corporación;
- g) Calificar los poderes antes de las elecciones;
- h) En general, cumplir todas las tareas que le encomienden.

En caso de ausencia o imposibilidad, el Secretario será subrogado por el Director que designe el Directorio.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO CUARTO: Las funciones del Tesorero serán las siguientes:

- a) Cobrar las cuotas ordinarias extraordinarias y de incorporación otorgando recibos por las cantidades correspondientes.
- b) Depositar los fondos de la Corporación en las cuentas corrientes o de ahorro que ésta abra o mantenga y firmar conjuntamente con el Presidente, o con quien designe el Directorio los cheques o retiros de dinero que se giren contra dichas cuentas.
- c) Llevar la contabilidad de la Institución.
- d) Preparar el balance que el Directorio deberá proponer anualmente a la Asamblea General.
- e) Mantener al día, el inventario de todos los bienes de la Institución.
- f) En general, cumplir con todas las tareas que le encomienden.

El Tesorero, en caso de ausencia o imposibilidad, será subrogado por el Director que designe el Directorio. En caso de renuncia o fallecimiento, será el Directorio quien designará el reemplazante, el que durará en su cargo sólo el tiempo que faltare al reemplazado.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO QUINTO: Podrá existir un funcionario rentado con el título de Gerente, que será designado por el Directorio y durará en funciones mientras cuente con la confianza de éste. Al Gerente le corresponderá hacer cumplir los acuerdos del Directorio, y tendrá las facultades que el Directorio le otorgue pudiendo concurrir a las sesiones de Directorio, sólo con derecho a voz. El Gerente no formará parte del Directorio, será una persona ajena a la Institución y no tendrá la calidad de miembro de la misma.

El Gerente deberá tener el siguiente perfil:

1. Profesional Universitario del área de gestión, con al menos 5 años de experiencia.
2. Experiencia o conocimientos demostrables en el funcionamiento de la administración pública chilena y sus procedimientos.
3. Alta capacidad de negociación y manejo de relaciones con los distintos actores públicos y privados.
4. Experiencia en gestión y manejo de programas y proyectos de desarrollo regional y local.
5. Es deseable alguna formación o experiencia en materias de turismo o desarrollo económico local con enfoque en sustentabilidad.

Al Gerente corresponderá realizar las siguientes funciones, sin perjuicio de las que el Directorio le asigne:

1. Proponer Plan estratégico de la ZOIT
2. Gestionar los compromisos de los distintos organismos del ámbito regional, especialmente financieros, para apoyar la implementación de proyectos y programas propuestos por el Plan estratégico del destino
3. Administrar la asignación de recursos para la ejecución del Plan Estratégico del Destino Turístico.
4. Coordinar y supervisar la ejecución de los proyectos y programas contemplados por el plan propuesto para el destino.
5. Evaluar el desempeño de los proyectos y programas específicos.

6. Identificar las fuentes de financiamiento para la implementación de las propuestas específicas de proyectos o programas turísticos a nivel del destino.
7. Monitorear el desarrollo de los programas y proyectos.
8. Estructurar la organización administrativa de la Corporación, de acuerdo a las instrucciones que le imparte el Directorio, administrando esta y velando por su correcto funcionamiento y la sustentabilidad de esta.
9. Llevar conjuntamente con el Tesorero la contabilidad de la Institución, elaborando el balance y presupuesto anual para presentarlo al Directorio.
10. Preparar informes de avances respecto del cumplimiento del plan estratégico al Directorio de la Corporación.
11. Celebrar los actos y contratos aprobados por el Directorio conforme a las condiciones y modalidades que éste haya fijado, respecto de los cuales se le haya conferido poder especial para ello;
12. Ejercer las facultades que el Directorio le hubiere especialmente delegado. El directorio podrá delegar en el Gerente sólo las atribuciones necesarias para ejecutar las medidas económicas que se acuerden y las que requiera la organización administrativa interna de la Institución;
13. Proponer al Directorio las medidas, normas o procedimientos que tiendan al mejoramiento de los servicios que preste la Institución como también a su organización interna.

TITULO SEPTIMO

DE LA COMISION REVISORA DE CUENTAS

ARTÍCULO TRIGÉSIMO SEXTO: En la Asamblea General Ordinaria Anual que corresponda, los miembros activos elegirán una Comisión Revisora de Cuentas, compuesta por tres de ellos, quienes durarán tres años en sus funciones y cuyas obligaciones y atribuciones serán las siguientes:

- a) Revisar trimestralmente y cuando la situación lo amerite, los libros de actas, libros de contabilidad y los comprobantes de ingresos y egresos que el Secretario, Tesorero, y el Gerente deben exhibirle, como asimismo, inspeccionar las cuentas bancarias y de ahorro;
- b) Velar porque los miembros se mantengan al día en el pago de sus cuotas y representar al Tesorero cuando alguno se encuentre atrasado, a fin que éste investigue la causa y procure se ponga al día en sus pagos.
- c) Informar en Asamblea Ordinaria o Extraordinaria sobre la marcha de la Tesorería y el estado de las finanzas y dar cuenta de cualquier irregularidad que notare;
- d) Elevar a la Asamblea Ordinaria Anual, un informe escrito sobre las finanzas de la Institución, sobre la forma que se ha llevado la Tesorería durante el año y sobre el balance del ejercicio anual que confeccione el Tesorero, recomendando a la Asamblea la aprobación o rechazo total o parcial del mismo; y
- e) Comprobar la exactitud del Inventario;

ARTÍCULO TRIGÉSIMO SÉPTIMO: La Comisión Revisora de Cuentas será presidida por el miembro que obtenga el mayor número de sufragios en la respectiva elección y no podrá intervenir en los actos administrativos del Directorio. En caso de vacancia en el cargo del Presidente será reemplazado con todas sus atribuciones por el miembro que obtuvo la votación inmediatamente inferior a éste. Si se produjera la vacancia simultánea de dos o más cargos de

la Comisión Revisora de Cuentas, se llamará a nuevas elecciones para ocupar los puestos vacantes; si la vacancia fuera sólo de un miembro continuará con los que se encuentren en funciones con todas las atribuciones de la Comisión. La Comisión sesionará con la mayoría absoluta de sus miembros y los acuerdos serán adoptados por la mayoría absoluta de los asistentes. En caso de empate, decidirá el voto del que preside.

TITULO OCTAVO DEL TRIBUNAL DE HONOR

ARTÍCULO TRIGÉSIMO OCTAVO: Habrá un Tribunal de Honor, compuesto de tres miembros, elegidos cada tres años en la Asamblea General Ordinaria Anual, en la forma y con los requisitos establecidos en el artículo tercero.

Los miembros de dicho Tribunal de Honor durarán tres años en sus funciones y podrán ser reelegidos indefinidamente.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO NOVENO: El Tribunal de Honor se constituirá dentro de los 30 días siguientes a su elección, precediendo a designar, de entre sus miembros, un Presidente y un Secretario. Deberá funcionar con la mayoría absoluta de sus miembros y sus acuerdos se adoptarán por la mayoría absoluta de los asistentes. En caso de empate, decidirá el voto del que preside. Todos los acuerdos de este Tribunal deberán constar por escrito y los suscribirán todos los miembros asistentes a la respectiva reunión.

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO: En caso de ausencia, fallecimiento, renuncia o imposibilidad de alguno de los miembros del Tribunal de Honor para el desempeño de su cargo, el Directorio le nombrará un reemplazante que durará en sus funciones sólo el tiempo que faltare para completar su periodo al miembro del Tribunal reemplazado, el cual deberá tener la calidad de socio activo de la Corporación. Se considerará que existe ausencia o imposibilidad de alguno de los miembros de la Comisión al miembro que no asiste por un periodo de tres meses.

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO PRIMERO: El Tribunal de Honor, en el cumplimiento de sus funciones, aplicará las medidas disciplinarias en primera instancia, previa investigación de los hechos efectuada por el Instructor, conforme al procedimiento que señala el artículo duodécimo.

TÍTULO NOVENO.-

DEL PATRIMONIO.-

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO SEGUNDO.- El patrimonio de la Corporación estará formado por los bienes que forman su patrimonio inicial, que son:

a) La suma de \$ (..... millones de pesos), según certificado de depósito a la vista número del Banco con fecha en.

Los bienes que no consten en dinero se aportarán del siguiente modo: Si se tratara de bienes raíces, se hará mediante escritura pública que deberá otorgarse ante el Notario que sea competente, atendida su jurisdicción, para autorizar el aporte y si se tratara de otros bienes, bastará que el aporte se materialice por escrito ante el Directorio de la institución. Además, formarán también parte del patrimonio para atender a sus fines, las rentas que produzcan los bienes que posea; las cuotas de ingreso u ordinarias de los socios, de las

donaciones, herencias, legados, erogaciones y subvenciones que obtenga de personas naturales o jurídicas nacionales, internacionales o extranjeras de derecho público o privado, de las municipalidades, de organismos fiscales, semifiscales o de administración autónoma, y de los demás bienes que adquiera a cualquier título.

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO TERCERO.- La cuota ordinaria mensual será determinada por la Asamblea General Ordinaria anual a propuesta del Directorio, y deberá permitir recabar una suma mensual no inferior al equivalente a 130 Unidades de Fomento. Asimismo, la cuota de incorporación no podrá ser inferior a 8,5 Unidades de Fomento, y será determinada por la Asamblea General Ordinaria del año respectivo, a propuesta del Directorio. El Directorio estará autorizado para establecer que el pago y recaudación de las cuotas ordinarias, se haga mensual, trimestral, semestral ó anualmente.

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO CUARTO.- Las cuotas extraordinarias serán determinadas por una Asamblea General Extraordinaria a propuesta del Directorio. Se procederá a fijar y exigir una cuota de esta naturaleza, cada vez que la requieran las necesidades de la Corporación. No podrá fijarse más de una cuota extraordinaria por trimestre. Los fondos recaudados por concepto de cuotas extraordinarias no podrán ser destinadas a otro fin que el objeto para el cual fueron recaudados a menos que una Asamblea General especialmente convocada al efecto, resuelva darle otro destino.-

TÍTULO DÉCIMO.-

DE LA MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS, DE LA FUSIÓN Y DE LA DISOLUCIÓN DE LA CORPORACIÓN.-

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO QUINTO.- La Corporación podrá modificar sus Estatutos sólo por acuerdo de una Asamblea General Extraordinaria, adoptado con el voto de los dos tercios de los Socios Activos presentes. La Asamblea deberá celebrarse con asistencia de un notario, que certificará el hecho de haberse cumplido con todas las formalidades que establecen estos estatutos para su reforma.-

ARTÍCULO CUADRAGÉSIMO SEXTO.- La Corporación podrá fusionarse o disolverse voluntariamente por acuerdo de una Asamblea General Extraordinaria, llamada para tal efecto, adoptado con el voto de los dos tercios de los socios activos presentes. La asamblea se realizará ante un Notario que certificará que se cumplen todas las formalidades que establecen los estatutos para su disolución. Acordada la disolución de la Corporación, sus bienes pasarán a la Ilustre Municipalidad o Municipalidades que se encuentren ubicadas en el territorio declarado zona de interés turístico.

SEGUNDO: DISPOSICIONES TRANSITORIAS.-

La Asamblea aprobó igualmente los siguientes tres artículos transitorios:

Artículo Primero Transitorio: Durante los tres primeros años de vigencia de la Corporación no se exigirá para ser Director, el requisito de antigüedad previsto en el Artículo Vigésimo Sexto de los Estatutos.

Artículo Segundo Transitorio: Elección provisoria de cargos

a- Se elige al Directorio inicial de la Corporación, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 548 N° 1 del Código Civil, que estará integrado por las personas que a continuación se señalan, las que durarán en sus cargos hasta la primera Asamblea Ordinaria que deberá celebrarse dentro de los 90 días posteriores al respectivo Registro en el Servicio de Registro Civil e Identificación:

- 1.-**Presidente**
- 2-**Secretario**
- 3-**Tesorero**

b- Se elige a las personas que integrarán la Comisión Revisora de Cuentas, las que durarán en sus cargos hasta la primera Asamblea Ordinaria que deberá celebrarse dentro de los 90 días posteriores al respectivo Registro en el Servicio de Registro Civil e Identificación:

- 1-**Presidente**
- 2-
- 3-

c- Se elige a las personas que integrarán el Tribunal de Honor las que durarán en sus cargos hasta la primera Asamblea Ordinaria que deberá celebrarse dentro de los 90 días posteriores al respectivo Registro en el Servicio de Registro Civil e Identificación:

- 1.-..... **Presidente**
- 2.-**Secretario**
- 3-

Artículo Tercero Transitorio.- Se confiere poder amplio a don con domicilio en, para que reduzca a escritura pública la presente acta y solicite al Secretario Municipal respectivo el registro de la personalidad jurídica de esta Corporación, facultándolo para aceptar las modificaciones que las autoridades competentes estimen necesario o conveniente introducirles y en general, para realizar todas las actuaciones que fueren necesarias para la total legalización de esta Corporación.

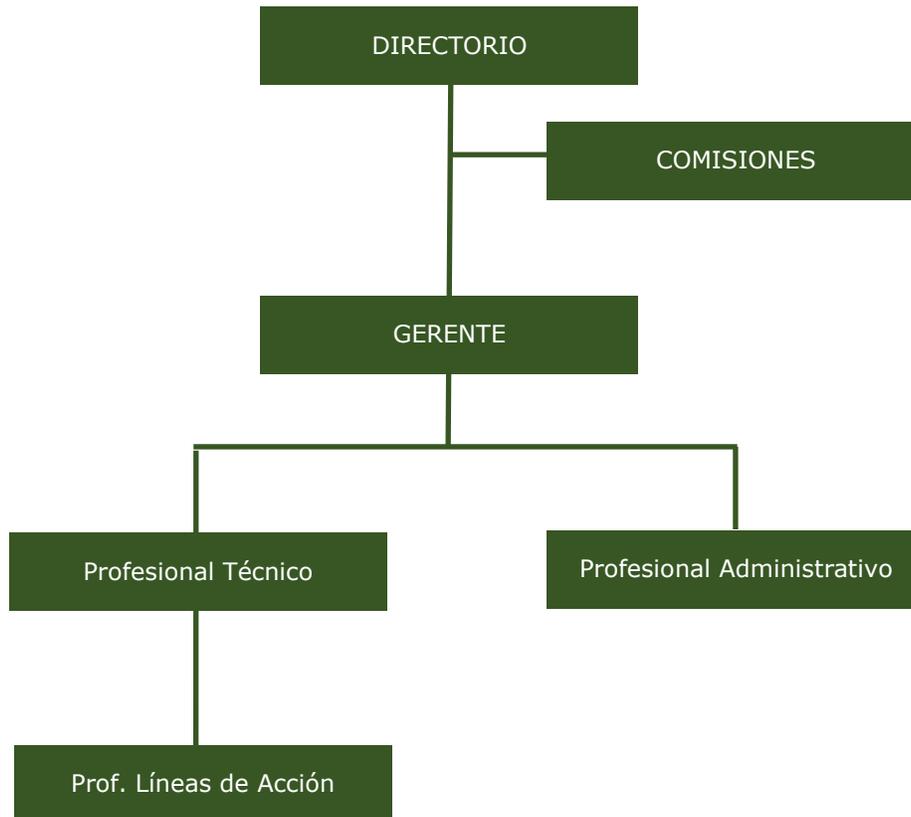
Sin más que tratar se levantó la sesión siendo las horas y se procedió a suscribir el Acta por todos los asistentes.

NOMBRE _____ **RUT** _____ **FIRMA** _____



Referente al diagrama de la organización gestora, en este caso de la corporación, se proyecta la siguiente estructura operativa a partir del 3 año, para los dos primeros años de declaratoria ZOIT se ejecutará a través de un gestor y coordinador general para luego dar paso al organigrama siguiente:

Estructura operativa organismo de gestión



fuelle: elaboración propia, 2016

Sobre las funciones se puede destacar lo siguiente:

- El Directorio queda constituido por sus miembros y se deberán considerar los cargos de Presidente, Secretario y Tesorero. Entre otras funciones descritas en la propuesta de estatutos, el Directorio será el responsable de la administración y dirección superior de la corporación y velar por el cumplimiento del Plan de Acción.
- Los miembros del Directorio podrán conformar comisiones específicas de trabajo en concordancia con las líneas del Plan de Acción.
- El Gerente deberá proponer el plan estratégico de la ZOIT, gestionar compromisos con otros organismos, administrar la asignación de recursos, entre otras funciones detalladas en los estatutos.

El perfil del Gerente debe corresponder a un profesional universitario del área de gestión con al menos 5 años de experiencia. Debe tener conocimiento de administración pública y alta capacidad de negociación y manejo de relaciones entre actores públicos y privados.

- El profesional administrativo deberá cumplir las labores de apoyo al Gerente en materia de seguimiento administrativo, contable y jurídico de la corporación. El perfil de la persona debe ser, de manera recomendada, haber obtenido un título universitario en administración de empresas y con una experiencia no inferior a 1 año en entidades privadas.
- El profesional técnico deberá cumplir las labores de apoyo al Gerente en materia de seguimiento para la implementación de acciones descritas en el Plan de Acción. El perfil de la persona debe responder, de manera recomendada, a un profesional con título universitario en administración turística o similar, con experiencia no inferior a 1 año en entidades públicas o privadas vinculadas al turismo.
- Los profesionales de líneas de acción deben cumplir con las funciones de apoyo hacia el profesional técnico en turismo para la implementación y seguimiento de las líneas de acción del Plan de Acción ZOIT. El perfil de las personas deberá adaptarse a las mayores necesidades de las acciones del Plan de Acción. Es así como aquí pueden considerarse de importancia contar con experiencia en el área de comunicaciones, periodismo, turismo técnico, como también de la gestión y administración de proyectos públicos y privados. Estos perfiles deberán verse en concordancia con los requerimientos de cada línea de acción.

Finalmente, en cuanto a las vías de financiamiento de la corporación en principio pueden considerarse las siguientes cuatro:

- Financiamiento a través de cuotas sociales de los miembros de la corporación. Situación que puede verse dificultada ante bajo número de asociados o el monto de la cuota ordinaria y extraordinaria que no permita la adecuada asunción de compromisos operativos de la organización.
- Postulación a fondos públicos. Vía útil para poder cubrir algunos costos fijos mediante la postulación a fondos, por ejemplo, Corfo, Sercotec, ProChile, entre otros, y que facilite el cubrir ciertos costos operativos (en concordancia con las bases de cada concurso). Sin embargo, estos fondos pueden no disponerse de manera permanente o pueden no ser adjudicados elevando el riesgo de la financiación para la corporación.
- Realización de actividades y obtención de auspicios dinamizando el quehacer turístico local, permitiendo mayor visibilidad a nivel del territorio ZOIT. Este financiamiento también puede permitir ir creciendo a lo largo del tiempo, puesto que actividades bien realizadas conseguirán mayor apoyo a través de auspicios en sus próximas versiones.

- Autogeneración de recursos. Responde a la vía de financiamiento con mayor dificultad inicial de implementación, por los riesgos que también considera ante el fracaso de algunas ideas al ser puestas en marcha. La autogeneración de recursos en estas condiciones deberán propender en seleccionar actividades no cubiertas por los prestadores de servicios turísticos actuales y entregando un valor adicional a las propuestas locales para el turismo. Asimismo, una línea de autogeneración de recursos es también la generación, administración y comisión mediante el ofrecimiento o venta de servicios o productos a los visitantes. De esta manera se podrían generar espacios para la distribución de productos de alto carácter local, desde aquellos de artesanía, hasta aquellos de gastronomía-gourmet y que puedan ser ofrecidos a los visitantes. Otra alternativa es la consolidación de un sistema de reserva y entrega de servicios o terciarización de visitas hacia el territorio.

Para el costo inicial de implementación de la corporación se consideran los siguientes ítems:

ítem	gasto estimado mensual (\$)
recurso humano	2.050.000
Gerente	700.000
Profesional administrativo	500.000
Profesional técnico	500.000
Profesional línea de acción	350.000
gastos operativos	1.000.000
total gastos	3.050.000

fuentes: elaboración propia, 2016

Estos costos han sido establecidos de manera estimativa y no se refieren a su implementación inmediata, más bien paulatina en concordancia con las necesidades de operación y dinámica de la corporación.

A.4. Listas de asistencia y fotografías de actividades

A continuación, se adjuntan las listas de asistencia y fotografías de las actividades realizadas:

1. Reunión inicial del proyecto, 28 de abril, Dirección Regional Sernatur Región del Maule.
2. Taller 1, 12 de mayo, Salón DIDEL, San Clemente.
3. Taller 2, 12 de mayo, Salón Municipal Colbún.
4. Taller 3, 18 de mayo, Salón DIDEL, San Clemente.
5. Taller 4, 18 de mayo, Salón Municipal Colbún.
6. Taller 5, 01 de junio, Salón DIDEL, San Clemente.
7. Taller 6, 08 de junio, Salón Municipal Colbún.
8. Taller 7, 08 de junio, Salón Municipal Colbún.
9. Taller 8, 15 de junio, Salón Municipal Colbún.
10. Reunión Gobernanza, 04 julio, I. Municipalidad de Talca.

REUNIÓN INICIAL DE PROYECTO



microevento oficial en CHISE de:

CHIAS MARKETING

BARCELONA 180 PISO

ID
 actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
 experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: Plan de Acción ZOIT Colbún - Rari

fecha: 28.04.2016. lugar: Sernatur R. Maule

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
	GASTÓN PERO C.	CORP. DES. SUP. LAJO COLBÚN RARI	DIRECTOR EJECUTIVO	GASTONPERO@GMAIL.COM	
	CAROLINA REYES A.	SERNATUR	DIRECTORA REGIONAL	CAREYES@SERINATUR.CL	
	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	Rmelo@sernatur.cl	
	Ambal Urbina R.	Municipalidad Colbún	OMBEL	AURUBINA@MUNICIPALIDADCOLBUN.CL	
	Margarita Izquierdo	Municipalidad Su. Clemente	Encargada Promoción y difusión turística	mizquierdo@sudclemente.cl mizquierdo@gmail.com	
	Milos Miskovic	iD	Dir. Proyecto	milos@experienciaid.cl	
	Romina Lemos	iD	Directora	romina@experienciaid.com	
	LEONARDO PENTALOZA S.	iD	EJECUTIVO PROYECTOS	LEONARDO@EXPERIENCIAID.COM	

TALLER 1



CHIAS MARKETING

BRIGADA SÓPHUS

ID
actitud e impacto

contacto@experiencia.com
experiencia.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: IMPORTANCIA DE UNA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO Y LEVANTAMIENTO DE LA OPINIÓN LOCAL.

fecha: 12 DE MAYO DE 2014 lugar: OFICINA DÍDEL, SAN CLEMENTE.

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
1	Miguel Alejandro Vilelas	Municipalidad de San Clemente	Administrador Municipal	miguel.vilelas@smc.cl	
2	Adriana Rojas	Parqueour 371/2	Dueña	78833555 942872710	
3	Carlos Matinez	Cocineria Don Carlos	Dueño	98200777 leti.figueroa@yahoo.com.ar	
4	Leticia Figueroa	Publicidad	Pago Perquin	965878616	
5	M. Leticia Bravo	Coop. Apícola	Socia	999091659	
6	Hugo de la Fuente	Comuna de Finisimo San Clemente	Providente	arghochfuente@gmail.com	
7	Dario Valdés G.	Artesanías "Davez"	Dueño	artesanias@davez.cl 952684410	
8	Betliz Vega	JUEL Odonado CAMPING	Presidente	betlizvega@hotmail.com	
9	ARTURO DE LA MORA	MARIANA COLBU		arturodelamora@colbu.cl	



contacto@experiencia.com
experiencia.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
10	Luis Alberto Moreno Ramírez	CÁMARA TURISMO RURAL VILCHES	PRESIDENTE	TOESCA2116@HOTMAIL.COM	
11	Leticia Marabolí	Cámara Turismo San Clemente	Secretaria	LeticiaMarabolí@gmail.com	
12	José Roz	C.T		962627328	
13	Bernardo Salazar	Academia Sports House	Director	bernardo@sports.house.cl	
14	Bernardo Bravo	VIAGES & TURISMO	Asesor	67861992@coral.com	
15	Marciana Soto	Fundación Betaniz	administradora	marciana@hotmaul.com	
16	Juan Lavín Ciro	MUSEO MASAMON LAVÍN	Director	MuseoLavín@hotmaul.com	
17	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	Rmelo@gmail.com	
18	Claudia Jara	Sernatur	Periodista	claudiajara@live.com	
19	Iván Arosemena	Liceo San Clemente	COORD. AREA CURSOS TÉCNICOS PROFESIONALES	ivana.rosemena@hotmail.com	
20	Francisco Alguín	Dirección de Desarrollo Ec. Local	Director	didelsc@gmail.com	

2



CHIAS MARKETING

BARCELONA SÉPTIMO

contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
21	Maria Soledad Casanova V.	Turismoobrecodo.cl Camara de Turismo Piches	Dueña tesorera	Turismoobrecodo@gmail.com	
22	Eugenia Castro	Propietaria terreno Camara turismo	participo	ecoparq.bramadero@yahoo.cl	
23	ANDRÉS AMARO	Municipalidad de SAN CLEMENTE	Director de Turismo	AMARO@SANCLMTE.CL	
24	Marepinta Izquierdo	Municipalidad Sn. Clemente.	Ejec. promoción y difusión turística.	MIZQUIERDO@SANCLMTE.CL	
25	Gabriel Sobuzuela S.	H. EMPRESARIO	DUEÑO	Info.Litobspuet@yahoo.es	

TALLER 2



CHIAS MARKETING

BARCELONA SFD MALE

ID
 actitud e impacto

contacto@experienciainfo.com
 EXPLOR@EXPERIENCIAINFO.COM

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: IMPORTANCIA DE UNA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO Y LEVANTAMIENTO DE LA OPINIÓN LOCAL.

fecha: 12 DE MAYO DE 2016. - lugar: SALÓN MUNICIPAL, COLBÚN. -

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
1	Michael Oureo	Región del Maule Asociación Ecoturismo y Artesanía Colbún	Presidente	mroureos14@hotmail.com	
2	Marcela Parra Molina	Transporte y Turismo	Presidente	transporte@colbun.com	
3	Sara Barros Cari	Artexana Rari	-	sari-barrosrari@hotmail.com	
4	Aurea Martínez	comida y turismo	Dueña	aurea@olive.cl	
5	Vivian Narváez	Work Restaurant Dukalokken Rest.	Representante	vmarusola@gmail.com	
6	Juan Enriquez	J.V. Lago Colbún	Presidente	contacto@lago.cl	
7	Nerton Baroalto	camping Bienes del Lago	Representante	Baroaltoquellin@gmail.com	
8	Rodrigo León	Colbún S.A.	Director Asuntos Públicos Zona Maule	rleon@colbun.cl	
9	Claudia Jara	Sernatur	Periodista	claudiajara@live.cl	

CHIAS | MARKETING

SARCELONA SÃO PAULO

ID
actitud e impacto

contacto@experenciad.com
EXPERIENCIA@COM

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
10	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	Rmelo@sernatur.cl	
11	Candelina Reyes	SERNATUR	Directora Regional	creyes@sernatur.cl	
12	GASTÓN PAZ	CORP. DES. TUR. CABI CABI	DIRECTOR EJECUTIVO	CASTO.PAZ@GMAIL.COM	
13	Héctor Venegas	CAC Colbun		miembro1@gmail.com	
14	Ulmar Dörflinger	Rari	Microempresario	contacto@ari.cl	
15	Michael Reich	Rari	gerente	rincousui27@gmail.com	
16	M. Isabel Muñoz	Rari	microempresaria	rincousui27@gmail.com	
17	Fernando Lazzarini	Cabañas Lazzarini	Dueño	lazzarini@hotmaul.com	
18	Anibal Urbina R.	ONGEL	ONGEL	anibal@comunidadcelbun.cl	
19	PAOLA PEREZO	MUNICIPALIDAD CHIL	BESTOR	PAOLAPEREZO@GMAIL.COM	
20	Margot Vergara	Maestran Maule	Presidenta	86003096	Margot Vergara

representación oficial en Chile de
CHIAS MARKETING
 MARCELINA SÃO PAULO

ID
 actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
 experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
	Uca Lozano J.	J Vecinos, Lago Colbun	secretaria	uca.lozano@gmail.com	
	Mario Silva Genoville	" "	Tesorero	msilvagenoville@gmail.com	

TALLER 3



CHIAS | MARKETING

SERVICIO REGIONAL DEL MAULE

ID
actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: DELIMITACIÓN POLIGONO ZOIT, VISIÓN, PROPOSITOS Y OBJETIVOS

fecha: 13 DE MAYO DE 2016 - lugar: OFICINA DIDEL, SAN CLEMENTE

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
1	Waldemar Vilelas	Campesino Sta. Matilde	Dueño	Sta. Matilde Simas de Suelo, Cau.	
2	Adriana Rojas	Restaurant	Dueña	780333111	
3	Leticia Figueroa	Bajo Parqueín - Cobanos y parque Acuario	Publicista	Leti.figueroa@yaho.com.ar	
4	Jonathan Zuniga	EL LEON DE Buenos Aires	Administración	administracion@leonturismo.cl	
5	Paulina Carrizosa	EL LEON DE Buenos Aires	Administración	ADMINISTRACION@leonturismo.cl	
6	Margarita Garcia	Financiera Bajo "Ipa Pungala"	Dueña	Mrs. Garcia, Cada. P. S. S. S. S. S.	
7	Hugo de la Fuente	Camara de Turismo San Clemente	Presidente	hugodelfuente@gmail.com	
8	Gabriel Valenzuela S.	Café de Berrios Limosquet	Dueño	Solo Limosquet 6 Talca, Chile	
9	Roberto Bravo	Los Troncos	Dueño	Los Troncos de Vilelas @ gmail.com	

CHIAS MARKETING
DIRECCION REGIONAL

ID

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firmo
10	Marcelo Poblete Lopez	Cobana Los Troncos-Vichos	DUEÑO	marcelomon01@gmail.com	
11	Jorge Llana Fuentes	Lantencourt & Bigote	DUEÑO	jorge.llana.fuentes@lnt.com	
12	Vladimir Franco	Liray Experiencia	DUEÑO	LirayExperiencia@gmail.com	
13	José Ruiz	Comida - salón chepin	DUEÑO	62627328	
14	Manuel Guipiro	de eventos	DUEÑO	974468536	
15	Luisa Soles	salón eventos chepin	DUEÑA	9.74468536	
16	Dario Valdés G. del villagra	Turismo & Artesanos DAVAG.	DUEÑO	996728663	
17	José Osvaldo Lupareante	de villagra	DUEÑO	975297289	
18	Alicia del corral	Villagra Lupareante	DUEÑA	9-91933216	
19	Beatriz Vega Letke	J Vecino EL Edonado presidente	Presidente	952684410	
20	Ivan Arce	Liray Sin elementos	COORD. TÉCNICO PROF.	IAARVEGA@HOTMAIL.COM	
21	Leticia Naraboli	Lacocina de Leticia	DUEÑA	lacocinadeleticia@gmail.com	

CHIAS MARKETING

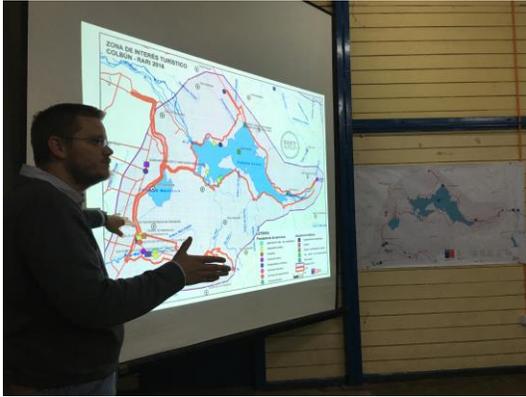
MARKETING EXPERIENCIA

ID
actitud e impacto

contacto@experiencia.com
experiencia.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma
22	maria soledad Cabrera U Luis ALBERTO	www.turismo elrecodo.cl	Dueña	turismoelrecodo@gmail.com	
23	MORENO RANÍREZ	CAJA DE TURISMO RURAL VILCHES	PRESIDENTE	TOESCA 2116@HOTMAIL.COM	
24	MANAÑA SANTOS/ELER AEDUELLA	CONSEJO TURÍSTICO EL COLLE	ADMINISTRATIVO	CONTACTO@TURISMOELCOLLE.CL	
25	GUSTAVO BRANCO	RANCHO ZBS SPORTS HOUSE	ASesor CONSULTOR	GTBG1992@gmail.com	
26	Francisco Olguin	Dirección de Desarrollo Local	Director Promoción	fidelsco@gmail.com	
27	Marcos Luis SOFFA	TURISMO y Medio Ambiente	Enc. promoción y diputación Turística	mizquierdo@saunders.cl	
28	Matias Reyes Sepúlveda.	TURISMO y Medio Ambiente		reyesmatias@ymail.com	

TALLER 4





CHIAS MARKETING

- LISTA DE ASISTENCIA

reunión: VISIÓN, PROPOSITOS, OBJETIVOS Y DELIMITACIÓN POLIGONO ZOIT.

fecha: 16 DE MAYO DE 2016 lugar: SALÓN MUNICIPAL, COLBÚN.

Nº	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma	TELÉFONO
1	PAOLA PEDERO	MUNICIPALIDAD	Gerente Tecnológica	PAOLA PEDERO@GMAIL.COM		976684547
2	YUTZI VERDUGO	AGrupación ECOTURISMO C.A.C. COLBÚN		miverdugo@gmail.com		987404097
3	Sandra Meyrand	Agrupación Ecoturismo Colbún	Secretaria	sandra@equilibremaule.cl		999916052
4	Michael Reich	Restauración Suiza	Café + Cabana	micousuizo27@gmail.com		972886457
5	Maus Dörlings	Cieli	Cabañas	contacto@cieli.cl		978534459
6	Blanca Torres O.	Of. Ambiental Municipal	encargada del área	blancatorres.0@gmail.com		990705173
7	Inés Carter	maestra madre	vice presidenta			999009674
8	Rodrigo León	Colbún S.A.	Director Asuntos Públicos Zona	rodrigo@colbun.cl		962475142
9	ORLANDO CENDA	AGrupación ECOTURISMO COLBÚN	SOLO	ORLANDO SEBASTIAN CENDA@GMAIL.COM		967010143

CHIAS MARKETING

BARCELON 142 MAULE

ID

INSTITUCIÓN: SERNATUR - REGIÓN DEL MAULE
CALLE: BARCELON 142

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	firma	TELÉFONO
10	Gastón Osse	Consultoría Emprendim.	Asesor	goses@telefonosidentec.com	<i>[Signature]</i>	986681361
11	GASTÓN POZO	CORP. DCS.TUR L. CO-BO	DIR. EJECUTIV	bozo.2-poz@maule.cl	<i>[Signature]</i>	
12	Vca Lozano	Junta Vecinos Lago Colbún	Secretario	vcalozano@gmail.com	<i>[Signature]</i>	98269270
13	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	rmelo@maule.cl	<i>[Signature]</i>	
14	hais Sodea	Hosteria zona Tello comida casera	Integrante de la Hosteria	Hosteria Tello @ hot rest. com.	<i>[Signature]</i>	
15	Aya martinez	ho Puca	juicio	ayito OLIVE@maule.cl	<i>[Signature]</i>	85334408
16	Aribal Undurita	OMDE	OMDE	aribal@omde.cl	<i>[Signature]</i>	+5624382

TALLER 5





contacto@experienciaid.com
 experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: ZOIT LAZO COLBÚN - RAZ: INFRAESTRUCTURA, OFERTA y CAPITAL HUMANO.

fecha: 01 DE JUNIO DE 2016. lugar: SALÓN DÍDEL, SAN CLEMENTE.

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Monica Lamura	comercio de carnos a la puerta de la olla	dueño	monicalamura@hotmail.cl	982004444	
2	Maura Vorardi	✓	✓	✓	✓	
3	ANDRÉS AVILA S.	Municipalidad de SAN CLEMENTE	DIRECTOR TURISMO	AAVILA@SANCLM.cl	9514113	
4	Margarita Izamardo Sofia	Municipalidad San Clemente	Promoción y Difusión turística	mizamardo@sanclm.cl	93692869	
5	Huio Reyes Selvedu	Municipalidad San Clemente	Practicante de turismo	reyestrurismo.80@gmail.com	99404996	Huio Reyes S.
6	ARTURO de Maya	MARINA COLBÚN	Dueno	arturodelmayo@gmail.com	993425133	
7	Francisco Oguin Novoa	Municipalidad de San Clemente	Director Desarrollo Economico Local	didelsc@gmail.com	997503475	
8	Lilo, Lillo, i	ID	Dir. pto.	Lilo, Lillo, i@experienciaid.com	90521594	
9	LEANDRO PENALOZA S.	ID	Ejec. Proyecto	leandro@experienciaid.com	6544038	

TALLER 6





contacto@experienciaid.com
 experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: ZOIT LAGO COLBÚN - RARI, TALLER DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y PROMOCIÓN.

fecha: 08 DE JUNIO DE 2016 - lugar: SALÓN MUNICIPAL, COLBÚN

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Adriana Reyes Balboa	Restaurante 3 7 1/2	Dueña		78833555	[Firma]
2	Eugenia Sastre	Pedro	Dueña	ecopars.bta.madero@yaho.com	92380184	[Firma]
3	ARTURO DE LA MAZA	MARINA LAGO COLBÚN	Dueño	delmaza@lagocolbun.cl	993425133	[Firma]
4	Gabriel Valenzuela	Café de Barbies Limopet	Dueño	cafe.limosquet@yahoo.es	988621595	[Firma]
5	Claudia Jara	SERNATUR	PERIODISTA	claudiajara@live.com	99232542	[Firma]
6	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	Ricardo@sernatur.cl	712233669	[Firma]
7	GUSTAVO GUYMAN	SOL y Sombras	SOLSA	gguyman36@gmail.com	99324645	[Firma]
8	Anibal Urtubia Rodríguez	Municipalidad Colbún	JEFE DMOEL	urtubia@municipalidadcolbun.cl	977924382	[Firma]
9	Margot Vergara	Moratoria Maule Presidenta			86003096	[Firma]

representante oficial en Chile de
CHIAS MARKETING
AGENCIA SHIPARD

ID
actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Ana María Fernández	La Nueva Estimación	Gerente	anaites@live.cl	985334708	
11	PAOLA PEDEDO C.	MUNICIPALIDAD	FORNTO	PAOLAPEDEDO@chail.com	976684547	
12	Juan Pablo Torres Rojas	Campesino de Herminio	Tribunador social	JASPO68@Hotmail.cl	72119865	
13	Paulina Ramírez A.	Leon de Buenos Aires	Administración	ADMINISTRACION@leon turismo.cl	94507623	
14	Jonathan Zurita M.	Leon de Buenos Aires	Administración	Administración @ Leon turismo.cl	93634217	
15	Marisol Casanova	Turismo el Recado Camara de turismo sanclemente	tesorera	turismoelrecado @gmail.com	981455579	
16	Luis Montenegro	Turismo el Recado camara turismo sanclemente	Dueño	turismoelrecado@gmail.com	988087117	
17	Martín Bischoff	Hostal La Granavilla Municipalidad sanclemente	Departamento Promoción de turismo	info@hostallagranavilla.com	966367775	
18	Mateo Izquierdo Sofía	Municipalidad sanclemente	Depto Turismo	mizquierdo@sanclemente.cl	9392585	
19	LEANDRO PENTALOZA	ID	EJEC. PROYECTO	leandro@experienciaid.com	63940038	
20	Ciela Cielos	ID	Dir. Depto	Ciela.Cielos@experienciaid.com	9053485	

TALLER 7



representante oficial en Chile de:
CHIAS MARKETING
 DIRECCION SUI-PALO

ID
 actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
 experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: ZOIT LAGO COLBÚN - RARI, TALLER DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y PROMOCIÓN.

fecha: 08 DE JUNIO DE 2016 - lugar: SALÓN MUNICIPAL, COLBÚN

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Adriana Rojas Daldos	Restaurante	Dueña		78830555	[Firma]
2	Cruzina Jachio	Pueblo	Dueña	ecopars.bra.madero	92380184	[Firma]
3	ARTURO DE LA MAZA	MARINA LAGO COLBÚN	Dueño	colbun@marinacolbun.cl	993425133	[Firma]
4	Gabriel Valenzuela	Cafe de Bieres Limopet	Dueño	gabriel@limopet.cl	988621595	[Firma]
5	Claudia Jara	SERNATUR	Peritista	claudiajara@live.cl	22232572	[Firma]
6	Ricardo Melo	Sernatur	Profesional Desarrollo	ricardo@sernatur.cl	712233669	[Firma]
7	Gustavo Guzman	Sol y Sombra	Solo	gguzman36@gmail.com	99324645	[Firma]

representante oficial en Chile de:
CHIAS MARKETING
 DIRECCION SUI-PALO

ID
 actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
 experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Ana María Fernández	La Nueva Estación	Dueña	anita@live.cl	985334708	[Firma]
11	PAOLA PEZOSO C.	MUNICIPALIDAD	FORTENTO	PAOLAPEZOSO@chil.com	976684547	[Firma]
12	Juan Pablo Paredes Rojas	CAMPILG Vista Hermosa	Tribunador	JASP068@Hotmail.cl	72119863	[Firma]
13	Paulina Ramírez N.	Leon de Buenos Aires	Administradora	Administradora@leonbuenosaires.cl	94507623	[Firma]
14	Jonathan Zurro M.	Leon de Buenos Aires	Administrador	Administrador@leonbuenosaires.cl	93634217	[Firma]
15	Marisol Casanova	Turismo el Recado Tercera Cámara de Turismo San Clemente		turismoelrecado@gmail.com	981455570	[Firma]
16	Luis Poutouegro	Turismo El Recado	Dueño	turismoelrecado@gmail.com	98808774	[Firma]
17	Marion Bischoff	Camya Turismo Pailón Viejo Hotel La Granville	Dueña	info@hostellacompanilla.com	96636775	[Firma]
18	Mateanta Izquierdo Sofía	Municipalidad San Clemente	Depto Turismo	mizquierdo@sanclemente.cl	9389285	[Firma]
19	LEANDRO PENTAZOZA	ID	ETEC. PROYECTO	leandro@experienciaid.com	63940038	[Firma]
20	Liliana Ciliberto	ID	Dir. Depto	liliana@experienciaid.com	9033855	[Firma]

TALLER 8



REUNIÓN GOBERNANZA







A.7 Bosquejo de Diseño Gráfico de Documentos

A continuación, se presenta el bosquejo de diseño, como guía gráfica, para la portada, contraportada y elementos para ser usados en Resumen Ejecutivo y en parte en el Informe Final.



**Formulación, Implementación y
Seguimiento Plan de Acción
ZOIT Lago Colbún - Rari**

Julio 2016

elaborado por



MINISTERIO DE
DESARROLLO
SOCIAL

SERNATUR
Región del Maule



ID

actitud e innovación



**GOBIERNO
REGIONAL
DEL MAULE**

Título Texto 01

In commodo congue velit a commodo. Integer in viverra lectus. Ut eget arcu a arcu sodales fringilla sit amet et est. Vivamus non dignissim ipsum. Cras pharetra leo ligula, a maximus est gravida sed. Nullam condimentum lacus at quam pellentesque vulputate.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam tempus eu augue vulputate ornare. Duis eget interdum neque. Nunc sagittis tristique euismod. Sed vel lectus ac libero ultrices auctor. Donec et velit felis. Vivamus ullamcorper ligula in sem scelerisque mattis. Cras sed metus vel lorem imperdiet blandit. Quisque ultrices tellus nec odio convallis sagittis. Ut fringilla condimentum odio, sed viverra ipsum posuere rutrum. In euismod non dui et hendrerit. Etiam consectetur massa vel semper aliquet. Suspendisse et nulla ornare, ornare sapien vitae, congue tortor. Suspendisse potenti.

Curabitur imperdiet tellus nibh, id luctus nisl aliquam sed. Donec orci justo, fringilla a risus at, feugiat dictum sem. Aenean ullamcorper gravida lacinia. Nulla pulvinar cursus augue, eu imperdiet ligula porta sit amet. Suspendisse dignissim neque nisi, vehicula finibus neque consectetur pharetra. Fusce mollis nulla at purus venenatis cursus. Sed vitae orci urna. Mauris convallis laoreet tempus. Pellentesque ultricies nibh sit amet tristique condimentum. Nullam at laoreet nisi.

Maecenas at cursus arcu, eget sagittis turpis. Nam erat lacus, fermentum a porta eu, egestas pretium neque. Curabitur eu cursus neque. Vestibulum sagittis tempus cursus. In congue dolor neque, a posuere ex blandit tempor. Donec cursus in metus a venenatis. Nulla dignissim, eros sed ornare ultricies, est nulla tincidunt risus, ac iaculis tellus risus sed sem. Nam nibh risus, tristique quis facilisis id, fermentum in nibh.

Aliquam ultricies tincidunt orci non auctor. Cras euismod congue libero, nec bibendum mi dignissim vitae. Curabitur molestie tellus nec lorem convallis, a condimentum nisl blandit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam mattis semper purus, at dapibus nisl. Nunc commodo at diam sed ullamcorper. Ut facilisis feugiat est, nec ullamcorper felis tincidunt

in. Cras pretium sem vitae odio molestie tristique. Nulla maximus tempor dolor tincidunt efficitur. Quisque enim arcu, porta ullamcorper feugiat vel, sodales a nisi. Phasellus semper ornare felis, eget posuere metus vestibulum nec. Mauris lacinia leo quis tellus vehicula commodo.

In commodo congue velit a commodo. Integer in viverra lectus. Ut eget arcu a arcu sodales fringilla sit amet et est. Vivamus non dignissim ipsum. Cras pharetra leo ligula, a maximus est gravida sed. Nullam condimentum lacus at quam pellentesque vulputate. Pellentesque ornare dignissim metus, eget laoreet turpis dignissim malesuada. Nullam rutrum sollicitudin enim, et tempor massa convallis ac. Cras luctus ipsum eros, id laoreet diam ullamcorper a. Aenean lacinia porta porttitor. Etiam dignissim libero non metus vestibulum, sed lobortis ex dapibus. Nullam eros enim, molestie a aliquam sit amet, rhoncus ac ex. Curabitur feugiat eu tellus sit amet mattis. Quisque posuere aliquam tellus at condimentum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam tempus eu augue vulputate ornare. Duis eget interdum neque. Nunc sagittis tristique euismod. Sed vel lectus ac libero ultrices auctor. Donec et velit felis. Vivamus ullamcorper ligula in sem scelerisque mattis. Cras sed metus vel lorem imperdiet blandit. Quisque ultrices tellus nec odio convallis sagittis. Ut fringilla condimentum odio, sed viverra ipsum posuere rutrum. In euismod non dui et hendrerit. Etiam consectetur massa vel semper aliquet. Suspendisse et nulla ornare, ornare sapien vitae, congue tortor. Suspendisse potenti.

Curabitur imperdiet tellus nibh, id luctus nisl aliquam sed. Donec orci justo, fringilla a risus at, feugiat dictum sem. Aenean ullamcorper gravida lacinia. Nulla pulvinar cursus augue, eu imperdiet ligula porta sit amet. Suspendisse dignissim neque nisi, vehicula finibus neque consectetur pharetra. Fusce mollis nulla at purus venenatis cursus. Sed vitae orci urna. Mauris convallis laoreet tempus. Pellentesque ultricies nibh sit amet tristique condimentum. Nullam at

Titulo Texto 02

In commodo congue velit a commodo. Integer in viverra lectus. Ut eget arcu a arcu sodales fringilla sit amet et est. Vivamus non dignissim ipsum. Cras pharetra leo ligula, a maximus est gravida sed. Nullam condimentum lacus at quam pellentesque vulputate- te.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam tempus eu augue vulputate ornare. Duis eget interdum neque. Nunc sagittis tristique euismod. Sed vel lectus ac libero ultrices auctor. Donec et velit felis. Vivamus ullamcorper ligula in sem scelerisque mattis. Cras sed metus vel lorem imperdiet blandit. Quisque ultrices tellus nec odio convallis sagittis. Ut fringilla condimentum odio, sed viverra ipsum posuere rutrum. In euismod non dui et hendrerit. Etiam consectetur massa vel semper aliquet. Suspendisse et nulla ornare, ornare sapien vitae, congue tortor. Suspendisse potenti.

Curabitur imperdiet tellus nibh, id luctus nisl aliquam sed. Donec orci justo, fringilla a risus at, feugiat dictum sem. Aenean ullamcorper gravida lacinia. Nulla pulvinar cursus augue, eu imperdiet ligula porta sit amet. Suspendisse dignissim neque nisi, vehicula finibus neque consectetur pharetra. Fusce mollis nulla at purus venenatis cursus. Sed vitae orci urna. Mauris convallis laoreet tempus. Pellentesque ultricies nibh sit amet tristique condimentum. Nullam at laoreet nisi.

Maecenas at cursus arcu, eget sagittis turpis. Nam erat lacus, fermentum a porta eu, egestas pretium neque. Curabitur eu cursus neque. Vestibulum sagittis tempus cursus. In congue dolor neque, a posuere ex blandit tempor. Donec cursus in metus a venenatis. Nulla dignissim, eros sed ornare ultricies, est nulla tincidunt risus, ac iaculis tellus risus sed sem. Nam nibh risus, tristique quis facilisis id, fermentum in nibh.

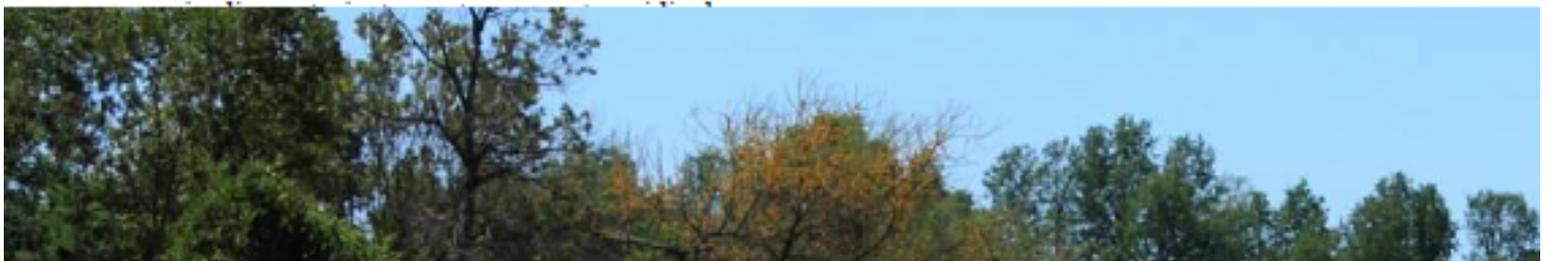
Aliquam ultricies tincidunt orci non auctor. Cras euismod congue libero, nec bibendum mi dignissim vitae. Curabitur molestie tellus nec lorem convallis, a condimentum nisl blandit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cum sociis natoque penatibus et

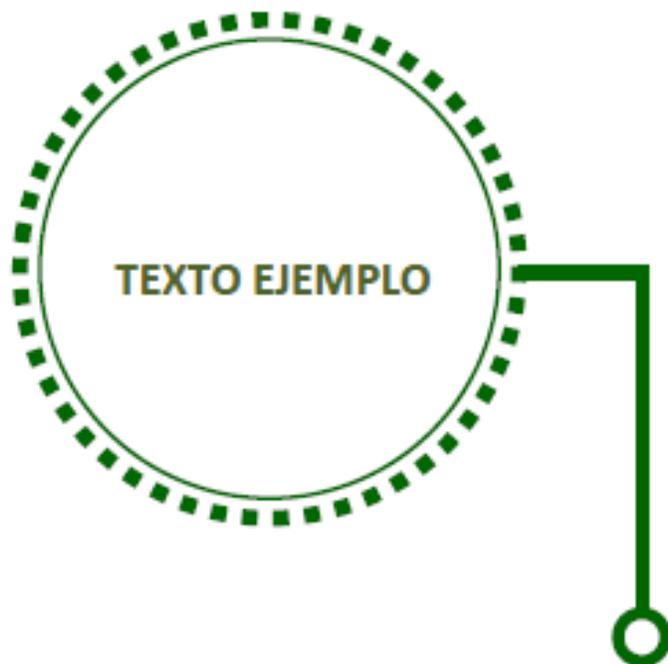
in. Cras pretium sem vitae odio molestie tristique. Nulla maximus tempor dolor tincidunt efficitur. Quisque enim arcu, porta ullamcorper feugiat vel, sodales a nisi. Phasellus semper ornare felis, eget posuere metus vestibulum nec. Mauris lacinia leo quis tellus vehicula commodo.

In commodo congue velit a commodo. Integer in viverra lectus. Ut eget arcu a arcu sodales fringilla sit amet et est. Vivamus non dignissim ipsum. Cras pharetra leo ligula, a maximus est gravida sed. Nullam condimentum lacus at quam pellentesque vulputate. Pellentesque ornare dignissim metus, eget laoreet turpis dignissim malesuada. Nullam rutrum sollicitudin enim, et tempor massa convallis ac. Cras luctus ipsum eros, id laoreet diam ullamcorper a. Aenean lacinia porta porttitor. Etiam dignissim libero non metus vestibulum, sed lobortis ex dapibus. Nullam eros enim, molestie a aliquam sit amet, rhoncus ac ex. Curabitur feugiat eu tellus sit amet mattis. Quisque posuere aliquam tellus at condimentum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam tempus eu augue vulputate ornare. Duis eget interdum neque. Nunc sagittis tristique euismod. Sed vel lectus ac libero ultrices auctor. Donec et velit felis. Vivamus ullamcorper ligula in sem scelerisque mattis. Cras sed metus vel lorem imperdiet blandit. Quisque ultrices tellus nec odio convallis sagittis. Ut fringilla condimentum odio, sed viverra ipsum posuere rutrum. In euismod non dui et hendrerit. Etiam consectetur massa vel semper aliquet. Suspendisse et nulla ornare, ornare sapien vitae, congue tortor. Suspendisse potenti.

Curabitur imperdiet tellus nibh, id luctus nisl aliquam sed. Donec orci justo, fringilla a risus at, feugiat dictum sem. Aenean ullamcorper gravida lacinia. Nulla pulvinar cursus augue, eu imperdiet ligula porta sit amet. Suspendisse dignissim neque nisi, vehicula finibus neque consectetur pharetra. Fusce mollis nulla at purus venenatis cursus. Sed vitae orci urna. Mauris convallis laoreet tempus. Pellentesque ultricies nibh sit amet tristique condimentum. Nullam at





[Escriba una cita del documento o el resumen de un punto interesante. Puede situar el cuadro de texto en cualquier lugar del documento. Use la ficha Herramientas de dibujo para cambiar el formato del cuadro de texto de la cita.]



ejecutado por:



TODOSS
POR
CHILE

SERNATUR
Agencia del Maule



ID

actividad e impacto



**Gobierno
Regional
del Maule**



