



PLAN DE ACCIÓN

gestión participativa de Zona de Interés Turístico

ZOIT Casablanca

PLAN DE ACCIÓN
gestión participativa de Zona de Interés Turístico
CASABLANCA

desarrolla: Mesa Público Privada
Zona de Interés Turístico CASALBANCA

apoyo técnico: iD actitud e impacto – CHIAS Marketing

créditos imágenes: banco fotográfico Sernatur, propias equipo consultor

octubre 2017

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
MODELO DE GOBERNANZA DE LA MESA PÚBLICO PRIVADA	8
DATOS CONTACTO GOBERNANZA ZOIT	10
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL	11
Oferta Turística Actual.	11
Demanda Turística Actual.	12
CONDICIONES ESPECIALES PARA LA ATRACCIÓN TURÍSTICA	16
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	17
EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA HABILITANTE.....	17
RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA	18
SUSTENTABILIDAD DEL DESTINO	19
DESARROLLO DE PRODUCTOS	20
PROMOCIÓN TURÍSTICA	21
VISIÓN ZOIT	23
OBJETIVO GENERAL	23
PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO	24
EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA HABILITANTE.....	25
RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA	27
DESARROLLO DE PRODUCTOS	30
PROMOCIÓN TURÍSTICA	32
SUSTENTABILIDAD DEL DESTINO	34
INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN	38
ANEXOS	41
Cartas de apoyo de los actores involucrados en la propuesta ZOIT	41
Verificadores de instancias de participación en el Plan de Acción	51

INTRODUCCIÓN

El PLAN DE ACCIÓN es un requerimiento para que un territorio sea declarado y mantenga, como en el caso de CASABLANCA, su condición de Zona de Interés Turístico (ZOIT).

Esto lo establece el Reglamento que fija el procedimiento ZOIT - Decreto N° 30 del año 2016 del Ministerio de Economía Fomento y Turismo.

Este PLAN DE ACCIÓN, es un instrumento de gestión elaborado de forma participativa por actores representativos de CASABLANCA, entre los que están el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), la I. Municipalidad de Casablanca, que forman parte de la postulación, la Corporación para el Desarrollo de Casablanca, los gremios y asociaciones vinculadas al turismo, servicios públicos, etc.

Este instrumento busca ser la carta de navegación que permita ir avanzando de forma coordinada el tipo de desarrollo turístico por medio de la definición y ejecución de una visión, objetivos y actividades (líneas de acción) a un plazo de 4 años y que permitan acortar o cerrar las brechas identificadas en el territorio.

Estas brechas se enmarcan en componentes principales, entre los que están: equipamiento e infraestructura habilitante, recursos humanos y calidad de la oferta turística, desarrollo de productos, promoción, y sustentabilidad de destino.

De este modo se busca alcanzar la visión de desarrollo turístico acordada entre los actores relevantes del territorio y ejecutada por una Mesa Público Privada, con el fin de ordenar y coordinar el desarrollo de cada una de estas actividades las que posteriormente serán evaluadas anualmente.

RESUMEN EJECUTIVO

La Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca posee un relevante valor potencial para el desarrollo del turismo. Entre sus principales condiciones destacan los atractivos de jerarquía internacional como el Circuito del Vino de Casablanca, que forma parte con la vecina Valparaíso de la red de las Grandes Capitales Mundiales del Vino, asimismo el Encuentro Internacional de Payadores, la actividad religiosa de Purísima de Lo Vásquez, el pueblo de Quintay con la exballenera y el pueblo de Tunquén reconocido por las dunas y humadel.

Por su cercanía y conectividad vial con grandes centros urbanos de la Región Metropolitana y la Región de Valparaíso, hacen que sea un destino que podrá fortalecer desarrollo turístico y aportar al bienestar de la comunidad y el sector empresarial de turismo y relacionados, con la ejecución del Plan de Acción a presentar.

Según datos analizados, se estima que el 75% de los turistas que visitan el Valle de Casablanca por razones de enoturismo proceden del extranjero, en concreto de Brasil, Estados Unidos y Europa. La asistencia a eventos programados es en su mayoría caracterizada por presencia de un público nacional. Los tiempos de estadía son bajos en Casablanca debido a falta de una oferta complementaria y la alta estacionalidad en cuanto a los flujos motivados por sol y playa en zonas de Quintay y Tunquén.

Dentro de las principales brechas detectadas durante el proceso de trabajo, se precisan algunas como la falta de una oficina de información turística permanente con personal calificado, disposición de material y la difusión de servicios.

A su vez, en el destino se reconoce la falta de infraestructura de conectividad, como lo es un terminal de buses y la deficiencia en la señalética turística de acercamiento e in situ de los atractivos turísticos.

Durante el proceso se identificaron necesidades de capacitación del personal de los prestadores de servicios turísticos, con orientación hacia la atención al cliente e idiomas, principalmente, además de capacitaciones más enfocadas hacia el área administrativa de los establecimientos para mejorar la comercialización y ventas, como también en fortalecer la asociatividad e integración de productos.

Existe una falta de rutas temáticas para la diversificación de la oferta y una escasa promoción de eventos en los principales núcleos urbanos cercanos, además, de la carencia en contar una web turística del destino. Se reconoció la necesidad de generar mayor sensibilidad y propiciar acciones de responsabilidad social empresarial, la evaluación de los impactos económicos del turismo y el aporte respecto a la situación de sustentabilidad del destino en cuanto a acciones de buenas prácticas, campañas de reciclaje y la importancia del cuidado y búsqueda de soluciones para el recurso hídrico.

Los principales actores público-privado que participan del destino y han demostrado interés en formar parte de las instancias de ejecución del Plan de Acción son la I. Municipalidad de Casablanca; la Corporación para el Desarrollo de Casablanca; la Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca; la Cámara de Comercio y Turismo de Casablanca, el Consejo de la Sociedad Civil, la Fundación Quintay. Además, de Sernatur Región de Valparaíso; Seremi Economía, Fomento y Turismo, Seremi Medio Ambiente, Cnca de Valparaíso, Subdere de Valparaíso y Corfo.

La etapa de formulación del Plan de Acción contó con tres talleres participativos y el seguimiento a través de reuniones de la Mesa Público-Privada. En estas ocasiones se han convocados las distintas entidades locales y regionales, como también de un número mayor de representantes empresariales y de la sociedad civil para poder levantar información y generar dinámicas que han permitido levantar y consensuar las acciones que forman parte del presente documento que se elabora.

La articulación se llevará a cabo en un modelo de gobernanza cual será encargada desde la gestión local por parte del Municipio y la Corporación. La estructuración para la ejecución lo compondrán comités estratégicos, segregados por cada ámbito de las acciones y/o territorios.

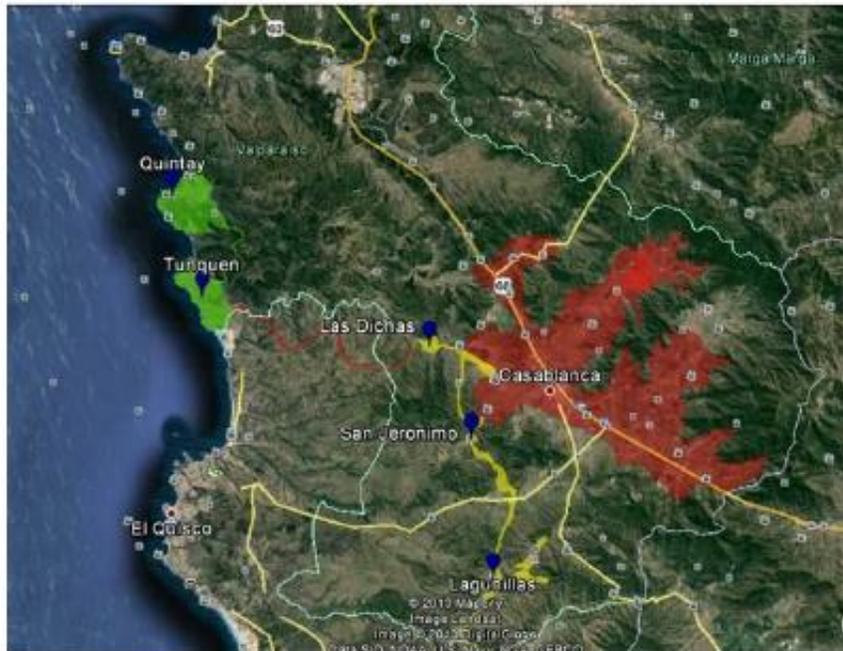
La imagen objetivo visualiza a Casablanca al año 2022 como destino turístico de valle vitivinícola y la costa del Pacífico, reconocido por la excelencia en sus productos de enoturismo, ruralidad y tradiciones del campo y el mar, en una ubicación geográfica privilegiada en cuanto al clima y accesibilidad. Con una oferta turística creada en asociatividad, profesionalismo, compromiso de mejora continua de sus actores, y la amabilidad de sus habitantes quienes en su conjunto reflejan y resguardan la identidad de Casablanca.

Finalmente, los tres proyectos más significativos a desarrollar y que son recomendaciones del equipo consultor debido a su impacto en el cambio del quehacer actual en el destino y la factibilidad de su realización eficaz y eficiente:

1. Realizar el análisis de factibilidad y propiciar la generación de un plan de habilitación y/o de atracción de inversionistas para el desarrollo de nuevos alojamientos con características sustentables.
2. Implementación de programas anuales de capacitación en comercialización, publicidad y difusión turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos y comercio con vinculación al turismo.
3. Análisis y puesta en marcha de sistema de medición de contribución económica del turismo (gasto, ocupación, empleo, inversión) y su difusión al sector y a la comunidad.

1.1 Alcance geográfico

El territorio de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) ha quedado definido mediante el consenso y aprobación de un polígono en el marco de la aprobación de la ZOIT Casablanca el año 2013 y su puesta en implementación, del primer Plan de Acción, el año 2014. El territorio considera un polígono que se subdivide en tres sectores que se presentan en el mapa a continuación.

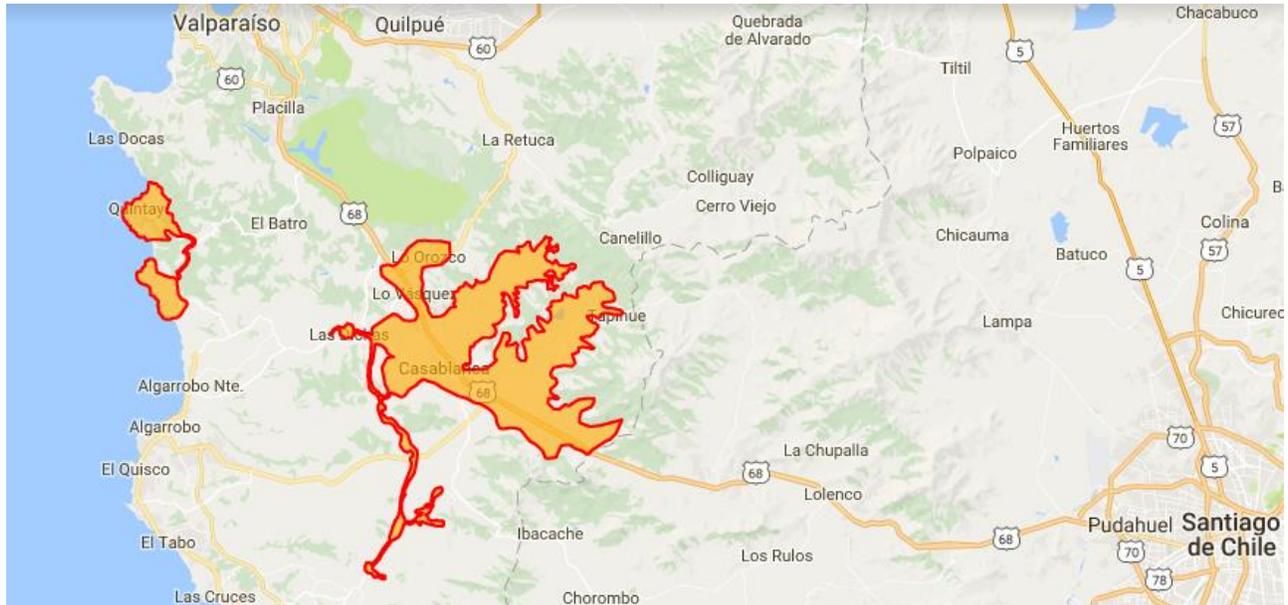


SECTOR 1: Casablanca, Lo Vásquez, Lo Orozco, Lo Ovalle, viñas.

SECTOR 2: Quintay, Tunquén.

SECTOR 3: Las Dichas, San Jerónimo, Lagunillas.

A seguir, asimismo, se presenta el alcance geográfico de la ZOIT en el contexto de su accesibilidad desde los principales centros urbanos cercanos: Santiago de Chile y el área de Valparaíso-Viña del Mar-Concón:



MODELO DE GOBERNANZA DE LA MESA PÚBLICO PRIVADA

En lo que respecta a los roles de los actores pertenecientes a la Mesa Público-Privada, su principal función estará vinculada al compromiso con la efectiva gestión para la ejecución y seguimiento de acciones que se establezcan en el instrumento del Plan de Acción.

Para que este compromiso sea evidenciable, la Mesa Público-Privada deberá definir Comités Ejecutivos según ámbitos y/o territorios de acción que serán liderados por respectivos actores más idóneos según acciones que se aborden.

En consecuencia, se recomienda la definición de al menos los Comités Ejecutivos de ámbitos de infraestructura y equipamiento, calidad y recursos humanos, sustentabilidad, productos y promoción. Además, que se brinde particular singularidad a acciones dedicadas a diferentes áreas territoriales, como lo es Quintay o Lagunillas, por ejemplo.

Las instituciones y entidades que han sido identificadas para la incorporación en la Mesa Público-Privada de la ZOIT Casablanca son los siguientes:

- Servicio Nacional de Turismo.
- Seremi Economía, Fomento y Turismo.
- Seremi Medio Ambiente.
- Consejo Regional de la Cultura y las Artes.
- Subsecretaría de Desarrollo Regional.
- Corfo.
- Ilustre Municipalidad de Casablanca.
- Corporación para el Desarrollo de Casablanca.
- Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca.
- Cámara de Comercio y Turismo de Casablanca.
- Consejo de la Sociedad Civil.
- Fundación Quintay.

Además de estas entidades, se ha considerado de relevancia por parte de los participantes de la Mesa Público-Privada considerar y cursar la invitación a incorporar durante la implementación del modelo de gestión a los siguientes actores:

- Fundación Amigos del Humedal de Tunquén.
- Gremio de Pescadores Artesanales.
- Representante de Viñas no Asociadas.

La forma de decisiones será de manera colegiada, de 50%+1 y para poder sesionar deberán estar presentes 50%+1 de los actores, según indicado en el reglamento respectivo.

Se recomienda la realización de al menos 4 sesiones plenarias al año, dos en el primero y dos en el segundo semestre. Se recomiendan como meses de sesión el mes de marzo, junio, agosto y noviembre. En estas sesiones plenarias se convocará a la totalidad de las instituciones y entidades participantes.

Sumado a ello, a nivel local, de manera permanente se ejecutará una coordinación entre la I. Municipalidad de Casablanca y la Corporación para el Desarrollo de Casablanca bajo la modalidad de gestión local.

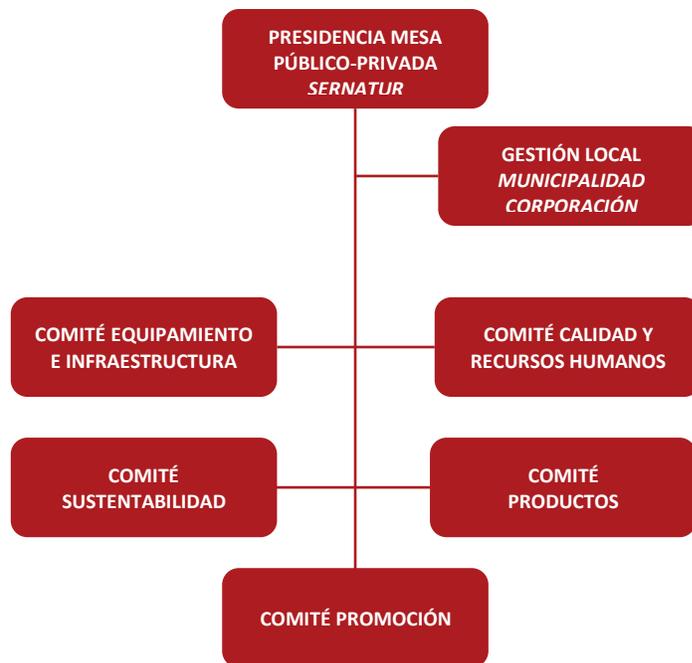
Estas entidades sostendrán reuniones de coordinación, a las cuales pueden convocar a otros miembros de la Mesa Público-Privada u organismos técnicos y especialistas no participantes en la mesa, pero que pueden aportar a la implementación del Plan de Acción.

Las reuniones de la gestión local se sostendrán al menos 1 vez al mes y las decisiones se tomarán en base al consenso.

Como señalado, la existencia de los comités por ámbitos, como también aquellos que se pueden conformar por territorios, se decidirán en el plenario de la Mesa Público-Privada, quienes son los participantes, las reuniones y la presentación de avances.

Para efectos de la implementación del Plan de Acción, la Corporación para el Desarrollo de Casablanca es la que será encargada de ser la representante ante la Subsecretaría de Turismo y la coordinación general en conjunto con la I. Municipalidad en vista de su rol como gestores locales.

Se muestra el organigrama de la Mesa Público-Privada, sin embargo, no se establecen las entidades específicas por cada comité debido a que esta composición será variable según las acciones específicas asociadas a cada área del Plan de Acción.



DATOS CONTACTO GOBERNANZA ZOIT

ESTADO ZOIT

Nueva Solicitud

Actualización

Decreto

126/2014

Nombre completo del representante de la mesa público-privada

Corporación para el Desarrollo de Casablanca

Rut

65.076.603-2

Dirección

Dirección: Asturias 110

Comuna: Las Condes

Región: Metropolitana

Secretario (a) ejecutivo (a) de la mesa público-privada

Nombre: Alfonso Jimenez

Teléfono (Fijo o Móvil):
+56992797395

Correo:
ajimenez@corporacioncasablanca.cl

Profesional que realiza el Plan de Acción

Nombre: equipo consultor
iD actitud e impacto - CHIAS Marketing
Miloš Mišković, Romina Lemos, Leandro Peñaloza, MAngels Serra

Teléfono (Fijo o Móvil):
+56997739248

Correo:
milos@experienciaid.com
leandro@experienciaid.com

Encargado de turismo municipal - Casablanca

Nombre: Karla Montt

Teléfono (Fijo o Móvil):
+56976011620

Correo:
karlamonttcasablanca@gmail.com

Institución que conforman la mesa público-privada

Nombre representante

Rut

Teléfono

Correo

Institución que conforman la mesa público-privada	Nombre representante	Rut	Teléfono	Correo
I. Municipalidad de Casablanca	Rodrigo Martínez Roca	69.061.400-6	322277400	karlamonttcasablanca@gmail.com
Corporación para el Desarrollo de Casablanca	Felipe Lira Ibañez	65.076.603-2	992797395	ajimenez@corporacioncasablanca.cl
Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca	Francisco Godoy Imperatore	65.054.740-3	322743755	fgodoy@casablancavalley.cl
Cámara de Comercio y Turismo de Casablanca	Rubén Pajarito	9.743.917-6	988094674	romero.barone@hotmail.com
Consejo de la Sociedad Civil	Rodrigo Martínez Roca	(sin rut)	995065510	mercedesaa@hotmail.cl
Fundación Quintay	Alberto Urquiza Vega	74.066.900-1	976678164	aurquiza@plegos.cl, kgauer@plegos.cl
Servicio Nacional de Turismo, Región de Valparaíso (SERNATUR)	Katrina Sanguinetti	60.704.000-1	227318310	ksanguinetti@sernatur.cl
Seremi Economía, Fomento y Turismo	Mauricio Carreño	14.328.988-5	961552647	mcarreno@economia.cl
Seremi Medio Ambiente	Tanya Bertoglio	61.979.930-5	322517267	tbertoglio@mma.gob.cl
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Región de Valparaíso (CNCA)	Nélida Pozo	60.901.002-9	322326400	lilian.meneses@cultura.gob.cl
Subsecretaría de Desarrollo Regional (SUBDERE)	Eduardo Pasten	60.515.000-4	226363600	eduardo.pasten@subdere.gov.cl
Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)	Gianni Rivera	60.706.000-2	322326500	gianni.rivera@corfo.cl

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL.

Oferta Turística Actual

Identificación de la oferta de atractivos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA
ENCUENTRO INTERNACIONAL DE PAYADORES	INTERNACIONAL
PURÍSIMA DE LO VÁSQUEZ	NACIONAL
TUNQUEN	LOCAL
SANTUARIO VIRGEN DE LO VÁSQUEZ	NACIONAL
QUINTAY	REGIONAL
TRANQUE LO OROZCO	LOCAL
TRANQUE LO OVALLE	LOCAL
CASABLANCA	INTERNACIONAL
VIÑA INDÓMITA WINES (NOSTROS S. A.)	INTERNACIONAL
CIRCUITO DEL VINO DEL VALLE DE CASABLANCA	INTERNACIONAL

TIPO DE ATRACTIVO CULTURAL	DECRETO O RESOLUCIÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO
Monumentos Históricos	Decreto N°321 (2015)	EX BALLENERA DE QUINTAY
Zonas Típicas	-	-
Monumentos Públicos	-	-
Monumentos Arqueológicos	-	-
Patrimonio Mundial de la UNESCO	-	-
Inmuebles y zonas de conservación Histórica	-	-
Otra pertinente	-	-

Prestadores de servicios turísticos

TIPO DE SERVICIO	NÚMERO DE SERVICIOS TOTALES	NÚMERO DE SERVICIOS REGISTRADOS EN SERNATUR	NUMERO DE SERVICIOS CON SELLO Q	NUMERO DE SERVICIOS CON SELLO S
Servicios de Alojamiento	8	8	0	0
Servicios de Turismo Aventura (Esparcimiento)	5	5	0	0
Servicios Guías de Turismo (Guías de Turismo)	0	0	0	0
Servicios de Restaurantes y Similares (Alimentación)	4	4	0	0
Servicios de Tour Operadores y Agencias de Viaje	2	2	0	0
Servicio de Arriendo de Vehículo (Transporte)	1	1	0	0
Servicios Culturales (Esparcimiento)	4	4	0	0
Artesanía	1	1	0	0
Servicio de Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana	1	1	0	0
TOTAL	26	26	0	0

Se señala que, tal y como solicitado para la completación del Plan de Acción, los datos de prestadores de servicios turísticos son concordantes con el Registro Nacional de Prestadores administrado por Sernatur, a agosto 2017.

Oficinas de información turística (OIT)

UBICACIÓN (SECTOR)	DEPENDENCIA*	PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	MANEJO DE IDIOMAS	NRO DE CONSULTAS
Centro de Información Turística Oficina Municipal	Municipal	Lunes a Viernes 9:00 a 14:00 15:00 a 17:30	Español e inglés	Sin datos
Punto de Información Turística Plaza de Armas de Casablanca	Municipal	solamente para eventos programados 11:00 a 20:00	Español e inglés	Sin datos
Punto de información de la Asociación Vitivinícola Óscar Bonilla 56, Casablanca	Asociación Vitivinícola	Lunes a Viernes 9:00 a 18:00	Español, inglés y portugués	Diariamente 50 a 60 consultas en promedio

Demanda Turística Actual

Tipificación de la demanda

Primer aspecto relevante sobre las brechas presentes en el destino, dicen relación con los datos estadísticos y levantamiento de información para la creación del conocimiento y análisis sobre el perfil del visitante de Casablanca. La información específica sobre el territorio ZOIT es baja, por lo cual la tipificación de la demanda y la información que se presenta en esta sección corresponden a los datos disponibles acorde a los impactos generales que tienen efecto y pueden reflejarse, asimismo, en el comportamiento de los flujos en el destino.

Respecto de la demanda turística en la Región de Valparaíso, según datos analizados en base a fuentes de Sernatur sobre los arribos a establecimientos turísticos, el año 2015 se registraron 1.365.456 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (Sernatur, Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico 2014-2015, 2016).

Según información procedentes de INE, de la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico, se toman como referencia algunos meses principales de datos. En tal sentido, a la Región de Valparaíso, según último dato disponible para el mes de julio 2017, llegaron 138.586 turistas que pernoctaron en establecimientos de alojamiento turístico.

Tanto en cuanto al número de llegadas, como en pernoctaciones, la región ha experimentado una disminución en comparación con el mes de julio del año pasado, esto es en un 6,0% y 6,6% respectivamente.

Sin embargo, por ejemplo, en el mes de enero y febrero del año en curso, se ha experimentado un incremento del 16,8% y 6,7% respectivamente. A su vez, en estos mismos meses, el aumento de las pernoctaciones ha sido superior al de las llegadas, indicando la preferencia de los visitantes por aumentar sus tiempos de estadía en la Región de Valparaíso.

En el contexto actual del destino, como precisado, Casablanca no cuenta con datos levantados permanentemente de llegadas de visitantes por lo cual no existe información fidedigna respecto a quienes pernoctan en la comuna. Sin embargo, de acuerdo a la información proporcionada en entrevista con la I. Municipalidad de Casablanca, se citan ciertos eventos de tradiciones locales que por cada realización suman sobre 10 o 20 mil personas tanto del área local como procedentes de fuera de Casablanca.

A continuación, para la creación del perfil del visitante se hará alusión a las fuentes de información con la cual se ha podido contar y que son, más bien, relativas al principal producto del destino, la oferta de enoturismo.

Según datos de la Subsecretaría de Turismo y asociada a la realización del Programa Estratégico Mesoregional del Enoturismo de Corfo, la estimación de enoturistas en el año 2016 en Chile, alcanzó la cifra de 945.532 visitantes, siendo el 65% (611.800) extranjeros y 35% (333.732) nacionales.

En referencia a la procedencia de extranjeros que visitan viñedos, se detalla que el 64,4% es de origen brasileño, 11,1% de América del Norte y un 6,6% europeo.

La distribución de visitas a los valles vitivinícolas de la zona central de Chile, posiciona al Valle de Casablanca en el segundo lugar con un 28% de las visitas, siendo superado por el Valle del Maipo con un 45%; Colchagua en el tercer puesto con un 18%, resultando así estos tres valles centrales los más visitados en Chile.

El promedio de gastos, según fuente de Transbank/GTC Extranjeros, el turista internacional que visita las viñas invierte más que el chileno, con US\$ 300,6 versus US\$ 150,2; respectivamente.

Estacionalidad de la demanda

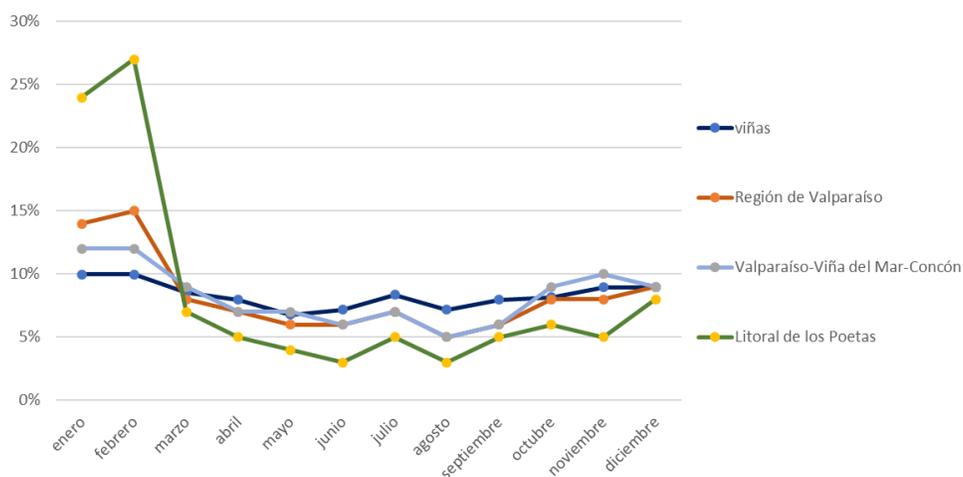
Acorde a datos recabados por Corporación Casablanca, a partir de información entregada por viñas y la Asociación de Empresarios Vitivinícolas de Casablanca, además de información obtenida del Bien Público Enoturismo Chile, Corfo, del año 2013, se puede determinar los meses del año donde se concentra mayormente la demanda.

Se establece un período de mayor afluencia de público entre los meses de octubre y marzo que coincide con los meses de mejor clima y de menor afluencia entre los meses de abril y septiembre, teniendo como excepción los meses de julio y agosto que coinciden con la temporada de esquí y una mayor afluencia de visitantes provenientes de Brasil quienes combinan su viaje de montaña con la experiencia del vino.

Fuera de lo que es el enoturismo, el turismo recreacional y el de sol y playa presente en el borde costero incentiva un mayor flujo de público en período estival y en fines de semana largos; no obstante, no existen datos ciertos posibles de relevar.

Por ello, para poder exponer la estacionalidad que tiene incidencia sobre el destino, se toma en referencia la estacionalidad de visita a las viñas de Chile, proveniente de la fuente del Bien Público Enoturismo Chile, Corfo, 2013, y, además, se sugiere visualizar el efecto de la estacionalidad en base a las llegadas a establecimientos de alojamiento turístico a la Región de Valparaíso y a dos de sus principales destinos: Valparaíso-Viña del Mar-Concón y el Litoral de los Poetas, ambos prácticamente equidistantes de Casablanca por lo cual son referencial sobre el potencial del público que pueda combinar las visitas por distintas motivaciones (recreación, descanso, sol y playa, compras, cultura...) y el enoturismo.

Estacionalidad de la demanda en visita a viñas y llegadas a la Región de Valparaíso y sus principales destinos



fuernte: en base Bien Público de Enoturismo Corfo, 2013; Estadísticas de Alojamiento Turístico, Sernatur, 2016

Perfil del turista

Se estima que sobre el 75% de los turistas que realizan visitas por enoturismo en el Valle de Casablanca son de origen extranjero siendo los principales lugares de procedencia Brasil, Estados Unidos y Europa (Bien Público Enoturismo Chile, Corfo, 2013).

El tipo de turista principalmente está dado por adultos entre los 35 y los 60 años, donde se estima que el nivel de conocimiento sobre el vino se categoriza de la siguiente manera; 1% experto, 66% conocedor, 33% desconoce. Lo que habla de un turista en su mayoría educado y con experiencia de visita a otros destinos vitivinícolas antes de Casablanca.

Según información entregada en entrevistas a nivel local, en las actividades de eventos programados la asistencia es básicamente nacional.

Los tiempos de estadía son relativamente bajos respecto a otros valles principalmente debido a la falta de desarrollo de una oferta turística complementaria al Enoturismo y a la cercanía de Casablanca con polos urbanos desarrollados como lo son Santiago, Valparaíso-Viña del Mar-Concón.

Haciendo la vinculación con el perfil del visitante a la región y a los principales destinos, se señala que el 75% de la demanda regional es de procedencia nacional. En cuanto a Valparaíso-Viña del Mar-Concón, este porcentaje disminuye a un 65% y en el caso del Litoral de los Poetas llega prácticamente a la totalidad, un 98% (Estadísticas de Alojamiento Turístico 2015, Sernatur, 2016).

En tal sentido, se puede indicar que el perfil del visitante que realiza actividades de enoturismo en su gran mayoría son extranjeros, no obstante existe un importante potencial del turista nacional que recorre el destino dadas las actividades que se realizan, como también aquellos que tienen como lugar de alojamiento áreas cercanas, no obstante, aún no efectúan visitas a Casablanca por razones enoturísticas.

Motivación del viaje.

Acorde a las motivaciones de los visitantes extranjeros para visitar Chile (Bien Público Enoturismo Chile, Corfo, 2013), cerca del 31% establece como motivación del viaje; *probar vinos de Chile y conocer sus viñas*.

A su vez, según la misma fuente, un 53% realiza visitas al país *para conocer la cultura chilena* y un 34%, arriba al país por *sus paisajes naturales en general*.

Estas motivaciones son asimilables al destino Casablanca donde se añaden las razones de descanso, recreación y sol y playa. Aunque también, cabe destacar, que Casablanca ha ido expandiendo su posición como combinación del enoturismo con la gastronomía, sin embargo, aún a la fecha no hay datos precisos que puedan permitir ser reflejados más allá de las condiciones propias de la oferta que ha desarrollado propuestas integradas entre el área vitivinícola y lo culinario.

Lugares visitados y actividades realizadas.

Estadísticamente no existe información formal disponible sobre los lugares visitados y actividades realizadas en el polígono de la ZOIT Casablanca con estudios de tipos de turistas, grupos etarios y/o nacionalidades. Sin embargo, en entrevista con la Corporación de Desarrollo Turístico de Casablanca se indica como dato que principalmente la visita a las viñas, en el segmento internacional, es la actividad más desarrollada en valle de Casablanca y sus localidades cercanas que lo conforman: Casablanca, Taphue, La Vinilla, Orrego, Las Dichas, Lo Orozco y Lo Ovalle que es donde en su mayoría se concentran los viñedos.

En los últimos 4 años se han incrementado las visitas hacia el Centro de Casablanca – denominado como Casco Histórico, el sector de Lagunillas y en menor medida hacia la costa, en Quintay esto dada la conectividad terrestre, aunque con una oferta complementaria escasa hasta el día de hoy.

Como información respecto al turista nacional, es de perfil familiar y parejas principalmente de entre 28 y 50 años. Además del porcentaje que visita las viñas, existe mayor demanda de la Zona Costera en temporada veraniega: Quintay y Tunquén.

Asimismo, se deben considerar las visitas a fiestas costumbristas en distintas localidades de la comuna, que se realizan durante el año y eventos más masivos como lo es La Fiesta de la Vendimia y El Festival Internacional de Payadores, ambos eventos que reciben por sobre las 25.000 personas.

Por ultimo y como evento programado, es relevante mencionar la Peregrinación de la Virgen de Lo Vásquez que recibe aproximadamente 1 millón de peregrinos cada año, siendo la peregrinación religiosa más masiva del país, aunque no contempla mayor asociación con la oferta general del destino y presenta dificultades respecto a su organización y sistema de recolección de basura post evento.

CONDICIONES ESPECIALES PARA LA ATRACCIÓN TURÍSTICA.

Justificación para la identificación de condiciones especiales para la atracción turística

Los atractivos turísticos mencionados anteriormente dentro de la Oferta Turística Actual comprenden a los catastrados en base Sernatur y se encuentran en el polígono ZOIT Casablanca aprobado bajo el Decreto 126/2014 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Se identifican primeramente a los de jerarquía internacional como lo son la ciudad de Casablanca, la Viña Indómita y el Circuito de Vino del Valle de Casablanca. El Valle de Casablanca, en conjunto con la vecina Valparaíso, conforman la red de las Grandes Capitales Mundiales del Vino, dentro de la cual puede participar solamente una a nivel de cada país. En este sentido, se trata de una importante unicidad a nivel nacional e internacional con un reconocimiento a los vinos de valles fríos de Casablanca.

Se relaciona el destino también al Encuentro Internacional de Payadores dentro de los más característicos, como un evento anual de 3 días de payadores, repentistas, trovadores y músicos.

En la jerarquía nacional se encuentra el acontecimiento programado Purísima de Lo Vásquez como actividad religiosa que reúne a los feligreses en torno a la misa y procesión de la Virgen y además su Santuario Virgen de Lo Vásquez que es visitado todo el año.

De jerarquía regional se identifica el pueblo de Quintay reconocido por la exballenera de la década de los 40 que funcionó hasta fines de los 60. Este sector se rodea también de campo y casas con características por sus construcciones de madera, restaurantes y paisajes naturales.

A nivel local, se encuentra el Pueblo de Tunquén ubicado en el litoral central reconocido por las dunas y el humedal formado por la desembocadura del Estero de Casablanca. Además, como atractivo está el Tranque Lo Orozco y Tranque Lo Ovalle, lugares de esparcimiento y la práctica de diferentes deportes náuticos y pesca.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

El diagnóstico estratégico que se presenta nace de las labores participativas desarrolladas en los talleres y en las Mesas Público-Privadas. En lo puntual, el diagnóstico se diferencia entre *¿qué funciona bien?* y *¿qué es necesario mejorar?* en el destino. Desde estos levantamientos se han ido consensuando las principales acciones para cada uno de los ámbitos.

Se deja constancia que no todas las brechas, ciertamente, van a poder ser cubiertas a través de la ejecución del presente Plan de Acción, por lo cual se han priorizado las acciones con las partes locales y, a su vez, se han considerado ciertas recomendaciones para la gestión de destinos turísticos sustentables procedentes de los criterios del Consejo Global del Turismo Sostenible (GSTC).

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA HABILITANTE

¿qué funciona bien?	¿qué es necesario mejorar?
<ol style="list-style-type: none"> 1. El equipamiento en las viñas y la oferta de enoturismo. 2. La buena conectividad y rutas de acercamiento a Casablanca, en particular desde la Región Metropolitana y la Región de Valparaíso. 3. Existe un interés público-privado para el desarrollo turístico de Casablanca como destino de enoturismo y cultura tradicional. 4. Los equipamientos para el desarrollo de fiestas locales. 5. La infraestructura existente que genera espacios para la cultura, tales como: biblioteca, centro cultural, museo. 6. Los baños públicos, como servicio a los visitantes, en la Plaza de Casablanca. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La situación de contar con un terminal de buses para resolver los aspectos de conectividad local vía transporte público. 2. Falta mayor infraestructura de alojamiento turístico. 3. Carencia de una oficina turística para atención del público con personal calificado, material y difusión de servicios. 4. Falta de señalética turística de acercamiento e in situ. 5. Falta de mejora de las comunicaciones, tanto de telefonía como de internet. 6. Mejorar las condiciones viales y de alcantarillado. 7. Falta de infraestructura y equipamiento para personas con movilidad reducida.

acciones por desarrollar los próximos cuatro años

1. Implementación de una oficina de información turística del destino en la Plaza Casablanca.
2. Diseño e impulso de un programa de mejora de la conectividad turística mediante transporte colectivo local que permita mejorar el desplazamiento entre los sitios de interés turístico.
3. Apoyo técnico para el diseño de estudio de proyecto de mercado y terminal de transporte interurbano turístico de Casablanca.
4. Apoyo técnico al proyecto de generación de bermas multipropósito en la totalidad de proyectos que se implementen en caminos rurales para incentivar la conectividad ciclovial entre los sitios de interés turísticos.
5. Realizar un análisis de factibilidad y propiciar la generación de un plan de habilitación y/o de atracción de inversionistas para el desarrollo de nuevos alojamientos con características sustentables.
6. Diseño e implementación de sistema de señalética turística de aproximación a atractivos y descriptiva en sitios de interés turístico.
7. Análisis y propuesta de soluciones para estacionamientos turísticos en área de Quintay.
8. Análisis de desarrollo de zonas peatonales turísticas en el casco histórico de Casablanca.
9. Análisis de la accesibilidad universal en sitios de interés turístico a priorizar y generación de modelo de propuesta de implementación de mejoras de accesibilidad para poder ser habilitadas en áreas públicas y privadas.

RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA

¿qué funciona bien?

1. La calidad de la oferta de la Exballenera de Quintay.
2. Las actividades culturales programadas.
3. La amabilidad de su gente.
4. El servicio al cliente en los viñedos y en sus restaurantes - servicio cordial, capacitado y bilingüe.
5. La oferta gastronómica y de vinos que ofrecen los viñedos.
6. Las capacitaciones, como el NODO de emprendedores.
7. El interés del sector público-privado local en generar valor en las propuestas turísticas.
8. La administración comunal de Casablanca respecto al desarrollo local y el turismo.
9. La consolidación de artesanos con productos diversos y de calidad.

¿qué es necesario mejorar?

1. Mayor requerimiento de capacitación del personal en materias de servicio al cliente e idiomas.
2. La colaboración entre empresarios e incentivo a la asociatividad.
3. Falta de horarios claros para la atención del comercio en Casablanca.
4. Falta de guías turísticos locales calificados.
5. La identidad y tradiciones de Casablanca como un producto turístico no están siendo aprovechadas.
6. Falta de espacios designados para los estacionamientos, habilitación de camping, puntos limpios.
7. Se debe propender en disminuir la alta rotación de personal.
8. Hay una escasez de profesionales con habilidades de servicio al cliente e idiomas (inglés y portugués).

acciones por desarrollar los próximos cuatro años

1. Programas anuales para la capacitación en gestión asociativa y proactiva entre los actores público-privados del destino con énfasis en aquellos que se enfoquen en la implementación de acciones del Plan de Acción.
2. Realización de 2 jornadas anuales de sensibilización al empresariado del área de turismo y servicios vinculantes respecto a la importancia de la capacitación periódica como herramienta de mejora de gestión empresarial.
3. Realización de 2 jornadas anuales de levantamientos de necesidades de capacitación del empresariado de turismo y servicios vinculantes.
4. Implementación de programas anuales de capacitación en comercialización, publicidad y difusión turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos y comercio con vinculación al turismo.
5. Implementación de programas anuales de capacitación en idioma inglés y portugués para personal de atención de los prestadores de servicios turísticos.
6. Implementación de programas de capacitación anuales, semestrales y pre-temporada a fin de aportar a la mejora de la calidad y servicio del personal contratado permanente y esporádico de los prestadores de servicios turísticos.
7. Incentivo a la ejecución de capacitaciones anuales en conciencia turística, en período pre-temporada, a la comunidad y personal de organizaciones públicas y prestadores de servicios turísticos.
8. Creación de bases de datos centralizada de personal capacitado y con calificación específica según requerimientos de los prestadores de servicios turísticos y la información sobre el desempeño del capital humano local.
9. Realización de capacitación para la atención de personas con capacidades diferentes dirigido a entidades públicas y prestadores de servicios turísticos.
10. Evaluación para la habilitación de un instituto de capacitación orientado a la comunidad y personal del área turismo y vinculantes para potenciar cobertura de especialización en área de servicios, hospitalidad, enoturismo, ecoturismo y viticultura.
11. Estudio y puesta en marcha de programa para la inclusión laboral de personas con capacidades diferentes en el rubro del turismo.

DESARROLLO DE PRODUCTOS

¿qué funciona bien?

1. La oferta de viñedos con productos variados en vinos, recorridos y tours, actividades al aire libre, gastronomía y alojamiento.
2. Los productos de emprendedores con preparaciones de alimentos gourmet y artesanales.
3. La gastronomía local e identitaria como un elemento de valor para el destino.
4. Las actividades de festividades locales.
5. Quintay, como producto de sol y playa.
6. La identidad de pueblo que se mantiene para poder ser reflejada en sus productos.

¿qué es necesario mejorar?

1. Falta mayor asociación y alianzas entre los emprendedores locales.
2. Carencia en la generación de rutas temáticas.
3. Falta de mayor vínculo entre las empresas y la comunidad.
4. Falta mayor articulación entre los productos de playa con los sectores rurales.
5. Falta mantención y recuperación de atractivos turísticos para transformarlos en productos.

acciones por desarrollar los próximos cuatro años

1. Gestión de información y diseño de materiales de ruta del Casco Histórico de Casablanca.
2. Estudio para la evaluación, conservación y rehabilitación de sitios de interés turístico que se incorporen en los productos turísticos del destino.
3. Planificación y realización de talleres de creación de productos dirigido a representantes de viñas y rubro turístico y comercio vinculante.
4. Análisis y alcance de compromisos para la integración a la venta de productos tradicionales locales en las tiendas de las viñas.
5. Gestión de información y diseño de materiales de ruta gastronómica.
6. Diseño y puesta en marcha de productos dirigidos hacia el turismo de reuniones, seminarios, turismo de negocios para incentivar el turismo en períodos de baja temporada.
7. Gestión de información y diseño de materiales de ruta religiosa.
8. Estudios para la búsqueda de la diversificación de productos turísticos del destino.

PROMOCIÓN TURÍSTICA	
¿qué funciona bien?	¿qué es necesario mejorar?
<ol style="list-style-type: none"> 1. La promoción que realizan las viñas, tanto a través de redes sociales, páginas web como mediante la publicidad vial. 2. La participación en ferias y otros eventos públicos para la promoción del destino Casablanca – ejemplo, VYVA, Expovino, Feria Invierno, entre otras. 3. La promoción de Casablanca como Valle Vitivinícola. 4. La promoción de las fiestas locales costumbristas, de payadores y vendimia. 5. La presencia del destino en redes sociales y publirreportajes en medios nacionales. 6. La integración a la marca Great Wine Capital y la asociación con Valparaíso. 7. La promoción del buceo en Quintay, del museo de Casablanca y de algunos restaurantes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de publicidad integrada entre los productos. 2. Falta de difusión de información turística a través de un punto de informaciones. 3. Carencia de un letrero publicitario en Ruta 68 alusiva al destino de Casablanca. 4. Falta de difusión de servicios y atractivos. 5. Falta de promoción de parrilla de eventos en Santiago, Valparaíso-Viña del Mar-Concón, y en el extranjero. 6. Falta de mayor gestión en asociatividad para la complementación del producto de enoturismo con el del resto del destino. 7. Falta de una página web del destino para la promoción.
acciones por desarrollar los próximos cuatro años	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de marca, mensajes y estrategia comunicacional y de posicionamiento del destino Casablanca. 2. Diseño e implementación de un sistema de información y promoción turística a nivel del destino que se apoye en la habilitación de una red de difusión local sustentada entre los prestadores de turismo, comercio vinculante y el municipio. 3. Programación semestral de acciones de promoción conjunta entre el rubro turístico local. 4. Levantamiento de información y diseño de material de difusión de lugares, espacios con conectividad inalámbrica wifi. 5. Diseño, edición e impresión de mapa turístico del destino con información en español, inglés y portugués. 6. Diseño y desarrollo de página web del destino en español, inglés y portugués. 7. Diseño e implementación de aplicación móvil del destino que incluya sitios de interés, red de prestadores, horarios, rangos de precio, contactos para reserva. 8. Creación del modelo que permita la integración en la promoción de la actividad identitaria de payadores. 9. Diseño e implementación de letrero publicitario del destino permanente en la carretera Ruta 68 promoviendo su característica de Capital Mundial del Vino y Zona de Interés Turístico. 	

SUSTENTABILIDAD DEL DESTINO

¿qué funciona bien?

BIENESTAR DE LAS COMUNIDADES RESIDENTES

1. Los casablanquinos son una comunidad abierta al turismo.
2. Las ferias y eventos locales que ayudan a romper con la estacionalidad y preservan tradiciones.

BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.

1. Las fiestas locales como la vendimia, payadores, fiestas costumbristas, son un soporte económico para el destino y los expositores.
2. El turismo ha incentivado generación de más empleo, e ingresos económicos directos a emprendedores.
3. El turismo genera oportunidades para la aparición de más emprendimientos.

MANEJO DE RECURSOS Y RESIDUOS

1. Existe una preocupación e interés de la comunidad y actores públicos por mejorar el manejo de recursos y residuos.
2. La zona urbana es limpia por el buen manejo de la basura.

¿qué es necesario mejorar?

BIENESTAR DE LAS COMUNIDADES RESIDENTES

1. Falta de respuesta ante el colapso de ciertas zonas locales en fechas puntuales.
2. Carencia en la responsabilidad empresarial en cuanto al horario del comercio que no es claro, transparente y fijo.
3. Falta de cupos para acceder a capacitaciones vinculadas al turismo.

4. Falta más capacitación en servicios de la hospitalidad e idiomas.

BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.

1. Falta más conciencia turística y reconocer el turismo como fuente de ingreso económico y de desarrollo.

MANEJO DE RECURSOS Y RESIDUOS

1. Exceso de basura en eventos o festividades puntuales.
2. Falta de alianza público-privada para incentivar el reciclaje.
3. Falta más conciencia para reducir, reciclar y reutilizar fomentando mayor educación ambiental.
4. Grave carencia en el manejo del agua, que es un recurso escaso en la zona y de vital trascendencia para su desarrollo futuro.

acciones por desarrollar los próximos cuatro años

BIENESTAR DE LAS COMUNIDADES RESIDENTES

1. Desarrollo de sistema para la solución a situaciones de colapso en períodos/momentos de alta afluencia de público en sectores de Quintay, Lagunillas, Lo Vásquez, Las Dichas y Lo Orozco.
2. Diseño e implementación de un manual de buenas prácticas basado en el Código Ético del Turismo, dirigido al residente, red de prestadores y los visitantes.
3. Incentivo a la implementación de programas de integración de la comunidad en los procesos del turismo mediante charlas dictadas por representantes del sector turístico a los residentes.

BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.

1. Generación de acuerdos para la ampliación de cupos disponibles de entidades de fomento para la capacitación a nivel general del sector turismo del destino.
2. Generación de acuerdos de vinculación y colaboración con territorios que aporten al cumplimiento estratégico del Plan de Acción.
3. Análisis y puesta en marcha de sistema de seguimiento e información sobre la satisfacción del visitante con medidas para su mejora constante y uso de tecnologías disponibles.
4. Análisis y puesta en marcha de sistema de medición de contribución económica del turismo (gasto, ocupación, empleo, inversión) y su difusión al sector y a la comunidad, desarrollado en convenio con Universidades.
5. Realización de jornadas anuales sobre la sustentabilidad impulsando prácticas de responsabilidad social empresarial, beneficios impositivos y reducción de impacto ambiental con efectos sobre la rentabilidad de las empresas.
6. Generación interna de un sistema de gestión para situaciones de emergencia, además del seguimiento, prevención e información al público visitante con material gráfico sobre riesgos vinculados a la delincuencia, seguridad o salud.

MANEJO DE RECURSOS Y RESIDUOS

1. Desarrollo e implementación de campaña sobre el consumo y control del recurso agua dirigido hacia los prestadores de servicios turísticos y comercio vinculante.
2. Apoyar los procesos impulsados desde la Municipalidad para la resolución de disponibilidad de agua para la proyección y desarrollo turístico del destino.
3. Implementación de un sistema para identificar oportunidades y riesgos asociados al cambio climático aportando a la resistencia del destino y la educación pública sobre el clima y sus efectos, especialmente en cuanto a la disponibilidad hídrica.
4. Diseño e implementación de un manual de buenas prácticas de sustentabilidad para el residente y turista respecto al manejo de recursos y residuos.
5. Propiciar la generación de un sistema de información que incentive a las empresas presentes en el destino a medir, controlar, reducir el consumo energético, hídrico y de residuos.
6. Desarrollo de talleres de reducción, reciclaje y reutilización (RRR) dirigido a los residentes, en particular hacia los niños en edad escolar.

VISIÓN ZOIT

"Casablanca, a 2022 se posicionará como destino turístico de valle vitivinícola y la costa del Pacífico. Reconocida por la excelencia en sus productos de enoturismo, ruralidad y tradiciones del campo y el mar, en una ubicación geográfica privilegiada en cuanto al clima y accesibilidad.

Oferta turística creada en asociatividad, profesionalismo, compromiso de mejora continua de sus actores, y la amabilidad de sus habitantes quienes en su conjunto reflejan y resguardan la identidad de Casablanca."

OBJETIVO GENERAL

Implementar el Plan de Acción consensuado, con el propósito de alcanzar mejoras para los próximos 4 años en la Zona de Interés Turístico (ZOIT) de Casablanca gracias a la articulación del trabajo de sus actores empoderados en la ejecución y gestión del territorio y con un compromiso de posicionar y diversificar los productos turísticos de enoturismo, cultura, tradiciones y la ruralidad, siempre de manera sustentable contribuyendo al bienestar y la calidad de vida de sus habitantes, así como también, fortaleciendo las capacidades del recurso humano vinculante al turismo, de ampliación de productos ofertados para el mercado turístico con mayor información y promoción del destino Casablanca.

PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO

A continuación, se presenta la propuesta de desarrollo turístico asociada al Plan de Acción. Se indican las acciones, plazo de ejecución, entidades propuestas como responsables, aquellas de donde pudiera provenir el financiamiento, los respectivos indicadores y medios de verificación.

El modelo del presupuesto se construye sobre una base de escenario conservador por lo que son orientaciones base y puede ser ampliado o ajustado de acuerdo al seguimiento y evaluación de la implementación del Plan de Acción.

Asimismo, se establece con relevancia de que son tanto la I. Municipalidad de Casablanca como la Corporación para el Desarrollo de Casablanca los articuladores de la gestión de desarrollo de este instrumento. Por lo tanto, el Plan de Acción constituye la guía para el quehacer diario en materia del turismo para el destino de Casablanca.

Finalmente, en la tabla se indican acciones para las cuales se estima no se necesita financiamiento específico, aquellos marcados con *SCD – sin costo directo*, no obstante representan una gestión y coordinación para su realización en base a los actores involucrados y sus aportes en horas persona.

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA HABILITANTE						
LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Implementación de una oficina de información turística del destino en la Plaza Casablanca.	Mes 4 a mes 10	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	\$8.000.000.-	Municipio, Corporación	Oficina instalada con implementos informativos y RR.HH.	Informe en terreno de oficina construida e implementada
2. Diseño e impulso a la implementación de un programa de mejora de la conectividad turística mediante transporte colectivo local que permita mejorar el desplazamiento entre los sitios de interés turístico.	Mes 12 a mes 20	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	SCD	Municipio	Modelo de conectividad mediante el transporte colectivo local elaborado.	Informe sobre modelo de mejora de la conectividad turística mediante transporte colectivo local
3. Apoyo técnico para el diseño de estudio de proyecto de mercado y terminal de transporte interurbano turístico de Casablanca.	Mes 14 a mes 24	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Subdere, FNDR	Gestión ejecutada para el diseño del estudio.	Informe sobre gestión para el diseño del estudio
4. Apoyo técnico al proyecto de generación de bermas multipropósito en la totalidad de proyectos que se implementen en caminos rurales para incentivar la conectividad ciclovial entre los sitios de interés turístico.	Mes 14 a mes 24	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado) – PEM-Corfo (equipo de apoyo)	SCD	Municipio, MOP	Gestión ejecutada para la generación del proyecto	Informe referente a la gestión realizada
5. Realizar un análisis de factibilidad y propiciar la generación de un plan de habilitación y/o de atracción de inversionistas para el desarrollo de nuevos alojamientos con características sustentables.	Mes 18 a mes 30	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	\$5.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, FNDR	Plan para la atracción de inversiones con análisis de factibilidad realizado	Informe de análisis con plan hecho

6. Diseño e implementación de sistema de señalética turística de aproximación a atractivos y descriptiva en sitios de interés turístico.	Mes 18 a mes 36	PEM-Corfo-Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	\$30.000.000	FNDR, PEM-CORFO	Sistema de señalética turística implementada	Informe relacionado al proceso de diseño e implementación de señalética
7. Análisis y propuesta de soluciones para estacionamientos turísticos en área de Quintay.	Mes 24 a mes 30	MOP-Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	\$10.000.000	MOP	Al menos 3 soluciones para implementación de estacionamientos turísticos en área de Quintay	Informe de soluciones para implementación de estacionamientos en área de Quintay
8. Análisis de desarrollo de zonas peatonales turísticas en el casco histórico de Casablanca.	Mes 24 a mes 36	MOP-Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	\$10.000.000	Municipio, Corporación, MINVU, FNDR	Plan de implementación de zonas peatonales turísticas hecho	Informe de análisis y desarrollo de zonas peatonales realizado
9. Análisis de la accesibilidad universal en sitios de interés turísticos a priorizar y generación de modelo de propuesta de implementación de mejoras de accesibilidad para poder ser habilitadas en áreas públicas y privadas.	Mes 30 a mes 40	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Equipamiento e Infraestructura (equipo involucrado)	\$12.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, FNDR	Al menos 3 mejoras de accesibilidad universal hechas para áreas públicas y privadas de sitios de interés turístico priorizados	Informe con análisis e implementación de mejoras realizado

RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA						
LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Programas anuales para la capacitación en gestión asociativa y proactiva entre los actores público-privados del destino con énfasis en aquellos que se enfoquen en la implementación del Plan de Acción.	Mes 4 a mes 42	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, Universidades (UV, UNAB)	Programa anual de capacitación realizado	Informe elaborado de programa con resultados y fotografías
2. Realización de 2 jornadas anuales de sensibilización al empresariado del área turismo y servicios vinculantes respecto a la importancia de la capacitación como herramienta de mejora de gestión empresarial.	Mes 6 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	\$800.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Sence	2 sensibilizaciones a empresarios hechas anualmente	2 informes de sensibilización anual que incluyan resultados y fotografías
3. Realización de 2 jornadas anuales de levantamientos de necesidades de capacitación del empresariado de turismo y servicios vinculantes.	Mes 6 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	\$800.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Sence	2 jornadas anuales de levantamiento de capacitaciones al empresario	2 informes de con necesidades de capacitación identificadas
4. Implementación de programas anuales de capacitación en comercialización, publicidad y difusión turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos y comercio con vinculación al turismo.	Mes 6 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado) – PEM-Corfo (equipo apoyo)	\$12.000.000	Municipio, Corporación, PEM-CORFO, Sence, Sercotec, Sernatur	Programa anual de capacitación en comercialización, publicidad y difusión turística implementado con primera versión realizada y próxima fecha definida	Informe de implementación de capacitaciones anuales con resultados de la primera versión y calendario de fechas definido

5. Implementación de programas anuales de capacitación en idioma inglés y portugués para personal de atención de los prestadores de servicios turísticos.	Mes 6 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	\$20.000.000	Corfo, Sercotec, Sence, Universidades (UV, UNAB)	Programa anual de capacitación en idioma inglés y portugués implementado con primera versión realizada y próxima fecha definida	Informe de implementación de capacitaciones anuales con resultados de la primera versión y calendario de fechas definido
6. Implementación de programas de capacitación anuales, semestrales y pre-temporada a fin de aportar a la mejora de la calidad y servicio del personal contratado permanente y esporádico de los prestadores de servicios turísticos.	Mes 8 a mes 44	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	\$4.000.000	Municipio, Corporación, Sence, Corfo, Sernatur, FNDR	Programa anual, semestral y pre-temporada de capacitaciones en mejora de calidad y servicio para personal permanente esporádico implementado con primera versión realizada y próxima fecha definida	Informe de implementación de capacitaciones anuales, semestrales y pre-temporadas con resultados de la primera versión y calendario de fechas definido
7. Incentivo a la ejecución de capacitaciones anuales en conciencia turística, en período pre-temporada, a la comunidad y personal de organizaciones públicas y prestadores de servicios turísticos.	Mes 10 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado) – PEM-Corfo (equipo apoyo)	\$8.000.000	Sernatur, PEM-CORFO	Capacitación anual de conciencia turística en pre-temporada para la comunidad y organizaciones público-privadas ejecutada y con próxima fecha definida	Informe de implementación de capacitaciones anuales en conciencia turística con resultados de la primera versión y calendario de fechas definido
8. Creación de bases de datos centralizada de personal capacitado y con calificación específica según requerimientos de los prestadores de servicios turísticos y la información sobre el desempeño del capital humano local.	Mes 14 a mes 30	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca	Sistema de base de datos implementado y operativo	Informe con presentación de sistema de base de datos integrado
9. Realización de capacitación para la atención de personas con capacidades diferentes dirigido a entidades públicas y prestadores de servicios turísticos.	Mes 18 a mes 22	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)	\$1.500.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Senda	Capacitación para la atención de personas con capacidades diferentes realizada	Informe de capacitación realizada con conclusiones y fotografías

<p>10. Evaluación para la habilitación de un instituto de capacitación orientado a la comunidad y el personal del área turismo y vinculantes para potenciar cobertura de especialización en área de servicios, hospitalidad, enoturismo, ecoturismo y viticultura.</p>	<p>Mes 20 a mes 44</p>	<p>Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)</p>	<p>\$2.000.000</p>	<p>Municipio, Corporación, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Universidades (UV, UNAB)</p>	<p>Resolución para la habilitación de instituto de capacitación en área de servicios, hospitalidad, enoturismo, ecoturismo y viticultura realizado</p>	<p>In forme de resultados con medidas para aplicar habilitación</p>
<p>11. Estudio y puesta en marcha de programa para la inclusión laboral de personas con capacidades diferentes en el rubro del turismo.</p>	<p>Mes 25 a mes 36</p>	<p>Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Calidad y Recursos Humanos (equipo involucrado)</p>	<p>\$1.500.000</p>	<p>Municipio, Corporación, Sernatur, Senda</p>	<p>Estudio y programa de inclusión laboral de personas con capacidades diferentes implementado</p>	<p>Informe de resultado de estudio e implementación de programa</p>

DESARROLLO DE PRODUCTOS						
LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Gestión de información y diseño de materiales gráficos de ruta del Casco Histórico de Casablanca.	Mes 2 a mes 10	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado)	\$2.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, FNDR	Ruta implementada	Informe de creación de ruta del Casco Histórico de Casablanca
2. Estudio para la evaluación, conservación y rehabilitación de sitios de interés turístico que se incorporen en los productos turísticos del destino.	Mes 4 a mes 8	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado)	\$3.000.000	Municipio, Corporación, Universidades (UV, UNAB), FNDR	Herramientas creadas para la evaluación, conservación y rehabilitación de sitios de interés turístico	Informe con soluciones y herramientas elaboradas
3. Planificación y realización de talleres de creación de productos dirigido a representantes de viñas y rubro turístico y comercio vinculante.	Mes 4 a mes 8	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado)	\$1.000.000	Municipio, Corporación, PEM-CORFO, FNDR	Al menos 1 producto creado con viñas y rubro turístico en general	Informe sobre el(los) producto(s) creado(s)
4. Análisis y alcance de compromisos para la integración a la venta de productos tradicionales locales en las tiendas de las viñas.	Mes 4 a mes 8	Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado) – Comité Promoción (apoyo técnico)	SCD	Municipio, Corporación, Cámara de Comercio y Turismo, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca	Al menos 3 puntos de venta cuentan con productos tradicionales locales, fruto del alcance realizado	Informe de puntos de venta creados con descripción de productos tradicionales
5. Gestión de información y diseño de materiales gráficos de ruta gastronómica.	Mes 14 a mes 22	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado)	\$2.000.000	Municipio, Corporación, Cámara de Comercio y Turismo, Sernatur, FNDR	Ruta implementada	Informe de creación de ruta gastronómica
6. Diseño y puesta en marcha de productos dirigidos hacia el turismo de reuniones, seminarios, turismo de negocios para incentivar el turismo en períodos de baja temporada.	Mes 14 a mes 22	Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado) – Comité Promoción (apoyo técnico)	\$2.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, FNDR	Al menos 2 productos diseñados y creados para períodos de baja temporada	Informe sobre los productos creados

7. Gestión de información y diseño de materiales gráficos de ruta religiosa.	Mes 26 a mes 34	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado)	\$2.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, FNDR	Ruta implementada	Informe de creación de ruta religiosa
8. Estudio para la diversificación de productos turísticos del destino.	Mes 38 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Productos (equipo involucrado)	\$3.000.000	Municipio, Corporación, Universidades (UV, UNAB), Sernatur	Estudio de diversificación realizado con conclusión de al menos 2 productos turísticos diversificados	Informe de estudio de diversificación de productos turísticos hecho

PROMOCIÓN TURÍSTICA						
LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Diseño de marca, mensajes y estrategia comunicacional y de posicionamiento del destino Casablanca.	Mes 2 a mes 18	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	\$25.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, FNDR	Proyecto de diseño de marca, mensajes y estrategia comunicacional definidos e implementados	Informe de posicionamiento de destino Casablanca realizado
2. Diseño implementación de un sistema de información y promoción turística a nivel del destino que se apoye en la habilitación de una red de difusión local sustentada entre los prestadores de turismo, comercio vinculante y el municipio.	Mes 2 a mes 18	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	\$4.000.000	PEM-CORFO, FNDR	Sistema de información y promoción turística diseñado e implementado	Informe de información y promoción turística del destino Casablanca realizado
3. Programación semestral de acciones de promoción conjunta entre el rubro turístico local.	Mes 3 a mes 44	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, PEM-CORFO	Acciones de promoción implementadas para el primer semestre y con fecha definida para el siguiente periodo	Informe semestral de programación de acciones de promoción incluyendo plataformas que se ha hecho la difusión
4. Levantamiento de información y diseño de material con difusión de lugares, espacios con conectividad inalámbrica wifi.	Mes 4 a mes 12	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	\$500.000	Municipio, Corporación	Zonas o puntos identificados y plan de promoción de conectividad inalámbrica del destino ejecutado	Informe de puntos de conectividad implementados y plan de promoción de conectividad inalámbrica realizado
5. Diseño, edición e impresión de mapa turístico del destino con información en español, inglés y portugués.	Mes 6 a mes 18	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado) – Sernatur (equipo apoyo)	\$5.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, FNDR	Mapa turístico del destino Casablanca con información trilingüe hecho	Informe de elaboración de mapa trilingüe del destino realizado

6. Diseño y desarrollo de página web del destino en español, inglés y portugués.	Mes 6 a mes 18	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado) – Sernatur (equipo apoyo)	\$3.000.000	Municipio, Corporación, FNDR	Página web trilingüe del destino funcionando	Informe referente al diseño y desarrollo de la página web con indicaciones y manual para la administración de contenido
7. Diseño e implementación de aplicación móvil del destino que incluya sitios de interés, red de prestadores, horarios, rangos de precio, contactos para reserva.	Mes 14 a mes 30	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	\$4.000.000	Municipio, Corporación, FNDR	Aplicación móvil del destino funcionando y disponible para sistemas iOS y Android	Informe referente al diseño y desarrollo de aplicación móvil
8. Creación del modelo que permita la integración en la promoción de la actividad identitaria de payadores.	Mes 16 a mes 24	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación	Modelo de integración para la promoción de la actividad identitaria de payadores implementado	Informe de modelo de integración para la promoción de actividad de payadores realizado
9. Diseño e implementación de letrero publicitario del destino permanente en la carretera Ruta 68 promoviendo su característica de Capital Mundial del Vino y Zona de Interés Turístico.	Mes 18 a mes 22	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Promoción (equipo involucrado)	\$2.000.000	Municipio, Corporación, FNDR	Letrero publicitario en carretera R68 instalado	Informe de diseño e implementación de cartel publicitario realizado, incluyendo fotografías

SUSTENTABILIDAD DEL DESTINO						
PROGRAMA BIENESTAR DE LAS COMUNIDADES RESIDENTES	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Desarrollo de sistema para la solución a situaciones de colapso en períodos/momentos de alta afluencia de público en sectores de Quintay, Lagunillas, Lo Vásquez, Las Dichas y Lo Orozco.	Mes 5 a mes 9	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, Cámara de Comercio y Turismo	Al menos 1 medida de solución al colapso por alta afluencia de público por cada sector de Quintay, Lagunillas, Lo Vásquez, Las Dichas y Lo Orozco	Informe de soluciones aplicadas por cada sector con fotografías previas y posteriores de situación
2. Diseño e implementación de un manual de buenas prácticas basado en el Código Ético del Turismo, dirigido al residente, red de prestadores y los visitantes.	Mes 8 a mes 11	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$1.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur	Manual de buenas prácticas del Código Ético del Turismo implementado y distribuido	Ejemplar de manual
3. Incentivo a la implementación de programas de integración de la comunidad en los procesos del turismo mediante charlas dictadas por representantes del sector turístico a los residentes.	Mes 14 a mes 30	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, Consejo de Sociedad Civil, Cámara de Comercio y Turismo, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca	Al menos 2 charlas de programas de integración de la comunidad en procesos de turismo hechos	Informe de charlas realizadas
PROGRAMA BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Generación de acuerdos para la ampliación de cupos disponibles de entidades de fomento para la capacitación a nivel general del sector turismo del destino.	Mes 4 a mes 12	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, Corfo, Sence, Sercotec, Sernatur	Acuerdo de al menos 1 medida para la ampliación de cupos para la capacitación del sector turismo	Informe de medida(s) acordada(s)

2. Generación de acuerdos de vinculación y colaboración con territorios que aporten al cumplimiento estratégico del Plan de Acción.	Mes 4 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación	Acuerdo de vinculación y colaboración creado con los territorios de la ZOIT para el desarrollo estratégico del Plan de Acción	Informe de colaboración con los territorios vinculados a la ZOIT
3. Análisis y puesta en marcha de sistema de seguimiento e información sobre la satisfacción del visitante con medidas para su mejora constante y uso de tecnologías disponibles.	Mes 6 a mes 14	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$700.000	Municipio, Corporación, FNDR	Sistema creado e implementado de seguimiento e información de satisfacción del visitante incluyendo medidas de mejora constante con uso de tecnologías	Informe de implementación de sistema y medidas de mejora
4. Análisis y puesta en marcha de sistema de medición de contribución económica del turismo (gasto, ocupación, empleo, inversión) y su difusión al sector y a la comunidad; desarrollado en convenio con Universidades.	Mes 6 a mes 14	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$1.500.000	Municipio, Corporación, Universidades (UV, UNAB), FNDR	Sistema creado e implementado de medición de contribución económica con publicación al menos semestral de datos a la comunidad	Informe semestral de implementación de sistema con formato de publicación para la comunidad
5. Realización de jornadas anuales sobre la sustentabilidad impulsando prácticas de responsabilidad social empresarial, beneficios impositivos y reducción de impacto ambiental con efectos sobre la rentabilidad de las empresas.	Mes 8 a mes 45	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$800.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Sii, Seremi Medio Ambiente	Coordinación y ejecución de jornadas anuales de sustentabilidad con enfoque en responsabilidad social empresarial, beneficios, reducción de impacto ambiental y rentabilidad empresarial, incluyendo próxima fecha en calendario	Informe de jornada anual de sustentabilidad con fotografías

6. Generación interna de un sistema de gestión para situaciones de emergencia, además del seguimiento, prevención e información al público visitante con material gráfico sobre riesgos vinculados a la delincuencia, seguridad o salud.	Mes 10 a mes 16	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$500.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Onemi	Sistema de gestión para situaciones de emergencia, seguimiento, prevención e información de riesgo a visitantes creado e implementado	Informe de medidas para situaciones de emergencias implementadas
PROGRAMA MANEJO DE RECURSOS Y RESIDUOS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. Desarrollo e implementación de campaña sobre el consumo y control del recurso agua dirigido hacia los prestadores de servicios turísticos y comercio vinculante.	Mes 2 a mes 46	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$4.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Seremi Medio Ambiente, FNDR	Al menos 1 campaña elaborada de consumo responsable y control de recurso agua	Informe de campaña(s) elaborada(s)
2. Apoyar los procesos impulsados desde la Municipalidad para la resolución de disponibilidad de agua para la proyección y desarrollo turístico del destino.	Mes 5 a mes 9	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	SCD	Municipio, Corporación, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Subdere, Sernatur	Al menos 1 informe sobre las acciones apoyadas.	Informe sobre las acciones apoyadas para la solución de disponibilidad del agua para la proyección y desarrollo turístico del destino.
3. Implementación de un sistema para identificar oportunidades y riesgos asociados al cambio climático aportando a la resistencia del destino y la educación pública sobre el clima y sus efectos, especialmente en cuanto a la disponibilidad hídrica.	Mes 7 a mes 18	Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)	\$6.000.000	Municipio, Corporación, Sernatur, Seremi Economía, Fomento y Turismo, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, Seremi Medio Ambiente, FNDR	Sistema de detección de riesgos al cambio climático con al menos 2 ideas de solución a efectos de escasez hídrica del destino, implementada en la educación pública	Informe de sistema de detección de riesgos y soluciones implementadas

<p>4. Diseño e implementación de un manual de buenas prácticas de sustentabilidad para el residente y turista respecto al manejo de recursos y residuos.</p>	<p>Mes 9 a mes 18</p>	<p>Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)</p>	<p>\$2.000.000</p>	<p>Municipio, Corporación, Sernatur, Seremi Medio Ambiente, FNDR</p>	<p>Manual de buenas prácticas de sustentabilidad, 1 para el residente, 1 para el turista sobre manejo de recursos y residuos implementado y distribuido</p>	<p>Ejemplares de manuales</p>
<p>5. Propiciar la generación de un sistema de información que incentive a las empresas presentes en el destino a medir, controlar, reducir el consumo energético, hídrico y de residuos.</p>	<p>Mes 16 a mes 30</p>	<p>Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)</p>	<p>\$4.000.000</p>	<p>Municipio, Corporación, Cámara de Comercio y Turismo, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Seremi Medio Ambiente, Seremi Economía, Fomento y Turismo, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, FNDR</p>	<p>Sistema informativo de control y reducción de consumo de energías, hídrica y residuos para empresas creado e implementado</p>	<p>Informe con medidas de control y reducción de consumo de energía</p>
<p>6. Desarrollo de talleres de reducción, reciclaje y reutilización (RRR) dirigido a los residentes, en particular hacia los niños en edad escolar.</p>	<p>Mes 18 a mes 34</p>	<p>Municipio-Corporación Casablanca (responsable principal) – Comité Sustentabilidad (equipo involucrado)</p>	<p>\$3.000.000</p>	<p>Municipio, Corporación, Cámara de Comercio y Turismo, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Seremi Medio Ambiente, Seremi Economía, Fomento y Turismo, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, FNDR</p>	<p>Al menos 5 talleres de reducción, reciclaje y reutilización de residuos dirigido a residentes y escolares</p>	<p>Informe de talleres implementados con fotografías</p>

INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN					
Etapa de coordinación ZOIT					
NOMBRE DE ACTIVIDAD	BREVE DESCRIPCIÓN	CONVOCANTE	LUGAR	FECHA	PARTICIPANTES
Presentación informativa a comunidad ZOIT Casablanca	Subsecretaría expone presentación introductoria ZOIT. Equipo consultor presenta objetivos, metodología, cronograma, actividades y definición de fechas para talleres participativos para construcción de Plan de Acción.	Municipalidad Casablanca	Salón Municipal	25-07-2017	Alcalde de Casablanca, Representante Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Representante Municipio Valparaíso, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Representantes SERNATUR, Representante Cámara de Comercio, Representación organizaciones Sociales, Representantes Empresariales, Juntas de Vecinos y Equipo Consultor
Reunión de coordinación con contraparte	Luego de presentación inicial, se realiza reunión de organización de actividades para convocatoria a mesa público-privada y talleres participativos.	Equipo Consultor-ID	Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca	25-07-2017	Representantes del Municipio, Corporación Casablanca, Equipo Consultor.
Reunión Mesa Público-Privada	Revisión de resultados de talleres participativos.	Municipalidad Casablanca	Salón Municipal	24-08-2017	Alcalde de Casablanca, Representante Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Representante Cámara de Comercio, Representación organizaciones Sociales, Representantes Empresariales y Equipo Consultor.
Reunión Mesa Público-Privada	Conformación de y modelo Mesa Público-Privada de Gobernanza del destino Valle de Casablanca, revisión de imagen gráfica, revisión de acciones levantadas en talleres de los ámbitos del Plan de Acción y presentación de acciones de sustentabilidad incluyendo criterios del GSTC (Consejo Global de Turismo Sostenible).	Municipalidad Casablanca	Salón Municipal	28-09-2017	Representante Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Representantes SERNATUR, Representante Cámara de Comercio y Equipo Consultor.
Reunión Mesa Público-Privada	Exposición del resultado del proceso, conformación formal de la Mesa Público-Privada y entrega documento Plan de Acción	Municipalidad Casablanca	Estancia El Cuadro	25-10-2017	Representantes Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Autoridades Sernatur, Subdere, Representantes asociaciones gremiales, universidades y Equipo Consultor.

Etapa Construcción Plan de Acción					
1er. taller de trabajo para la construcción participativa del Plan de Acción	<p>Trabajo con asistentes a taller participativo en los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lo mejor y lo peor del destino; - Palabras que identifican a la ZOIT Casablanca; - Equipamiento e infraestructura habilitante: Definición de acciones, ¿qué funciona bien? y, ¿qué se necesita mejorar?; - Recursos humanos y Calidad de la oferta: Definición de acciones, ¿qué funciona bien? y, ¿qué se necesita mejorar? 	Municipalidad Casablanca	Biblioteca Municipal, Calle Portales nro. 2	03-08-2017	Representante Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Representante Cámara de Comercio, Representación organizaciones Sociales, Representantes Empresariales y Equipo Consultor.
2do. taller de trabajo para la construcción participativa del Plan de Acción	<p>Trabajo con asistentes a taller participativo en los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sustentabilidad: Definición de acciones, ¿qué funciona bien? y, ¿qué se necesita mejorar?; - Productos: Definición de acciones, ¿qué funciona bien? y, ¿qué se necesita mejorar? 	Municipalidad Casablanca	Biblioteca Municipal, Calle Portales nro. 2	09-08-2017	Representante Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Representante Cámara de Comercio, Representación organizaciones Sociales, Representantes Empresariales y Equipo Consultor.
3er. taller de trabajo para la construcción participativa del Plan de Acción	<p>Trabajo con asistentes a taller participativo en los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promoción: Definición de acciones, ¿qué funciona bien? y, ¿qué se necesita mejorar?; - Visión al 2022 de la ZOIT Casablanca. 	Municipalidad Casablanca	Biblioteca Municipal, Calle Portales nro. 2	17-08-2017	Representante Municipio Casablanca, Corporación Casablanca, Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca, Representante Cámara de Comercio, Representación organizaciones Sociales, Representantes Empresariales, Junta de Vecinos y Equipo Consultor.

El Plan de Acción, y su respectivo formato de ficha, corresponde a un instrumento trabajado por el equipo consultor de **ID actitud e impacto-CHIAS Marketing** a través de la licitación de la I. Municipalidad de Casablanca con fondos de la Subsecretaría de Desarrollo Regional

El trabajo en base a la metodología propia del equipo consultor, desarrollada por el Dr. Josep Chias, es, por lo tanto, el instrumento para la ejecución de actividades de planificación, promoción de inversiones y conservación del territorio ZOIT.

Junto con ello, el programa incluyó un proceso transversal de organización y puesta en marcha que considera la ejecución de acciones que permitieron generar mayor sensibilidad de los actores y seguimiento al proceso mismo que incluyeron reuniones mensuales con la contraparte y la conformación inicial de la Mesa Público-Privada para establecer una Gobernanza del Destino.

En este mismo marco del proceso, se definió una imagen gráfica que represente el proceso como ZOIT Casablanca y su Plan de Acción al año 2022.

Para el desarrollo del Plan de Acción, se realizaron actividades participativas en formato de taller con actores de la Mesa Público-Privada y sus representados a nivel territorial. Este trabajo consideró la coordinación con las contrapartes locales para búsqueda de información y trabajo de gabinete para su revisión.

Dichos talleres incluyeron la revisión de los ámbitos del Plan de Acción para la generación de la Propuesta de Desarrollo Turístico, denominados: equipamiento e infraestructura habilitante; recursos humanos y calidad de la oferta turística; desarrollo de productos; promoción turística y; sustentabilidad del destino. Así, se organizaron 3 convocatorias con eventos tematizados y en el marco de la primera convocatoria también se trabajó en la definición de la visión de la ZOIT, con la aplicación de consultas a los asistentes sobre *lo mejor y lo peor* de Casablanca como destino turístico y sobre las *palabras que más identifican al destino*.

Finalmente se señala que el equipo identificó fuentes de información y documentos de utilidad para observación de acciones y generación de antecedentes de importancia, aunque se recalca nuevamente la falta de datos estadísticos que caractericen en profundidad el perfil de visitante y los cambios en la demanda del destino Casablanca.

ANEXOS

Cartas de apoyo de los actores involucrados en la propuesta ZOIT

Se adjuntan cartas recepcionadas hasta el momento del cierre del presente informe por lo cual, de existir cartas adicionales de entidades o instituciones que sumen formalmente el respaldo al Plan de Acción y la Mesa Público-Privada de la ZOIT Casablanca, éstas serán gestionadas y sistematizadas por parte de la I. Municipalidad de Casablanca y la Corporación de Desarrollo de Casablanca.

Carta Apoyo – I. Municipalidad de Casablanca

Casablanca a 25 de octubre de 2017

SRES.
Subsecretaría de Turismo
Presente,-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del interés de la I Municipalidad de Casablanca en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular;



Rodrigo Martínez Roca
Alcalde
I Municipalidad Casablanca

Carta Apoyo – Corporación Casablanca

Casablanca, a 25 de Octubre de 2017



SRES.
Subsecretaría de Turismo
Presente,-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del interés de Corporación para el Desarrollo del valle de Casablanca “Corporación Casablanca” en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular;


Alfonso Jiménez Contreras
Gerente General
Corporación Casablanca

Carta Apoyo – SERNATUR Valparaíso



Valparaíso, 19 octubre 2017

Señores
Subsecretaría de Turismo
Santiago

Katrína Sanguinetti Tachibana, en mi calidad de Directora Regional de SERNATUR de la Región de Valparaíso, a través de la presente, manifiesta el interés de este Servicio en ser representada en la Mesa Público- Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca, a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular, se despide atentamente,


KATRINA SANGUINETTI TACHIBANA
Directora Regional SERNATUR
Región de Valparaíso



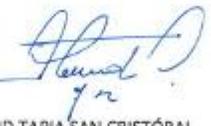
Carta Apoyo – SEREMI Economía, Fomento y Turismo de Valparaíso



Señores
Subsecretaría de Turismo
Santiago

Aland Tapia San Cristóbal, en mi calidad de SEREMI de Economía, Fomento y Turismo de la Región de Valparaíso, a través de la presente manifiesta el interés de esta Seremía en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular, se despide atentamente,



ALAND TAPIA SAN CRISTÓBAL
Secretario Regional Ministerial
de Economía, Fomento y Turismo
Región de Valparaíso

Valparaíso, octubre 17 de 2017

Avenida Errázuriz 1178, 6° Piso. Fono: (32)2234327 – Fax: (32)2236917 - VALPARAÍSO

Carta Apoyo – SEREMI Medioambiente de Valparaíso



Valparaíso, a 20 de octubre de 2017

SRES.
Subsecretaría de Turismo
Presente,-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del interés de Seremi de Medio Ambiente de la Región de Valparaíso en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular;



ANDRÉS ARANEDA REOSSI
SEREMI REGION DE VALPARAISO(S)
MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE

Carta Apoyo – Consejo Regional de la Cultura y las Artes de Valparaíso



Valparaíso, a 23 de octubre de 2017

SRES.
Subsecretaría de Turismo
Presente,-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del interés de Consejo Regional de la Cultura y las Artes de Valparaíso en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular;



MELIDA POZO KUDO
Directora Regional
Consejo de la Cultura y las Artes Valparaíso

Carta Apoyo – Cámara de Comercio y Turismo de Casablanca

Casablanca, a 24 de octubre de 2017

SRES.
Subsecretaría de Turismo
Presente,-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del interés de cámara de comercio y turismo de Casablanca en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Sin otro particular;



Angelo Olivar Cortez
Presidente Sub rogante
Cámara de comercio y turismo de Casablanca

Carta Apoyo – Asociación de Empresas Vitivinícolas del Valle de Casablanca

Casablanca a 18 de octubre de 2017

SRES.
Subsecretaría de Turismo
Presente,-

De nuestra consideración:

Por la presente se deja constancia respecto del interés de Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino,

Sin otro particular;


FRANCISCO GODOY IMPERATORE
GERENTE GENERAL
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS VITIVINICOLAS
DEL VALLE DE CASABLANCA
Francisco Godoy Imperatore
Gerente General
Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca

Carta Apoyo – Fundación Quintay



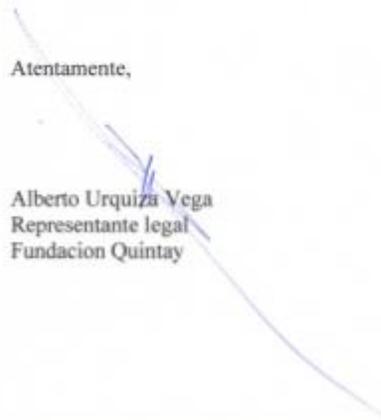
En Casablanca a 18 de octubre de 2017

Sres.
Subsecretaría de Turismo
Gobierno de Chile
Presente,

De nuestra consideración:

Por la presente dejamos constancia del interés de la Fundación Quintay en ser representada en la Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) Casablanca a fin de apoyar y contribuir en los procesos de desarrollo turístico del destino.

Atentamente,


Alberto Urquiza Vega
Representante legal
Fundación Quintay

Fundación Quintay
Hernando de Aguirre 162 Of 1203 Providencia, Santiago CHILE
Tel +56998205844
fundacionquintay@plegos.cl www.fundacionquintay.cl

Verificadores de instancias de participación en el Plan de Acción.

Se adjuntan verificadores de actividades desarrolladas: listado de asistentes y fotografías para dar cuenta del desarrollo de las actividades de construcción y difusión ZOIT Casablanca.

Lista Asistencia – REUNIÓN 1 mesa público-privada, 25 de julio de 2017 (1/3)



contacto@experienciad.com
experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: Reunión I - Actualización ZOT Casablanca.

fecha: 25 de julio 2017 lugar: I Municipalidad de Casablanca

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	STEPHANIE UHANA	I. M. Valparaíso	Dirección Turística	SUHANA@munivalparaiso.cl	2939263	
2	Francisco Godoy	A EVC	Comités	fgodoy@casablanca.cl	32274311	
3	Paola de Vuesper	Senatur	Enc. de Serv. Turísticos	paola.de.vuesper@senatur.cl	32 2982285	
4	Anita Prado Fernández	Senatur	Profesional Dirección Regional	APRADO@senatur.cl	32 2882285	
5	DANIEL ROMERO	CAMARACAS	Director	ROMERO, DANIEL	988094674	
6	Eduardo Pizarro	CORFO	Director	eduardo.pizarro@corfo.cl	96578197	
7	Rene Benito F.	SIND. PASCADETE	Director	rene.benito@pascadete.cl	9-66092122	
8	Alberto Urquiza	Fundación Quintes	Director	aurquiza@plefo.cl	97608169	
9	Alejandra Tarfán	Wine Not Casablanca	Director	alejandra@winenotcasablanca.com	83992286	

Lista Asistencia – REUNIÓN 1 mesa público-privada, 25 de julio de 2017 (2/3)



N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Raio Silva	Winerocasablanca	director	raio@winerocasablanca.com	962478054	Raio S. Hernandez
11	Alvarez Anaya	Sociedad civil congeza	congeza	maneculaa@hotmail.cl	995065510	[Firma]
12	ANGELA MOCH	VINA TURQUEN	SOCIA	ANGELA@ATTILIO.MOCH.COM	973882671	[Firma]
13	Milos Miskovic	iD	Dir. Ppto.	milos@experienciaid.com	9084399	[Firma]
14	Karin Camar	Fundación Guriway	directora	kgare@plgus.cl	9982058	[Firma]
15	LEANDRO PERALDO S.	iD	E. PROYECTO	leandro@experienciaid.com	63940038	[Firma]
16	Romina Lemos	iD	Directora	romina@experienciaid.com	97739248	Romina Lemos
17	Faelene Christie	subsecretaría turística	Dir. Estudios y Promoción	faelene@scm.mincel.cl	96998237	[Firma]
18	Alfonso Barros	Adm. Muni Casablanca	ADM.		962088950	[Firma]
19	Alfonso Jimenez	Corporación Coralmarco	Gerente	alfonso@corporacioncoralmarco.cl	92797395	[Firma]
20	Eduardo Tiede	Junta Vecinos Playa Puro (Quinday)	Pdta.	etiede@playapuro.cl	92336518	[Firma]
21	JOSELUIS NUENTES	SERPLAN-IMC	Asesor	lruentes@e-casablanca.cl	322737302	[Firma]
22	CRISTIAN PALMA	SERPLAN-MC	director	cpalma@e-casablanca.cl		[Firma]

Lista Asistencia – TALLER 1, 3 de agosto de 2017 (1/4)

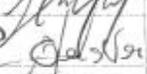
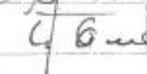


contacto a experienciad.com
experienciad.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: Taller ZOIT 1 Casablanca

fecha: 3/8/2017 lugar: Casablanca

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Karlen Valdes	Ruta del vino de Casablanca	ventas Administración	kvaldes@ruta del vino de casablanca.cl	965929579	
2	Norma Moreno	Artiscuina		artiscuinadonna@gmail.com	79020299	
3	H. de la Cruz Aspillaga	Vinamar	Jefe de Turismo	mdlaspila@vspwinelgroup.cl	954157110	
4	Angela Basualto	Hoja de Ruta	Coordinadora General	basualto.angela@gmail.com	984448060	
5	Franisua Dussanbat	Veramonte	Hospitality Manager	FDUSSANBAT@VERAMONTE.CL	75786707	
6	Javier Briones	La Bicicleta Verde	Managers de Guías	svian@losbiciclistaverdes.cl	955390804	
7	Mónica Berce Ong	Potrero	Artisan		86846450	
8	Concepción Gauer	Fundación Quilmes	Licetiva	kgauer@plepas.cl	998205811	
9	Alberto Jorjasa	Fundación Quilmes	P&C	ajorjasa@plepas.cl		

Lista Asistencia – TALLER 1, 3 de agosto de 2017 (2/4)



contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

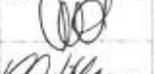
N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	EdUARdo Tironi	J. Vecinos Playa Grande Quinday	Presidente	etironi@filusando.com	913334548	[Firma]
11	Alejandra Gutiérrez	Louisa Larra	Gt. de Turismo	agutierrez@louislarra.cl	964186574	[Firma]
12	IVAN PARRA LABACA	SECRETARÍA DE PARRA	SUPERVISOR	labbaca@secretariaparra.cl	950479644	[Firma]
13	Dania Patricia Sainza	INDEPENDIENTE	SEFA: BELLEZA INTEGRAL	Patricia.Sainza.belleza.integ@gmail.com	976141913	[Firma]
14	Andrea Bzama Pizarro	Coordinadora Vinculación con el medio UNAB	Coordinadora U. Andrés Bello	abzama@unab.cl	989204635	[Firma]
15	Ironia Cristina Muñoz Pato	Artisanas San Juan Nativa	Independiente	Ironia.Cristina.Munoz@gnail.com	979803345	[Firma]
16	Dolores Fuente Ovejuna	Artisanas en taller	Asesora	periva@casablancavalley.cl	915066661	[Firma]
17	Pamela Silva C.	Asoc. Emp. Vitivinícolas	SECRETARÍA MICROEMPRESAS Y TURISMO	periva@casablancavalley.cl	965729525	[Firma]
18	Alejandra Farfán	Wine not casablanca?	SOCA	alejandra@winenotcasablanca.com	982992286	[Firma]
19	Margarita Muñoz	Morganstente		margarita.muñoz@gnail.com	96478055	[Firma]
20	Esteban Ballester	El Bos Museo	Director		88551180	[Firma]
21	Samuel Venegas	Cometa	Dir. Ser. Turístico	svenegas@cometa.cl	922992285	[Firma]

2

Lista Asistencia – TALLER 1, 3 de agosto de 2017 (3/4)



Contacto a: experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
22	ANGELA MOCHI	VITA TUNDEN	SOLTA	ANGELA@ATTILIOMOCHI.COM	973882671	
23	Cecilia Quirós	Ag. Lit. A. Galaz	tesorera	CECILIA@litagala.com	98281189	
24	María Teresa Quirós	Ag. Lit. A. Galaz	Socia	Marite_ga@litagala.com	998486490	
25	Clara Polero	Chummosoba Puntal	Directora	Chummosoba@gmail.com	993048862	
26	Marcela Conza	Mecacer	Directora	Mecacer_delynd@gmail.com	982537518	
27	Raquel Melo	DHA	Socia	raquel.melo.osago@gmail.com	87219610	
28	Violeta Ulloa	DHA	socio	BosqueuonQuinter@gmail.com	948264074	
29	Pedro Sepulveda	P. Bosqueuon	Socio	BosqueuonQuinter@gmail.com	904141295	
30	Mónica Vargas	P. Bosqueuon	Socia	BosqueuonQuinter@gmail.com	904141295	
31	DANIEL ROMERO	CANARIA COMERCIO	Director	ROMERO.BRANO@gmail.com	98804674	
32	María Androsch	ACABLANCA SET IN PAVENAT	Directora	maribondradia@idtur.es	98266864	
33	Maritza Albilla	Muni Casablanca	Turismo	albilla.maritza@gmail.com	988041724	

Lista Asistencia – TALLER 1, 3 de agosto de 2017 (4/4)



contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

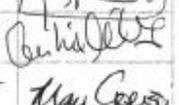
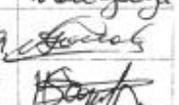
N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
34	Milto Mistral	ID	Dr. Pyto	mitos@experienciaid.com	9084358	
35	Ramona Leos	ID	Coordinadora	ramona.leos@experienciaid.com	9775248	
36	Leandro Penaloza	ID	Coordinador	leandro.penaloza@experienciaid.com	9777708	
37	Alfonso Jiménez	Corporación Casablanca	Gerente	alfonso.jimenez@corporacioncasablanca.cl	9297395	
38	Karke Montt	IMC	Directora Ejecutiva	karke.montt@casablanca.gob.cl	76011620	

Lista Asistencia – TALLER 2, 9 de agosto de 2017 (1/2)



LISTA DE ASISTENCIA

reunión: Taller 2 ZOI Casablanca
 fecha: 9/8/17 lugar: Casablanca

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Alfonsa Jiménez	Cooperativa Casablanca	gerente		92797395	
2	Macarena Martínez	Vino Cabral	Turismo	tom@cabral.cl	9-96397563	
3	María Teresa Divroz C.	Asociación de Agricultores de la Zona	Socia	Marite_gchat@mail.com	998486490	
4	Esteban Briones	Museo de Casablanca	DUEÑO	—	988551110	
5	Cecilia Bravo	Asociación de Agricultores de la Zona	TESORERA	cedisonb@gmail.com	982814188	
6	Mariona González	Casas del Bosque	Gerente Turístico	mgonzalez@casasdelbosque.cl	999404697	
7	Norma Moreno	Artisana	DUEÑA	norma.moreno@gmail.com	79020299	
8	Manuel Scarpa	Residencia Pension Valy	DUEÑO	pensionvaly@gmail.com	985803394	
9	Angela Basualto	Hoja de Ruta	DUEÑA	basualto.angela@gmail.com	984148000	

Lista Asistencia – TALLER 2, 9 de agosto de 2017 (2/2)



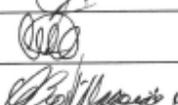
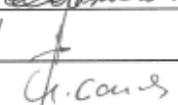
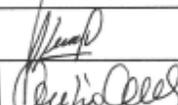
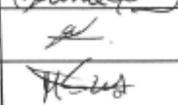
contacto@experienciad.com
experienciad.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
	M. de la Cruz Aspillaga	Vinauauan	Jefe Turismo	mdelacruz@club.cl	954157110	
	ANGELA MOCHI	VIÑA TUNQUEN	SOCA	ANGELA@ATTILIOMOCHI.COM	973882671	
	Marcela Conza	Harques	Dueña	marcela.conza@trasmisur.com	982537518	
	DANIEL ROMERO	CAMARA COMENSA	Director	ROMERO.BASILE@chilmail.cl	98809674	
	Manuel Andrés	ACADEMIA Y SISTEMAS DE GESTIÓN DE ASESORIA EN INNOVACIÓN	Director	Manuelandrade@yaho.es	968266964	
	Verónica Figueroa D.	Academia y Oficina de Asesoría en Innovación	Secretaria	veronica.figueroa@innov.cl	987770589	
	Raquel Melo	DTR Accesorios y confecciones	Dueña	raquel.melo.orrego@gmail.com	87219610	
	Héctor Villavicencio	DTR Accesorios y confecciones	socio	villavicencio@villavicencio.cl	52087763	
	Claudia Pabello Conera	Comisariado Provincial Municipalidad de Casablanca	Directora	claudiapabello@gmail.com	993048862	
	Gisela Rivera Rojas	Municipalidad de Casablanca	Apoyo de Turismo	gisrivera10@gmail.com	73807969	
	Maritza Albillar	Muni Casablanca	Ferias y Eventos	albillar.maritza@gmail.com	2277427	

Lista Asistencia – TALLER 3, 17 de agosto de 2017 (1/2)

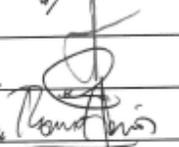
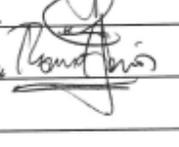
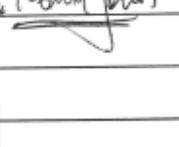
17 Agosto, 2017

3er Taller
Zona Casablanca.

Nº	Nombre	Rut	Empresa/Organización/institución	Telefono de contacto	E-mail	Firma
1	Carolina Pedraza C	15.763904	Claymorex de Rueda las Dalias	+56 993019862	Claymorex@sigmil.com Car.pedraza@sigmil.com	
2	David Romero	141133170	CAMARA COMANDO	988094674	ROMERO.David@chadecor.cl	
3	Mauricio Gomez	99554820	MARQUEZ	962537516	MARQUEZ DESIGN @hotmail.com	
4	Andrea CODECRO	1802605	Umanu Bed and Wine	995486021	Umanu@guail.com	
5	Rafael Melo Osejo	18.0130098	DTR Accesorios y complementos	87218010	rafael.melo.osejo@guail.com	
6	Hecha Villavicencio	14.246181-1	DTR Accesorios y complementos	52087763	vallemosha@hotmail.com	
7	Alberto Urquiza	5690972-9	FUNDACION QUIROGA	-	urquiza@plegost.cl	
8	Liana Gomez	13769-3	"	998205844	lgomez@plegost.cl	
9	Maria Teresa Quiroz Gordon	6.8628644	Asociación Literaria Alejandro Galdames	998486490	Maria_tg@hotmail.com	
10	Carolina Gomez Sandoblanco	7.598504-3	Asociación Lit. Alejandro Galdames	982841188	cealsan@plegost.cl	
11	Gisela Rivera	18917070-K	Municipalidad de Casablanca	2277427	gisrivera18@gmail.com	
12	MARCELA SCARPA	12727.907-1	PENSION VAY	985803394	pensionvay@gmail.com	
13	Karen Valdes	10.1080009	Ruta del vino	965729579	kvaldes@ruta.delnodocasablanca.cl	

Lista Asistencia – TALLER 3, 17 de agosto de 2017 (2/2)

3er Taller

Nº	Nombre	Rut	Empresa/Organización/institución	Telefono de contacto	E-mail	Firma
14	Angela Basualto Lorena Moreno	16.575.040-3 5.039.605-3	Hoja de Ruta Arte Sación	984148000 740000009	basualto.angela@gmail.com lorena.moreno@gmail.com	
15	EDUARDO TIRONI	11.222.822-1		79020299	eduardo.tironi@gmail.com	
16	EDUARDO TIRONI	11.222.822-1	Junta de Vecinos Playa Pda. Fundación Seintay	93336518	etironi@filmocentro.com	
17	EDUARDO TIRONI	11.222.822-1	Corporación Casablanca	92997395		
18	Milos Mihovic	11.045.551-1	iD	90064399	milos.papic@ciudadela.com	
19	Renata Lemus	11.210.367-1	iD	99339245	renata.papic@ciudadela.com	
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						

Lista Asistencia – REUNIÓN 2 mesa público-privada, 24 de agosto de 2017 (1/2)

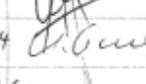
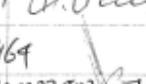
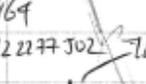


contacto@experienciad.com
experienciad.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: MESA PÚBLICO - PRIVADA ZOIT CASABLANCA -

fecha: 24/08/2017 lugar: I. MUNICIPALIDAD DE CASABLANCA.

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Marco Attilio	VINATUNZUELO	PROPIETARIO	marco@attiliosm.com	973382724	
2	Alejandra Foufain	Wine not?	Directora	alejandra@winenot.com	63992286	
3	Rocio Hernandez	Wine not?	Directora	roci@winenot.com	98220884	Rocio Hernandez
4	Daniel Romero	CAMARA COMERCIO	Director	dromero@chilobus.com	988094674	
5	Maritza Albillar	Muni Casablanca	Ejecutada Feria Eventos	albillar.maritza@gmail.com	988094674	
6	Karin Gamero	Fundación Quilkey	Directora	kgamero@plaza.cl	99820884	
7	Alberto Urquiza	Fundación Quilkey	Director	urquiza@plaza.cl	976618164	
8	José Luis Alvarado	SEPLAN	Coordinador	lvarado@e-casablanca.cl	92277302	
9	Thaiza Montoya	Alcalde	Alcalde	thamontoya@gmail.com	93318294	

1

Lista Asistencia – REUNIÓN 2 mesa público-privada, 24 de agosto de 2017 (2/2)



contacto@experienciad.com
experienciad.com

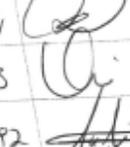
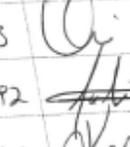
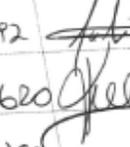
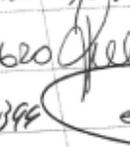
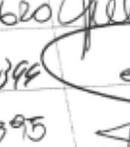
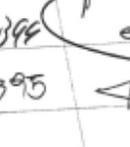
N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Alfonso Barros	Muni Casablanca	Adm.		32 22 77412	
11	Rosine Lenos	ID	Dir. General	rosine@experiencia.cl	977 3748	
12	Milaj Miskarić	ID	Dir. Ppto	milaj@experiencia.cl	977 4359	
13	Lea Grabenšlag	ID	Eje. Pto	lea@experiencia.cl	963940038	
14	Alfonso Juncos	Corporación Casablanca	Gerente		9279795	
15	Eisela Rivera	Muni Casablanca	Apoyo turismo	eiserivera18@gmail.com	322277427	
16	Karle Meutt	IMC	turismo	karle@montecasablanca.cl karle@gmail.com	76011670	

Lista Asistencia – REUNIÓN 3 mesa público-privada, 28 de septiembre de 2017 (1/1)



LISTA DE ASISTENCIA

reunión: Mesa Público Privada
fecha: 28/9/17 lugar: IM Casablanca

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Alejandra Farfán	Wine not Casablanca	Socia	alejandra.wine@casblca.com	83992266	
2	DANIEL ROJAS	AMMA Comercio	Director	ROJAS.DANIEL@AMMA.cl	988094674	
3	Anita Prado F.	Sernatur	Profesional	APRADO@SERNATUR.cl	2882283	
4	Felipe Céspedes	Sernatur	Estudiante Práctica	felipe.cespedes@sernatur.cl	61666092	
5	Karla Moutt	IMC	Especialista de Marketing	karla.moutt@casablanca.cl	976011620	
6	Ulises Liszkovic	ID	Dir Pto	ulises@experienciaid.cl	90884399	
7	Alfonso Jimenez	Corporación Casablanca	Gerente		92793395	

Lista Asistencia – REUNIÓN 4 mesa público-privada, 25 de octubre de 2017 (1/3)

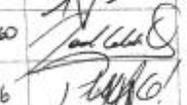


contacto@experienciad.com
experienciaid.com

LISTA DE ASISTENCIA

reunión: MESA PÚBLICO-PRIVADA

fecha: 25. OCTUBRE 2017 lugar: ESTANCIA EL CUADRO

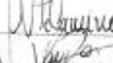
N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
1	Alejandra Tarfain	Uninet Casablanca?	Socia-fundadora	alejandra@uninetcasablanca.com	83992286	
2	Katrina Sanguinetti Pacheco	Gurinator	D.R	ksanguinetti@gurinator.cl	98080510	
3	Rafael Muñoz R.	Alcaldía	Alcalde	TutorMunoz@gmail.com	99396296	
4	Eduardo Pastén	Subdere	Director	eduardo.pasten@subdere.gob.cl	966752815	
5	ERIKA CALDERÓN O	SUBDERE	ASISTE PROF.	erika.calderon@subdere.gob.cl	97924160	
6	Pablo Peña Calvez	UNAB - Estudios	Director de Carrera	pablo.pena@unab.cl	996190466	
7	FABIAN CRIVISTE	Subsecretaría Turismo	gestión y análisis territorial	fcriviste@comunidad.gob.cl	966898232	
8	Margarita Teresa G.	Comuna de Leucineo Bust	Tesorero	maryperezg21@gmail.com	9153406866	
9	DANIEL ROMERO	CANARA Comercio	Director	ROMERO.BARON@HOTMAIL.COM	988094674	

Lista Asistencia – REUNIÓN 4 mesa público-privada, 25 de octubre de 2017 (2/3)

CHIAS MARKETING
MERCADO LOCAL

ID
actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
10	Karen Valdes	Ruta del vino	ventas Administrativas	kvaldes@rutaelvino.com	965729579	
11	Margarita Hobus	Universidad de Valparaíso	estudiante GTC	margarita.hobus@admission.uv.cl	71060668	
12	Natasha Foz de Camino	Universidad de Valparaíso	Estudiante	natasha.foz@camino.gmail.com	977522164	
13	Luce Espinoza Ortiz	Universidad de Valparaíso	Estudiante GTC	luce.ortiz314@gmail.com	959374873	
14	Tatiana Nuñez Destano	Universidad de Valparaíso	Estudiante	Tatiana.nunez@uval.cl	94840380	
15	Macarena Pizarro	U. de Valparaíso	Estudiante	macarenapizarro.e@uval.cl	73442165	
16	Ursula Morales	U. de Valparaíso	Estudiante	ursula.morales.v@gmail.com	96708769	
17	María José Vilches	U. de Valparaíso	Estudiante	mariajose.vilches@gmail.com	979572785	
18	Paul Dourdellet	U. de Valparaíso	Docente	Paul.Dourdellet@uval.cl	233815	
19	Camila Ramon	U. de Valparaíso	Estudiante	Camila.Ramon.c.r@gmail.com	974016844	
20	Diego Silva	U. de Valparaíso	Estudiante	DiegoSilva@uval.cl	985056180	
21	Paulina Salgado Kaiser	U. de Valparaíso	Estudiante	Paulinaandrea@gmail.com	997324132	

Lista Asistencia – REUNIÓN 4 mesa público-privada, 25 de octubre de 2017 (3/3)

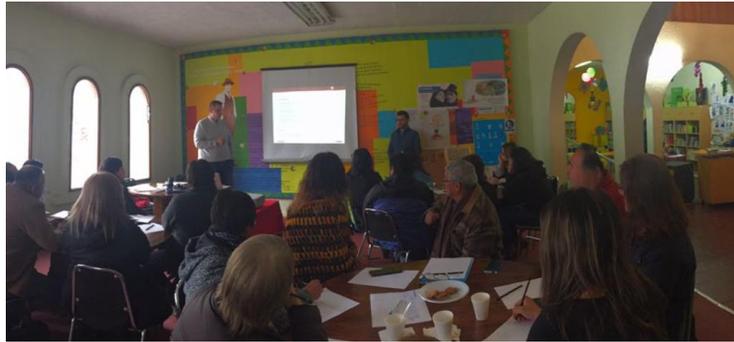
CHIAS MARKETING
MUTUAL SA PUS

ID
actitud e impacto

contacto@experienciaid.com
experienciaid.com

N°	nombre y apellido	Institución	cargo	e-mail	teléfono	firma
22	Catalina Guzmán	Universidad de Valparaíso	Estudiante	Katila-nicole@hotmail.com	983642515	<i>Cathy</i>
23	Camilo Contreras	Universidad de Valparaíso	Estudiante	camilocontreras91996@gmail.com	950293740	<i>CCB</i>
24	Kelly Alarcón Martínez	UV	ESTUDIANTE	helewit@hotmail.com	957463678	<i>Kelly</i>
25	Ignacio Sepúlveda	UV	ESTUDIANTE	IGNACIOUATPADO@gmail.com	74471921	<i>Ignacio</i>
26	Constanza Sepúlveda	Un.versidad de Valparaíso	Estudiante	constanza.sa97@gmail.com	58667892	<i>Constanza</i>
27	Claudia Huerta I.	Un.versidad de Valparaíso	Estudiante	claudiahuerta@finko.cl	62787976	<i>Claudia</i>
28	Nonserrat Osorio A.	Universidad de Valparaíso.	Estudiante	non.osorioaravena@gmail.com	929591129	<i>Nonserrat</i>
29	Karla Muro	IMC	Encargada de Turismo	karla.muro@casablancaid.com	976011620	<i>Karla Muro</i>
30	Bianca Morales G.	IMC	Coord. Propaganda Turismo	bpa3.morales@gmail.com	32.2277427 98123248	<i>Bianca</i>
31	Alfonso Jiménez Contreras	Comisión Casablanca	Presidente	ajimenez@casablancaid.com	92797395	<i>Alfonso</i>
32	Aurita Pardo F.	Sernatur	Profesional Regional	APRADOFF@sernatu.cl	2882285	<i>Aurita</i>
33	LEONARDO PERALTA S.	ID	Es. Proyecto	leonardo@experienciaid.com	69900059	<i>Leonardo</i>
34	Cilón Ulloa	ID	Dir. Proyecto	nicol@experienciaid.com	9884499	<i>Cilón</i>

Fotografías – REALIZACIÓN DE TALLERES 1, 2 y 3, agosto de 2017



Fotografías – MESAS PÚBLICO-PRIVADAS, julio-agosto-septiembre-octubre de 2017



