



---

**INFORME PILOTO DE DIFUSIÓN DE LA  
MARCA**

**POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO E  
IMAGEN REGIÓN**

**LOS LAGOS**

---

**infyde iD**

---

Octubre 2015

---

# Índice

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>EL PROCESO .....</b>	<b>2</b>
<b>LA IMPLEMENTACIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>PRESENTACIÓN DE LA MARCA EN LA JORNADA DE LANZAMIENTO .....</b>	<b>11</b>
<b>ANEXO - CLIPING DE MEDIOS .....</b>	<b>13</b>

## INTRODUCCIÓN

La promoción y difusión de la Región de Los Lagos como destino turístico es uno de los elementos más relevantes en el marco de la Política Regional de Turismo. Por ello, la propia definición de la Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos, ha incluido la elaboración de un *Plan de Promoción Nacional e Internacional* como un instrumento de planificación y control cuya finalidad es la de dar a conocer la región, tanto en otras regiones de Chile como en el exterior, para que la Región de Los Lagos sea un poción de destino para los turistas potenciales.



El plan de promoción incluye la implementación de un *proyecto piloto de difusión de la marca* cuyo objetivo es socializar y posicionar la imagen-marca regional a través de su difusión en distintos medios y soportes de comunicación, tanto a nivel regional como a nivel nacional.

Formular un plan de acción que socialice y comience la puesta en valor y el posicionamiento, de la nueva imagen/marca regional, a través de su difusión en distintos medios y soportes de comunicación, tanto a nivel regional como a nivel nacional.

## EL PROCESO

El primer paso fue la elección de la imagen-marca de la región. Esta elección se desarrolló a través de un proceso altamente participativo:

- Tres mesas de expertos
- Presentación, discusión y recogida de insumos para la marca en 5 talleres territoriales
- Entrevistas personales a actores clave de la región
- Selección final de la imagen a través de una votación abierta en la que participaron 1.286 personas.

### Proceso de elección de la imagen-marca

La imagen final conjugada en un Chucao, surge a partir de íconos representativos de nuestra Región de los Lagos. Están presentes, por ejemplo, el verde de nuestra naturaleza, asociado a la experiencia de explorar, de descubrir, emocionarse y conectarse con la tierra; junto a lo anterior están los bosques, reservas naturales de nuestra zona, ligados también a conceptos como pureza y sustentabilidad; el azul de nuestro cielo, asociado a la transparencia, el aire puro y los sueños; las formas geométricas inspiradas en el arte textil y artesanía de nuestros pueblos originarios; una fuerte imagen del volcán, que nos traslada hacia la aventura, el turismo por excelencia, los deportes ligados a la altura y la nieve, y esa cordillera siempre presente a lo largo de toda nuestra zona. Otros elementos presentes son las tejas de madera, ligadas a lo patrimonial, la arquitectura representativa en los campos y en gran parte del territorio, un ícono asociado también a lo rústico, la calidez y el refugio; el celeste de nuestras aguas cristalinas, la fuerza de los recursos hídricos, la energía de la naturaleza y fuentes renovables. Y por último, también representada en la potente imagen del Chucao de la Región de los Lagos, están las islas, tierras que son cultura, experiencias, raíces y preservación.

Tres paneles de expertos en turismo, tanto del mundo privado como público, así como diseñadores y especialistas en consolidación de marcas, impulsaron esta propuesta como respuesta a la construcción de un relato representativo de las cuatro provincias de la Región de Los Lagos.

Durante la semana de votación en el sitio web <http://encuesta.gorelосlagos.cl/>, el Chucao se enfrentó a otras dos imágenes que también buscaban representar a la región. Finalmente, el 31 de agosto luego de una participación de 1.286 personas en el proceso, la elección se inclinó a favor del Chucao, dejando atrás a las otras dos opciones. Los resultados al cierre de la jornada el día 31 fueron: 739 votos en apoyo del Chucao, o sea un 57%; le siguió la imagen de un sistema visual dinámico con identidad territorial y logotipo constante, con 373 votos, traducido en un 29%, y en último lugar quedó la opción de carácter tipográfica, con 167 votos, alcanzando así el 13% en el proceso. Además, hubo 7 votos sin respuestas, equivalente a un 1% del total.

Tras este proceso se eligió como imagen el Chucao, pájaro endémico del Sur de Chile y relacionado con la mitología de la región. Por su parte, la marca elegida fue *“Los Lagos – Patagonia Chile”* marca que incorpora el concepto *Patagonia*, ampliamente demandado por quienes participaron en este proceso



El chucao -*Scellordhilus rubecula*- es una ave del tamaño de un gorrión, de cuerpo pardo y alas negras, de pacífica y real existencia, que habita en el sur de Chile.

Esta ave representa elementos patrimoniales, materiales e inmateriales los que se plasman inmejorablemente en la construcción simbólica de la imagen.

Esta propuesta podría generar en los habitantes una relación de apropiación, pertenencia y unidad en el marco de su resignificación, generando más cercanía con las mismas causas subjetivas que operan en toda interpretación mitológica, ya que a esta ave se le atribuyen condiciones agoreras.

Afirma la creencia folklórica que su grito "chucáu, chucáu" de donde proviene su onomatopéyica denominación, proferido a la derecha de los caminantes es señal de buen augurio y de un feliz término de la marcha. La aceptación de estas propiedades míticas guarda aún consistencia en las comunidades.

Tomando en consideración estos antecedentes, creemos que el chucao es un fiel representante del patrimonio intangible, material y cultural de esta zona.

Con esta imagen-marca regional se afrontan 4 *desafíos*:

1. Transformarse en símbolo fundamental de la promoción turística de la región
2. Unificar todos los esfuerzos de la promoción turística bajo este símbolo
3. Convertir a los habitantes en embajadores del territorio
4. Generar sentimiento de pertenencia y orgullo

Para testar la imagen-marca y conseguir estos desafíos, se definió el pilotaje de la marca y se elaboró un *Plan de Difusión* sobre la marca para la gestión de noticias positiva respecto de la imagen-marca. Para ello, se formularon comunicados, informes y notas periodísticas, alusivas a la comunicación de los mensajes claves propuestos en este plan de difusión.

El *público objetivo* del plan de difusión ha sido:

- Los habitantes de la región y Stakeholders
- Autoridades y funcionarios regionales del sector público
- Empresarios y emprendedores turísticos de la región y el país.

El plan incluye la definición de unos ejes comunicacionales que guían las temáticas a difundir.

## EJE CENTRAL



## LA IMPLEMENTACIÓN

La implementación del pilotaje se ha realizado a través de diversos medios de comunicación:

**Relaciones Públicas:** Actividad transversal, cuyo objetivo es planificar, gestionar y articular la inclusión del lanzamiento de la nueva marca en las distintas pautas informativas en los medios de comunicaciones seleccionados para los públicos objetivo establecidos como prioritarios.

**Televisión:** a través de la gestión de relaciones públicas con canales locales de televisión se articularán y formularán notas de prensa en relación a la nueva marca y sus ejes de posicionamiento.



**Radio:** se intermediarán y gestionarán entrevistas y notas en radios locales, para dar a conocer el proceso de formulación y el resultado final de la nueva imagen/marca de la región, de acuerdo a los ejes y mensajes preestablecidos en el marco de la Política Regional de Turismo.



**Prensa impresa y digital:** se gestionó con medios de prensa local, tales como diarios, y portales digitales informativos, apariciones respecto de la nueva imagen/marca.



### Publicación pagada (Publicidad)

Se incluye una publicación pagada en un diario de circulación regional sobre el lanzamiento de la nueva imagen destino, con espacio no menor a 25x9 cms., página impar inferior, ubicada en las primeras 5 páginas, blanco y negro.

### Publicación Diario El Llanquihue

26 EL LLANQUIHUE | Domingo 4 de octubre de 2015

## Cultura

Empezamos a grabar el piloto en cuatro semanas más y que es un proyecto que hemos estado trabajando desde hace cuatro años".

**SARAH JESSICA PARKER**, y su retorno a las series de televisión

# La cerveza artesanal se reinventa para satisfacer la alta demanda femenina

**DIVERSIFICACIÓN.** Hoy continúa la fiesta en Puerto Varas de este tradicional brebaje alemán, cuya receta empezó a tomar texturas locales.

**Erwin Schmidt Ávila**  
erwin.schmidt@diariollanquihue.cl

Cada vez más mujeres se están incorporando al mundo laboral del país. Esa realidad les ha permitido alcanzar un mayor grado de independencia y emancipación, respecto de la «a estas alturas» añeja concepción que el hombre es el proveedor.

Este factor ha motivado a las empresas proveedoras a modificar su oferta para atender esta variación del mercado. Y la industria de la cerveza artesanal no está ignorando tal realidad, por lo que están apostando a nuevos sabores y texturas que cambien el paladar femenino, que está irrumpiendo con fuerza en este mundo que era hasta hace poco de exclusividad del mundo varonil.

Así lo revelaron expositores que están participando en la Feria de la Cerveza de Puerto Varas, que este domingo llega a su fin en la Calle Teuchada Santa Rosa.

Alberto Peters, propietario de Cerveza Tepal de Puerto Montt, afirmó que aumentó el número de consumidores «que abandonan el sabor paraguero que ofrecen las marcas industriales». Por eso es que no es extraño que se busque nuevos sabores. «Incluso hay gente que está probando cervezas más amargas, lo que no era del gusto de los chilenos», aseguró.

Pero, reveló que el mayor impacto en términos de demanda está en el mercado femenino, lo que también ha modificado el consumo per cápita que, según afirmó, «pasó de 20 litros a 50 litros por persona al año».

Aseguró que ellas buscan las que son elaboradas en base a frutas que ofrecen un sabor de más fácil degustación.

**NO A LAS AMARGAS**

En la misma posición se mostró Francisco Seguel, maestro cervecero de «Monte Verde», radicada en Talca, después de haber surgido en Puerto Montt.

«La gente está buscando nuevas sensaciones, sabores, aromas y cuerpo. Por eso hemos apostado a las cervezas frutales (frambuesa, mora, arándanos, manzana a plátano-niel)», afirmó.

Dijo que en su caso, sus principales clientes son adultos jóvenes, «tanto hombres como mujeres». Ellas, asimismo, «consumen más las de frutas, porque no le gustan los sabores amargos. Estas son más bien dulzanas. A las recetas con sabores se le echa muy poco limón». Para alcanzar el dulzor requerido, agregó, utilizan sólo frutos orgánicos, dejando fuera los preservantes y saborizantes. «El azúcar se consigue de la misma fruta, que se agrega en la fermentación de la cebada», expuso.

**MÁS VARIEDADES**

Después de irrumper tímidamente, la cerveza artesanal se posicionó con sus sabores tradicionales (trigo, rye y negro). Tras varios años, los productores avanzaron y están lanzando nuevas variedades con sabor a miel, chocolate y frutos silvestres.

«Eso es bueno para nosotros, que nos permite vender más variedades, lo que mejora nuestros ingresos», reconoció

Fernando Cartes, propietario de la Cervecería Cartes de Osorno, que produce «sin químicos y la embotellamos sin filtrar».

Para Cartes, su mercado objetivo está en el segmento ABCI, aunque reconoció que la clase media también está probando este producto, en busca de la diferenciación.

Agregó que la industria está moviéndose en la búsqueda de nuevos sabores. «Este es un mercado en permanente crecimiento y desarrollo de tendencias. Todo ello motivado por la demanda, en especial de las mujeres que están buscando sabores más agradables a sus gustos y preferencias», agregó.

La vendedora de Cervezas Saldarriaga de Frutillar, Isabella Mancilla, admitió que para su paladar se inclina por las de tipo frutoso, que marquen la diferencia respecto de las tradicionales.

Explicó que esa tendencia la entendió la empresa que representa en la feria de Puerto Varas. Por eso es que a las tra-

«Las gusta la variedad de sabores, que sean dulces, con más aromas», añadió.

Esta respuesta de los emprendedores cerveceros ante la venta de cerveza, responde a un requerimiento innegable del mercado: «La mujer está pidiendo más variedad, que sean más suaves y dulces», se

EN SU PROCESO DE ELABORACIÓN, ESTÁN AUSENTES LOS QUÍMICOS.




## Presentan Política e Imagen Marca de Turismo 2015-2025

Recientemente se hizo el lanzamiento de la Política Regional de Turismo a través de la cual se potenciará la zona por medio de la imagen icónica de un Chucao.

Al respecto la autoridad regional sostuvo que el Gobierno Regional escuchó a los diferentes agentes y partes involucradas, lo que hizo posible un inédito documento. «El turismo se ha puesto mucho más exigente, se está diversificando y especializando, por ello tenemos que dar una respuesta satisfactoria a esa demanda. Tenemos sectores desarrollados y consolidados, como Puerto Varas, Frutillar, pero hay otros a desarrollar, como el Centro Real. Las zonas arqueológicas, el turismo de deportes extremos, etc. Todos juntos tenemos que hacer que esta maravilla de región que tenemos, se desarrolle», sostuvo De la Prida en la ceremonia donde asistieron más de 200 personas de toda la región.

Este producto -liderado por el Gobierno Regional- fue fruto de un largo proceso participativo, a través del cual se entregaron visiones tanto del mundo público, como privado para potenciar el turismo en la región.

Así quedó de manifiesto en el lanzamiento de la Política Regional de Turismo e Imagen Región, realizado en la Intendencia Regional en Puerto Montt, el cual estuvo liderado por el intendente Leonardo de la Prida.

Para ello, se eligió una Imagen Marca, que tuvo como resultado un Chucao. Para llegar a ello se hizo una votación durante una semana en el sitio <http://encuesta.gorellosagos.cl/>, en donde el Chucao enfrentó a otras dos imágenes que también buscaban representar a la región. Luego de una participación de 1.286 personas, la elección se inclinó a favor de la característica ave del sur.

Esta nueva Imagen Marca del Chucao está eminentemente ligada con nuestra cultura e identidad regional. Su imagen y lo que se inserta en ella a partir del diseño, contiene los valores como son el respeto a nuestra cultura y la interculturalidad contenida en este territorio inscrito en la Patagonia; valorar la naturaleza y poner al centro del quehacer; el rescate de los relatos de antaño, enraizados en la cultura como parte de la riqueza del patrimonio local; la sustentabilidad como un camino de desarrollo de la actividad turística, entre otros conceptos.

**CINCO DESTINOS**

Respecto de la estrategia propiamente tal, también implicó un proceso altamente participativo, ya que desde un principio, se buscó involucrar a todos los actores del sector. Esta alta participación se tradujo en la movilización de casi 1.800 personas a través de talleres, entrevistas, encuestas, paneles de expertos, comisiones, seminarios, entre otros.

Este trabajo se ha reflejado en una visión construida mancomunada y en la identificación conjunta de los ejes estructurantes de la política: Capital Humano, Cultura y Patrimonio, Destinos Turísticos, Medio ambiente, Promoción y Gobernanza. Todos ellos con criterios de sustentabilidad, porque ese es el eje conductor de la Política Regional de Turismo.

Las metas que busca alcanzar esta Política de Turismo dentro de la próxima década son: aumentar la inversión pública en turismo en un 150% incremental en un 35%

las ventas de las actividades vinculada al turismo; subir en un 65% el empleo en las actividades vinculadas a éste; mejorar la llegada de turistas en un 90%; hacer crecer la tasa de ocupabilidad al 50% y aumentar la tasa de permanencia a 2,5 días.

Para conseguirlos, se han definido ocho programas, 22 iniciativas preliminares y siete iniciativas piloto, que se dirigen a reducir las principales brechas detectadas en el sector, para poder impulsar el turismo como una de las principales actividades económicas y de desarrollo de la Región.

Estos programas e iniciativas se pondrán en marcha en el territorio en cinco destinos definidos: «De Cordillera a Mar»; Lagos Llanquihue y Todos Los Santos»; «Puerto Montt Cultural y Arqueológico»; «Patagonia Venada» y «Chilo».



**GOBIERNO REGIONAL DE LOS LAGOS**  
Acción de Futuro

Publicación El Austral de Osorno

Actualidad

EL AUSTRAL DE OSORNO | Domingo 4 de octubre de 2015 | 5

## Navegante fluvial recibe reconocimiento por su emprendimiento turístico en el río Bueno

**TURISMO.** Víctor Fuentealba, quien también es alcalde de mar, recibió el reconocimiento de Sernatur Los Ríos como mejor trabajador del año. Dentro de su trabajo logra que turistas conozcan la historia y la naturaleza de Trumao y La Barra.

Leonardo Venegas Ch. [leonard.venegas@loslagos.cl](mailto:leonard.venegas@loslagos.cl)

A pesar de que el navegante fluvial Víctor Fuentealba reside en la comuna de San Pablo, sabe que su trabajo asociado al turismo en la zona de Trumao es bien reconocido en La Unión, la orilla opuesta del río Bueno. Tras cuatro años de subir y bajar las aguas del cauce con turistas y visitantes a bordo de su nave, Fuentealba recibió reconocimiento especial por parte de autoridades de la Región de Los Ríos, quienes le entregaron una distinción en su honor al mérito turístico como el "Trabajador 2015", en el marco del Día Internacional del Turismo.

**RECONOCIMIENTO**  
Víctor Fuentealba es modesto, ya que ni siquiera desea destacar la distinción recibida en Valdivia y ante varias autoridades de la zona. Prefiere nombrar otras iniciativas que también fueron reconocidas en la oportunidad. Aún así, Fuentealba destaca el hecho de ser el único emprendedor dedicado al turismo en la zona de Trumao, lugar donde siempre ha residido. Sin embargo, el navegante, que también es alcalde de mar de la zona, indica que a pesar de ser sampabino, su trabajo



VÍCTOR FUENTEALBA (IZQUIERDA) CON EL INTENDENTE DE LOS RÍOS.

**20 minutos** demoran en promedio los viajes que realiza Fuentealba por el río Bueno, aunque también llega hasta La Barra.

**4 años** lleva ligado Víctor Fuentealba al rubro turístico en las aguas del río Bueno, en el sector de Trumao.

lo desarrolla íntegramente en el puerto que se encuentra en el sector de La Unión, donde hay instalaciones adecuadas para trasladar a pasajeros venidos desde todo de la ribera norte, pero también de la provincia de Osorno.

"Actualmente Trumao es conocido sólo por el área que pertenece a La Unión, donde el municipio se ha preocupado de mantener de muy buena manera el puerto mismo, los

accesos a él por una carretera pavimentada y por otras iniciativas turísticas que se desarrollan en el lugar de forma periódica. Incluso, cuentan con un área de picnic donde la gente puede instalarse y hay un buen número de emprendedores".

**VIAJES DE 20 MINUTOS**  
Dentro de los atributos que llevan a que Fuentealba fuera reconocido se encuentra el he-



EL ALCALDE DE MAR OFRECE VIAJES CORTOS PARA TURISTAS, PERO TAMBIÉN A LA BARRA, A 65 KM. DE TRUMAO.

cho de que realiza un trabajo permanente en la zona, donde recorre el río Bueno en viajes de 20 minutos de duración, donde este alcalde de mar destaca aspectos del paisaje y aprovecha de contar la historia del lugar y su rico pasado como centro de carga y descarga de materiales, además de su historia ferroviaria.

"El pasajero sube por la ribera norte del río (Región de Los Ríos) y se baja por la ribera sur, que está ubicada en Los Lagos. Además, se entrega un

material visual donde se pueden ver las antiguas construcciones de la zona y donde era usual que arribaran inmigrantes europeos.

Igualmente, Víctor Fuentealba indica que en viajes especiales se pueden desarrollar recorridos más largos que incluso llegan hasta la desembocadura del Bueno en el Océano Pacífico, lugar conocido como La Barra (a 65 km. por el río desde Trumao).

Reconoce que todo ha sido el resultado de un trabajo me-

tódico y del empuje que le ha dado a la actividad de manera individual.

El director regional de Sernatur Los Ríos, Pedro Burgos, indicó que "Fuentealba toda su vida ha estado ligado a Trumao, por lo que ha sido para muy natural dedicarse a la actividad turística, todo con el fin de que los visitantes disfruten de la belleza y naturaleza que otorga la navegación por el río Bueno hasta el sector de La Barra, donde es posible observar la avifauna".



## Presentan Política e Imagen Marca de Turismo 2015-2025

Recientemente se hizo el lanzamiento de la Política Regional de Turismo a través de la cual se potenciará la zona por medio de la imagen icónica de un Chucaco.



Acción de Futuro

El Chucaco, ave endémica característica de la selva y bosques de la zona sur, muy ligado a la mitología Chilota, se transformó en la nueva imagen que representará al turismo de la región de Los Lagos.

Esta imagen icónica acompañada por colores que representan la riqueza de experiencias que se pueden vivir en la zona, y el slogan "Los Lagos Patagonia Chile" en su base, se transforma en la nueva marca de la región.

Este producto, liderado por el Gobierno Regional, fue fruto de un largo proceso participativo, a través del cual se entregaron visiones tanto del mundo público, como privado para potenciar el turismo en la región.

Así quedó de manifiesto en el lanzamiento de la Política Regional de Turismo e Imagen Región, realizado en la Intendencia Regional en Puerto Montt, el cual estuvo liderado por el intendente Leonardo de la Prada.

Al respecto la autoridad regional sostuvo que el Gobierno Regional escuchó a los diferentes agentes y partes involucradas, lo que hizo posible un inedito documento. "El turismo se ha puesto mucho más exigente, se está diversificando y especializando, por ello tenemos que dar una respuesta satisfactoria a esa demanda. Tenemos sectores desarrollados y consolidados, como Puerto Varas, Frutillar, pero hay otros a desarrollar, como el Camino Real, las zonas arqueológicas, el turismo de deportes extremos, etc. Todos juntos tenemos que hacer que esta maravilla de región que tenemos, se desarrolle", sostuvo De la Prada en la ceremonia donde asistieron más de 200 personas de toda la región.

**ELECCIÓN DEL CHUCACO**  
La construcción de la Primera Política Regional de Turismo se tradujo en inversión, acciones y estrategias inéditas, para el desarrollo del sector, que busca sumar y crear una alianza como nunca antes, en-

tre el sector público y el privado. Para ello, se eligió una Imagen Marca, que tuvo como resultado un Chucaco. Para llegar a ello se hizo una votación durante una semana en el sitio <http://encuestas.gorelloslagos.cl/>, en donde el Chucaco enfrentó a otras dos imágenes que también buscaban representar a la región. Luego de una participación de 1.286 personas, la elección se inclinó a favor de la característica ave del sur.

Esta nueva Imagen Marca del Chucaco está eminentemente ligada con nuestra cultura e identidad regional. Su imagen y lo que se inserta en ésta a partir del diseño, contiene los valores como son el respeto a nuestra cultura y la interculturalidad contenida en este territorio incrustado en la Patagonia; valorar la naturaleza y ponerla al centro del quehacer; el rescate de los relatos de antaño, enraizados en la cultura como parte de la riqueza del patrimonio local; la sustentabilidad como un camino de desarrollo de la actividad turística,

entre otros conceptos.

**CINCO DESTINOS**  
Respecto de la estrategia propiamente tal, también implicó un proceso altamente participativo, ya que desde un principio, se buscó involucrar a todos los actores del sector. Esta alta participación se tradujo en la movilización de casi 1.800 personas a través de talleres, entrevistas, encuestas, paneles de expertos, comisiones, seminarios, entre otros.

Este trabajo se ha reflejado en una visión construida mancomunada y en la identificación conjunta de los ejes estructurantes de la política: Capital Humano, Cultura y Patrimonio, Destinos Turísticos, Medio Ambiente, Promoción y Gobernanza. Todos ellos con criterios de sustentabilidad, porque ese es el eje conductor de la Política Regional de Turismo.

Las metas que busca alcanzar esta Política de Turismo dentro de la próxima década son: aumentar la inversión pública en turismo en un 150% incrementar en un 30%

las ventas de las actividades vinculadas al turismo; subir en un 65% el empleo en las actividades vinculadas a éste; mejorar la llegada de turistas en un 90%; hacer crecer la tasa de ocupabilidad al 50% y aumentar la tasa de pernoctación a 2,5 días.

Para conseguirlos, se han definido ocho programas, 22 iniciativas preliminares y siete iniciativas piloto, que se dirigen a reob-

servar las principales brechas detectadas en el sector, para poder impulsar el turismo como una de las principales actividades económicas y de desarrollo de la Región.

Estos programas e iniciativas se pondrán en marcha en cinco destinos definidos: "De Corralcillo a Mar"; "Lagos Llanquihue y Todos los Santos"; "Puerto Montt Cultural y Arqueológico"; "Patagonia Verde"; y "Chiloé".



Publicación La Estrella de Chiloé

Actualidad

LA ESTRELLA | DOMINGO 4 DE OCTUBRE DE 2015 7

# El arte musical y escénico se toma el Día del Hospital

• Nelson Soto Asencio y Ricardo Mundaca Izquierdo

Con diversas actividades en la provincia se celebró recientemente el Día del Hospital. En Ancud, como se ha vivido hace cuatro décadas, el Orfeón Instrumental El Despertar acompañó la iniciativa. Los miembros de la agrupación musical partieron interpretando el Himno Nacional acompañados de un centenar de funcionarios del San Carlos. Una tradición que los trabajadores de la salud valoran mucho, ya que recuerdan a quienes ya no están y renuevan su compromiso con la atención pública.

Tras el acto en las afueras del recinto los miembros del orfeón ingresaron al edificio entonando com-

## En Ancud, el Orfeón El Despertar cumplió con tradición de 40 años.

pasos que llenaron de música los pasillos.

"Es una tradición de más o menos 40 años, quizás más. Cuando ingresé al grupo en 1969, recuerdo que ya vine al hospital a esta presentación, cuando obviamente el hospital era más chico", aclaró Guillermo Pérez, presidente de la organización.

Agregó que "siempre se hace un paseo por los pasillos que puede parecer contra la norma, pero esto no afecta a los enfermos. Al contrario, traemos un ratito de alegría, porque la música también es un medio de sanación".

Este despliegue fue valo-

rado por la directora (s) del nosocomio ancuditano, Huguette Urbina, destacando que es una actividad que todo el mundo espera durante el Día del Hospital. "Ingresan por los pasillos del hospital, principalmente por las áreas administrativas, y los funcionarios siguen al orfeón. Es algo bonito", dijo.

Por su parte, en Quellón también se celebró este día con reconocimientos a los funcionarios y un número artístico a cargo del mismo personal.

El director del hospital, Carlos Zapata, manifestó que esta celebración "nos encuentra en muy buen pie, la verdad es que somos un



LA AGRUPACIÓN ANCUDITANA INGRESA AL RECINTO BAJO EL APLAUSO DE LOS FUNCIONARIOS. RICARDO MUNDACA

establecimiento que ha demostrado estos últimos años un crecimiento exponencial, que destaca a nivel provincial, y yo diría también a nivel regional y país. Somos un hospital que tras el movimiento social del 2013, la comunidad nos ha puesto una tarea difícil, de avanzar, de desarrollarnos y de estar a la altura de las expectativas de la comunidad".



EL PERSONAL REALIZÓ UN ACTO EN QUELLÓN.



## Presentan Política e Imagen Marca de Turismo 2015-2025

Recientemente se hizo el lanzamiento de la Política Regional de Turismo a través de la cual se potenciará la zona por medio de la imagen icónica de un Chucaco.



El Chucaco, ave endémica característica de la selva y bosques de la zona sur, muy ligado a la mitología Chilota, se transformó en la nueva imagen que representará al turismo de la Región de Los Lagos.

Esta imagen icónica acompañada por colores que representan la riqueza de experiencias que se pueden vivir en la zona, y el eslogan "Los Lagos Patagonia Chile" en su base, se transforma en la nueva marca de la región.

Este producto liderado por el Gobierno Regional fue fruto de un largo proceso participativo, a través del cual se entregaron visiones tanto del mundo público, como privado para potenciar el turismo en la región.

Así quedó de manifiesto en el lanzamiento de la Política Regional de Turismo e Imagen Región, realizado en la Intendencia Regional en Puerto Montt, el cual estuvo liderado por el intendente Leonor de la Prida.

Al respecto la autoridad regio-

nal sostuvo que el Gobierno Regional escuchó a los diferentes agentes y partes involucradas, lo que hizo posible un inédito documento.

"El turismo se ha puesto mucho más exigente, se está diversificando y especializando, por ello tenemos que dar una respuesta satisfactoria a esa demanda. Tenemos sectores desarrollados y consolidados, como Puerto Varas, Frutillar, pero hay otros a desarrollar, como el Camino Real, las zonas arqueológicas, el turismo de deportes extremos, etc. Todos juntos tenemos que hacer que esta maravilla de región que tenemos, se desarrolle", sostuvo De la Prida en la ceremonia donde asistieron más de 200 personas de toda la región.

### ELECCIÓN DEL CHUCAO

La construcción de la Primera Política Regional de Turismo se traduce en inversión, acciones y estrategias inéditas, para el desarrollo del sector, que busca sumar y crear una alianza como nunca antes, entre el sector público y el privado.

Para ello, se eligió una Imagen Marca, que tuvo como resultado un Chucaco. Para llegar a ello se hizo una votación durante una semana en el sitio <http://encuestas.gorelloslagos.cl/>, en donde el Chucaco enfrentó a otras dos imágenes que también buscaban representar a la región. Luego de una participación de 1.286 personas, la elección se inclinó a favor de la característica ave del sur.

Esta nueva Imagen Marca del Chucaco está eminentemente ligada con nuestra cultura e identidad regional. Su imagen y lo que se inserta en ésta a partir del diseño, contiene los valores como son el respeto a nuestra cultura y la interculturalidad contenida en este territorio incrustado en la Patagonia; valorar la naturaleza y ponerla al centro del quehacer; el rescate de los relatos de antaño, enraizados en la cultura como parte de la riqueza del patrimonio local; la sustentabilidad como un camino de desarrollo de la actividad turística, entre otros conceptos.

### CINCO DESTINOS

Respecto de la estrategia propiamente tal, también implicó un proceso altamente participativo, ya que desde un principio, se buscó involucrar a todos los actores del sector. Esta alta participación se tradujo en la movilización de casi 1.800 personas a través de talleres, entrevistas, encuestas, paneles de expertos, comisiones, seminarios, entre otros.

Este trabajo se ha reflejado en una visión construida mancomunada y en la identificación conjunta de los ejes estructurantes de la política: Capital Humano, Cultura y Patrimonio, Destinos Turísticos, Medio ambiente, Promoción y Gobernanza. Todos ellos con criterios de sustentabilidad, porque ese es el eje conductor de la Política Regional de Turismo.

Las metas que busca alcanzar esta Política de Turismo dentro de la próxima década son: aumentar la inversión pública en turismo en un 150%; incrementar en un 35% las ventas de las actividades vincu-

lada al turismo; subir en un 65% el empleo en las actividades vinculadas a éste; mejorar la llegada de turistas en un 90%; hacer crecer la tasa de ocupabilidad al 50% y aumentar la tasa de pernoctación a 2,5 días.

Para conseguirlos, se han definido ocho programas, 22 iniciativas preliminares y siete iniciativas piloto, que se dirigen a reducir las principales bre-

chas detectadas en el sector, para poder impulsar el turismo como una de las principales actividades económicas y de desarrollo de la Región.

Estos programas e iniciativas se pondrán en marcha en el territorio en cinco destinos definidos: "De Cordillera a Mar"; "Lagos Llanquihue y Todos Los Santos"; "Puerto Montt Cultural y Arqueológico"; "Patagonia Verde" y "Chiloé".



**Redes Sociales:** Se realizarán esfuerzos tendientes a insertar al menos 6 notas relevantes al lanzamiento de la Política de Turismo, la nueva marca del destino en páginas tales como; Sernatur nacional y regional, Prochile, Consejo de cultura, patrimonio MOP, Indap, Corfo, GORE, Intendencia, sitios web municipales, etc.



Asimismo, para la difusión de la marca se ha realizado diversas **entrevistas** en radio y televisión a personas relevantes como al Intendente de la Región, Sr. Leonardo de la Prida Sanhueza, el Gobernador de la provincia de Osorno, Sr. Gustavo Salvo Pereira, o el encargado provincial de Sernatur Carlos Acevedo.

**Entrevistas Intendente de la Región de Los Lagos, Sr. Leonardo de la Prida Sanhueza**

Diario el Llanquihue, periodista a cargo Mirta Vega

Vértice Tv., periodista a cargo, Juan Osvaldo Mora.



## PRESENTACIÓN DE LA MARCA EN LA JORNADA DE LANZAMIENTO

El 28 de septiembre tuvo lugar la jornada de lanzamiento de la Política Regional de Turismo. En esta jornada se presentó públicamente, por primera vez, la nueva imagen de la región a través de un video, presentado por Mario Cárdenas el diseñador de la imagen, y que explicaba el proceso de construcción de la imagen-marca de la región:

1. Evolución del proceso de construcción en base a elementos identitarios regionales.
2. Evolución del proceso de construcción en base a los talleres, paneles e instancias participativas logradas.
3. Resumen cuantitativo (cifras) de participación de agentes relevantes en la construcción de la marca.
4. Insights y elementos regionales considerados en la construcción de la marca definitiva.
5. Ejemplos de usos de la marca en distintos soportes.
6. Desafíos de la marca en el contexto de la Política de Turismo y el Plan de Marketing desarrollados.

### PROCESO CONCEPTUALIZACION

**Geometría**  
- Cosmovisión étnica  
- Áureo  
- Espiritual  
- Racional  
- Físico (terrenal)  
- Prosperidad



**Origen**  
- Pueblos originarios  
- Cosmología mapuche  
- Triangular  
- Artesanía  
- Textil



**Chuco**  
- Fauna silvestre  
- Endémico  
- Sur de Chile  
- Libertad  
- Curiosidad  
- Mitología

**Naturaleza prístina**  
- Emoción  
- Singular  
- Explorar  
- Descubrir  
- Conexión



**Bosque**  
- Bosque templado  
- Reservas naturales  
- Pureza  
- Sustentabilidad

**Círculo**  
- Fuego  
- Calidez  
- Abrigo  
- Luna  
- Sol  
- Vida  
- Fértil



**Volcán y montañas**  
- Aventura  
- Turismo  
- Deportes  
- Actividad  
- Omnipresencia

**Cielo**  
- Sueños  
- Transparencia  
- Aire puro  
- Techo



**Isla**  
- Cultura  
- Experiencia  
- Raíces  
- Austral  
- Preservación



**Tejas**  
- Patrimonio  
- Arquitectura  
- Origen  
- Rústico  
- Calidez  
- Refugio



**Aguas**  
- Tranquilidad  
- Fuerza  
- Recursos  
- Renovables  
- Energía  
- Fluvial

La jornada de lanzamiento tuvo un importante eco en los medios de comunicación, donde se difundió también la imagen-marca regional.

<http://www.tvinet.cl/>  
[https://www.youtube.com/watch?v=Hbdi4Xaf\\_0c](https://www.youtube.com/watch?v=Hbdi4Xaf_0c)  
<http://www.australosorno.cl/impresad/2015/10/02/full/cuerpo-principal/8/>  
<http://www.biobiochile.cl/2015/09/29/politica-de-turismo-busca-aumentar-empleos-e-inversion-para-los-proximos-anos-en-los-lagos.shtml>  
<http://www.elhuelmul.cl/2015/09/28/region-de-los-lagos-lanza-oficialmente-su-politica-e-imagen-marca-de-turismo/>  
<http://www.ellanquihue.cl/impresad/2015/09/29/full/cuerpo-principal/8/>  
<http://www.soychile.cl/Puerto-Montt/Economia-y-Negocios/2015/09/28/348826/Region-de-Los-Lagos-lanza-su-Politica-e-Imagen-Marca-de-Turismo.aspx>  
<http://www.paislobo.cl/2015/09/region-de-los-lagos-lanza-oficialmente.html>  
<http://www.australosorno.cl/impresad/2015/10/03/full/cuerpo-principal/23/>  
<http://www.ellanquihue.cl/impresad/2015/10/01/full/cuerpo-principal/8/>  
<http://www.biobiochile.cl/2015/09/30/osorno-buscara-potenciar-a-empresarios-tras-conocer-politica-de-turismo-para-los-lagos.shtml>  
<http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/726-region-de-los-lagos-lanza-oficialmente-su-politica-e-imagen-marca-de-turismo.html>  
<http://www.chilemagazine.cl/region-de-los-lagos-lanza-oficialmente-su-politica-e-imagen-marca-de-turismo/>  
<http://www.interior.gob.cl/noticias-regionales/2015/09/30/region-de-los-lagos-lanza-oficialmente-su-politica-e-imagen-marca-de-turismo/>  
<http://www.sernatur.cl/noticias/region-de-los-lagos-lanza-oficialmente-su-politica-e-imagen-marca-de-turismo>  
<http://www.ellanquihue.cl/impresad/2015/10/04/full/cuerpo-principal/26/>  
<http://www.australosorno.cl/impresad/2015/10/04/full/cuerpo-principal/5/>  
<http://www.laestrellachiloe.cl/impresad/2015/10/04/full/cuerpo-principal/7/>  
[http://www.expreso.info/noticias/internacional/48319\\_la\\_chilena\\_region\\_de\\_los\\_lagos\\_lanza\\_marca\\_de\\_turismo](http://www.expreso.info/noticias/internacional/48319_la_chilena_region_de_los_lagos_lanza_marca_de_turismo)

## ANEXO - CLIPING DE MEDIOS

Medio	Fecha	Tipo Medio	Tema
Radio Bio Bio	6 sept.	Online	El chucao protagoniza nueva imagen turística de la región de Los Lagos
Radio Bio Bio	6 sept.	radio	El chucao protagoniza nueva imagen turística de la región de Los Lagos
patagonianoticias.cl	4 sept.	Online	Región de los Lagos elige su nueva imagen turística para posicionarse a escala nacional e internacional
El Llanquihue	4 sept.	Impresa	Región de los Lagos elige nueva imagen turística para posicionarse en el mundo
www.ellanquihue.cl	4 sept.	Online	Región de los Lagos elige nueva imagen turística para posicionarse en el mundo
elrepuerto.cl	4 sept.	Online	Región de Los Lagos elige su nueva Imagen Turística
Redloslagos.com	4 sept.	Online	Los Lagos elige nueva Imagen Turística para posicionarse nacional e internacionalmente
elvacanudo.cl	4 sept.	Online	Esta es la nueva imagen de la Región de Los Lagos
Soypuertomontt.cl	3 sept.	Online	Con nueva imagen turística Los Lagos buscará posicionarse en Chile y el extranjero
chilemagazine.cl	3 sept.	Online	Con nueva imagen turística Los Lagos buscará posicionarse en Chile y el extranjero
patagonianoticias.cl	27 agosto	Online	Política de turismo región de los Lagos fue aprobada por el core y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa
Elvacanudo.cl	27 agosto	online	Conoce y vota por la nueva imagen representativa de la Región de Los Lagos
Elheraldoaustral.cl	26 agosto	Online	Política de turismo región de los Lagos fue aprobada por el core y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa
Elhuemul.cl	26 agosto	Online	Comunidad ya puede elegir la imagen representativa para el turismo regional
www.ellanquihue.cl	26 agosto	Online	Delineando metas a través del turismo
El Llanquihue	26 agosto	Impresa	Delineando metas a través del turismo
Chilemagazine.cl	25 agosto	Online	Política de Turismo Región de Los Lagos fue aprobada por el CORE y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa
Puertomonttonline.cl	25 agosto	online	Política de Turismo Región de Los Lagos fue aprobada por el CORE y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa
Ellanquihue.cl	25 agosto	Online	Política regional de Turismo aumentará inversión pública

<b>El Llanquihue</b>	25 agosto	impresa	Política regional de Turismo aumentará inversión pública
<b>elrepuerto.cl</b>	25 agosto	online	¿Quieres decidir qué imagen nos va a representar? Invitan a votar para elegir la Imagen Región de Los Lagos creación de nueva imagen/marca de la Región
<b>ElLlanquihue.cl</b>	17 agosto	online	Política Regional de Turismo
<b>El Llanquihue</b>	17 agosto	impresa	Política Regional de Turismo
<b>Chilemagazine.cl</b>	17 agosto	online	Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos
<b>Elvacanudo.cl</b>	15 agosto	online	Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos
<b>Soypuertomontt.cl</b>	14 agosto	online	Destacaron que la futura Política Regional de Turismo aportará a la descentralización
<b>Paislobo.cl</b>	14 agosto	online	Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos
<b>Patagonianoticias.cl</b>	14 agosto	online	Política regional de turismo fue presentada ante comité de gestión y comisión turismo del core Los Lagos
<b>osomonoticias.cl</b>	30 julio	online	Opinión : En búsqueda de la Política Regional de Turismo e Imagen
<b>semanariolocal.cl</b>	29 julio	online	Opinión : En búsqueda de la Política Regional de Turismo e Imagen
<b>Chiloenoticias.cl</b>	28 julio	online	Analizan los avances de la política regional de turismo en mesa público – privada

<b>1. Nota</b>	<b>El chucao protagoniza nueva imagen turística de la región de Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<b>Biobio.cl</b>
<b>Fecha</b>	6 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.biobiochile.cl/2015/09/06/el-chucao-protagoniza-nueva-imagen-turistica-de-la-region-de-los-lagos.shtml">http://www.biobiochile.cl/2015/09/06/el-chucao-protagoniza-nueva-imagen-turistica-de-la-region-de-los-lagos.shtml</a>
<b>Respaldo</b>	 <p><b>El chucao protagoniza nueva imagen turística de la región de Los Lagos</b></p> <p>203 12 25 0 0 390 Visitas</p> <p>Publicado por Daniel Medina   La información es de Armando Hernández</p> <p>Una nueva imagen para la región de Los Lagos se oficializó en materia de turismo ya que en una votación en línea se eligió al chucao, ave endémica que proyectará a la zona en el país y el mundo para aumentar el flujo de turistas en diferentes épocas del año.</p>

<b>2. Nota</b>	<b>El chucao protagoniza nueva imagen turística de la región de Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<b>Radio Bio Bio</b>
<b>Fecha</b>	6 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	
<b>Respaldo</b>	 <p><b>El chucao protagoniza nueva imagen turística de la región de Los Lagos</b></p> <p>203 12 25 0 0 390 Visitas</p> <p>Publicado por Daniel Medina   La información es de Armando Hernández</p> <p>Una nueva imagen para la región de Los Lagos se oficializó en materia de turismo ya que en una votación en línea se eligió al chucao, ave endémica que proyectará a la zona en el país y el mundo para aumentar el flujo de turistas en diferentes épocas del año.</p>

<b>3.</b>	Región de los Lagos elige su nueva imagen turística para posicionarse a escala nacional e internacional
<b>Medio</b>	Patagonianoticias.cl
<b>Fecha</b>	4 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/724-region-de-los-lagos-elige-su-nueva-imagen-turistica-para-posicionarse-a-escala-nacional-e-internacional.html">http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/724-region-de-los-lagos-elige-su-nueva-imagen-turistica-para-posicionarse-a-escala-nacional-e-internacional.html</a>
<b>Respaldo</b>	 <p><b>REGIÓN DE LOS LAGOS ELIGE SU NUEVA IMAGEN TURÍSTICA PARA POSICIONARSE A ESCALA NACIONAL E INTERNACIONAL</b></p> <p>Un total de mil 286 personas votaron a través de internet por la llamativa imagen basada en el Chucao, especie de ave endémica del sur Chile, que además posee historia y relato vinculado a la mitología Chilota.</p> <p>El proceso liderado por el GORE Los Lagos, se enmarca en la construcción de la Primera Política Regional de Turismo, la cual se traduce en inversión, acciones y estrategias alineadas de manera inédita, en pos del desarrollo del sector, una especie de plan maestro, que busca sumar y crear una alianza como nunca antes, entre públicos y privados.</p>

<b>4. Nota</b>	Región de los Lagos elige nueva imagen turística para posicionarse en el mundo
<b>Medio</b>	El Llanquihue
<b>Fecha</b>	4 septiembre 2015
<b>Página</b>	4
<b>Respaldo</b>	 <p><b>Región de Los Lagos elige nueva Imagen Turística para posicionarse en el mundo</b></p> <p><b>ELECCIÓN.</b> Un total de mil 286 personas votaron a través de internet por el llamativo icono basado en el Chucao, especie de ave endémica del sur Chile.</p> <p>El Chucao, ave endémica del sur Chile, que además posee historia y relato vinculado a la mitología chilota, será la imagen que representará al turismo de la Región de Los Lagos. El reconocido icono sureño, acompañado por colores que representan la riqueza de experiencias que se pueden vivir en la zona, y el eslogan "Los Lagos - Patagonia Chile", se transforman así en la marca de la región, esto, tras un largo proceso participativo, a través del cual se entregaron visiones tanto del mundo público, como privado, para finalmente reflejar en este nuevo símbolo, todo el potencial turístico que existe en la región.</p> <p>Fue una semana de votación en donde el ganador enfrentó a otras dos imágenes. Finalmente, luego de una participación de 1.286 personas en el proceso, la elección se inclinó a favor del ave, con un 57% de las preferencias.</p> <p>Para el Gobierno Regional de Los Lagos, "este resultado tiene un enorme valor, puesto que por un lado deriva de un largo proceso participativo, en donde como pocas veces se vio una alianza público y privada en pos del turismo de la zona, y por otro lado, lo que representará de aquí en adelante, ya que se transformará en la imagen marca de la región, teniendo como objetivo global, ser la punta de lanza en la recientemente aprobada Política de Turismo, que en definitiva fortalecerá el sector por medio de un 'plan maestro', impulsando inversiones, acciones y estrategias alineadas, para posicionar el turismo a escala nacional e internacional.</p>

<b>5. Nota</b>	Región de Los Lagos elige nueva imagen turística para posicionarse en el mundo
<b>Medio</b>	www.ellanquihue.cl
<b>Fecha</b>	4 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.ellanquihue.cl/impresa/2015/09/04/full/cuerpo-principal/4/?utm_source=pagina&amp;utm_campaign=soychile&amp;utm_medium=5">http://www.ellanquihue.cl/impresa/2015/09/04/full/cuerpo-principal/4/?utm_source=pagina&amp;utm_campaign=soychile&amp;utm_medium=5</a>
<b>Respaldo</b>	<h2>Región de Los Lagos elige nueva Imagen Turística para posicionarse en el mundo</h2> <p><b>ELECCIÓN.</b> Un total de mil 286 personas votaron a través de internet por el llamativo ícono basado en el Chucao, especie de ave endémica del sur Chile.</p> <p><b>E</b>l Chucao, ave endémica del sur Chile, que además posee historia y relato vinculado a la mitología chilota, será la imagen que representará al turismo de la Región de Los Lagos. El reconocido ícono sureño, acompañado por colores que representan la riqueza de experiencias que se pueden vivir en la zona, y el eslogan "Los Lagos - Patagonia Chile", se transforman así en la marca de la región, esto, tras un largo proceso participativo, a través del cual se entregaron visiones tanto del mundo público, como privado, para finalmente reflejar en este nuevo símbolo, todo el potencial turístico que existe en la región.</p> <p>Fue una semana de votación en donde el ganador enfrentó a otras dos imágenes. Finalmente, luego de una participación de 1.286 personas en el proceso, la elección se inclinó a favor del ave, con un 57% de las preferencias.</p> <p>Para el Gobierno Regional de Los Lagos, "este resultado tiene un enorme valor, puesto que por un lado deriva de un largo proceso participativo, en donde como pocas veces se vio una alianza público y privada en pos del turismo de la zona, y por otro lado, lo que representará de aquí en adelante, ya que se transformará en la imagen marca de la región, teniendo como objetivo global, ser la punta de lanza en la recientemente aprobada Política de Turismo, que en definitiva fortalecerá el sector por medio de un 'plan maestro', impulsando inversiones, acciones y estrategias alineadas, para posicionar el turismo a escala nacional e internacional.</p>

<b>6. Nota</b>	Región de Los Lagos elige su nueva Imagen Turística
<b>Medio</b>	elrepuertero.cl
<b>Fecha</b>	4 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.elrepuertero.cl/noticia/economia/region-de-los-lagos-elige-su-nueva-imagen-turistica">http://www.elrepuertero.cl/noticia/economia/region-de-los-lagos-elige-su-nueva-imagen-turistica</a>
<b>Respaldo</b>	<h2>Región de Los Lagos elige su nueva Imagen Turística</h2> <p>Un total de mil 286 personas votaron a través de internet por la llamativa imagen basada en el Chucao, especie de ave endémica del sur Chile, que además posee historia y relato vinculado a la mitología Chilota.</p> <p>Por Corresponsal El... 04 de Septiembre, 2015 00:09 441 Lecturas Comentar</p> <p>El Chucao, ave endémica del sur Chile, que además posee historia y relato vinculado a la mitología Chilota, será la imagen que representará al turismo de la Región de Los Lagos. El reconocido ícono sureño, acompañado por colores que representan la riqueza de experiencias que se pueden vivir en la</p> 

<b>7. Nota</b>	<b>Los Lagos elige nueva Imagen Turística para posicionarse nacional e internacionalmente</b>
<b>Medio</b>	<b>Redloslagos.com</b>
<b>Fecha</b>	4 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://redloslagos.com/los-lagos-elige-nueva-imagen-turistica-para-posicionarse-nacional-e-internacionalmente/">http://redloslagos.com/los-lagos-elige-nueva-imagen-turistica-para-posicionarse-nacional-e-internacionalmente/</a>
<b>Respaldo</b>	

<b>8. Nota</b>	<b>Esta es la nueva imagen de la Región de Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<b>elvacanudol.cl</b>
<b>Fecha</b>	4 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.elvacanudo.cl/noticia/sociedad/esta-es-la-nueva-imagen-de-la-region-de-los-lagos">http://www.elvacanudo.cl/noticia/sociedad/esta-es-la-nueva-imagen-de-la-region-de-los-lagos</a>
<b>Respaldo</b>	

<b>9. Nota</b>	Con nueva imagen turística Los Lagos buscará posicionarse en Chile y el extranjero
<b>Medio</b>	soypuertomontt.cl
<b>Fecha</b>	3 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.soychile.cl/Puerto-Montt/Sociedad/2015/09/03/344096/Con-nueva-imagen-turistica-Los-Lagos-buscara-posicionarse-en-Chile-y-el-extranjero.aspx">http://www.soychile.cl/Puerto-Montt/Sociedad/2015/09/03/344096/Con-nueva-imagen-turistica-Los-Lagos-buscara-posicionarse-en-Chile-y-el-extranjero.aspx</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Con nueva imagen turística Los Lagos buscará posicionarse en Chile y el extranjero</b></p> <p>03.09.2015 En una votación en línea, se impuso la figura del chuca, ave endémica, ligada a la cultura de Chiloé y que cuenta con colorido acorde a otros elementos destacados de la región.</p>

<b>10. Nota</b>	Con nueva imagen turística Los Lagos buscará posicionarse en Chile y el extranjero
<b>Medio</b>	Chilemagazine.cl
<b>Fecha</b>	3 septiembre 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.chilemagazine.cl/region-de-los-lagos-elige-su-nueva-imagen-turistica-para-posicionarse-a-escala-nacional-e-internacional/">http://www.chilemagazine.cl/region-de-los-lagos-elige-su-nueva-imagen-turistica-para-posicionarse-a-escala-nacional-e-internacional/</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Región de Los Lagos elige su nueva Imagen Turística para posicionarse a escala nacional e internacional</b></p> <p>septiembre 3rd, 2015   by Patricio Navarro</p> <p>AGRICULTURA</p>  <p><b>Los Lagos</b></p> <p>- Un total de mil 286 personas votaron a través de internet por la llamativa imagen basada en el Chucao, especie de ave endémica del sur Chile, que además posee historia y relato vinculado a la mitología Chilota.</p>

<b>11. Nota</b>	<b>Política de turismo región de los Lagos fue aprobada por el core y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa</b>
<b>Medio</b>	<b>Patagonianoticias.cl</b>
<b>Fecha</b>	27 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/723-politica-de-turismo-region-de-los-lagos-fue-aprobada-por-el-core-y-la-comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa.html">http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/723-politica-de-turismo-region-de-los-lagos-fue-aprobada-por-el-core-y-la-comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa.html</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>POLÍTICA DE TURISMO REGIÓN DE LOS LAGOS FUE APROBADA POR EL CORE Y LA COMUNIDAD YA PUEDE ELEGIR LA IMAGEN REPRESENTATIVA</b></p> <p> <a href="#">Twitter</a> 0         <a href="#">in Share</a> <a href="#">Me gusta</a> 0         <a href="#">Compartir</a> 0       </p>  <p>- El pleno de los Consejeros Regionales de Los Lagos y el Intendente (s) Juan Carlos Gallardo, reunidos en la comuna de San Pablo, aprobó los resultados alcanzados por el proyecto liderado por el GORE, y sus alcances servirán como carta de navegación estratégica en turismo, tanto para el mundo público como privado.</p> <p>- Junto a la aprobación de la Política, se concluyeron tres opciones de imagen marca que buscan representar a la Región, a través de un proceso abierto de votación. Las 3 imágenes icónicas están esperando los votos de la comunidad en la página</p> <p><a href="http://encuesta.goreloslagos.cl/">http://encuesta.goreloslagos.cl/</a></p>

<b>12. Nota</b>	<b>Conoce y vota por la nueva imagen representativa de la Región de Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<b>Elvacanudo.cl</b>
<b>Fecha</b>	27 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.elvacanudo.cl/noticia/sociedad/conoce-y-vota-por-la-nueva-imagen-representativa-de-la-region-de-los-lagos">http://www.elvacanudo.cl/noticia/sociedad/conoce-y-vota-por-la-nueva-imagen-representativa-de-la-region-de-los-lagos</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Conoce y vota por la nueva imagen representativa de la Región de Los Lagos</b></p> <p>Junto a la aprobación de la Política, se concluyeron tres opciones de imagen marca que buscan representar a la Región, a través de un proceso abierto de votación.</p> <p>          Por Corresponsal El... 27 de Agosto, 2015 01:00          790 Lecturas <a href="#">Comen</a> </p> <p>Quinientas personas movilizadas; 114 entrevistas; 10 talleres; 3 paneles de expertos; un seminario internacional y un largo proceso de análisis técnico y participativo, realizado tanto por representantes del mundo público, como del privado. Son sólo parte de las cifras que llevó al equipo del GORE a presentar sólidos resultados en el marco del Proyecto Política e Imagen Turismo Región de Los Lagos, ante el</p> 

<b>13. Nota</b>	<b>Política de turismo región de los Lagos fue aprobada por el core y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa</b>
<b>Medio</b>	eha.cl
<b>Fecha</b>	26 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://eha.cl/2015/08/politica-de-turismo-region-de-los-lagos-fue-aprobada-por-el-core-y-la-comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa/">http://eha.cl/2015/08/politica-de-turismo-region-de-los-lagos-fue-aprobada-por-el-core-y-la-comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa/</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>POLÍTICA DE TURISMO REGIÓN DE LOS LAGOS FUE APROBADA POR EL CORE Y LA COMUNIDAD YA PUEDE ELEGIR LA IMAGEN REPRESENTATIVA</b></p> <p>AGO 26, 2015 EN LOCAL   0 COMENTARIOS</p> <p>• Junto a la aprobación de la Política, se concluyeron tres opciones de imagen marca que buscan representar a la Región, a través de un proceso abierto de votación. Las 3 imágenes icónicas están esperando los votos de la comunidad en la página <a href="http://encuesta.gorelосlagos.cl/">http://encuesta.gorelосlagos.cl/</a></p>

<b>14. Nota</b>	<b>Comunidad ya puede elegir la imagen representativa para el turismo regional</b>
<b>Medio</b>	Elhuemul.cl
<b>Fecha</b>	26 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.elhuemul.cl/2015/08/26/comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa-para-el-turismo-regional/">http://www.elhuemul.cl/2015/08/26/comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa-para-el-turismo-regional/</a>
<b>Respaldo</b>	 <p><b>Comunidad ya puede elegir la imagen representativa para el turismo regional</b></p>

<b>15. Nota</b>	<b>Delineando metas a través del turismo</b>
<b>Medio</b>	<a href="http://www.ellanquihue.cl">www.ellanquihue.cl</a>
<b>Fecha</b>	26 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.ellanquihue.cl/impresa/2015/08/26/full/cuerpo-">http://www.ellanquihue.cl/impresa/2015/08/26/full/cuerpo-</a>
<b>Respaldo</b>	<p>Editorial</p> <h2>Delineando metas a través del turismo</h2> <p>La de Los Lagos -por su potencial turístico- debería marcar derrotero en esta industria en las regiones del territorio.</p> <p><b>S</b>iendo la nuestra una región de hechuras y neto destino turístico -por la maravillosa naturaleza incontaminada que la adorna y por la generosa riqueza de su pasado histórico y tradiciones culturales-, ya era tiempo de que tan trascendentales potencialidades fuesen tomadas verdaderamente en serio, adaptándolas a un marco dotado de los instrumentos re-</p>

<b>16. Nota</b>	<b>Delineando metas a través del turismo</b>
<b>Medio</b>	<b>El Llanquihue</b>
<b>Fecha</b>	26 agosto 2015
<b>Página</b>	8
<b>Respaldo</b>	<p>Editorial</p> <h2>Delineando metas a través del turismo</h2> <p>La de Los Lagos -por su potencial turístico- debería marcar derrotero en esta industria en las regiones del territorio.</p> <p><b>S</b>iendo la nuestra una región de hechuras y neto destino turístico -por la maravillosa naturaleza incontaminada que la adorna y por la generosa riqueza de su pasado histórico y tradiciones culturales-, ya era tiempo de que tan trascendentales potencialidades fuesen tomadas verdaderamente en serio, adaptándolas a un marco dotado de los instrumentos re-</p>

<b>17. Nota</b>	<b>Política de Turismo Región de Los Lagos fue aprobada por el CORE y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa</b>
<b>Medio</b>	Chilemagazine.cl
<b>Fecha</b>	25 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.chilemagazine.cl/politica-de-turismo-region-de-los-lagos-fue-aprobada-por-el-core-y-la-comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa/">http://www.chilemagazine.cl/politica-de-turismo-region-de-los-lagos-fue-aprobada-por-el-core-y-la-comunidad-ya-puede-elegir-la-imagen-representativa/</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Política de Turismo Región de Los Lagos fue aprobada por el CORE y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa</b></p> <p>agosto 25th, 2015   by Patricio Navarro</p>  <p>– El pleno de los Consejeros Regionales de Los Lagos y el Intendente (s) Juan Carlos Gallardo, reunidos en la comuna de San Pablo, aprobó los resultados alcanzados por el proyecto liderado por el GORE, y sus alcances servirán como carta de navegación estratégica en turismo, tanto para el mundo público como privado.</p>

<b>18. Nota</b>	<b>Política de Turismo Región de Los Lagos fue aprobada por el CORE y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa</b>
<b>Medio</b>	puertomonttonline.cl
<b>Fecha</b>	25 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.puertomonttonline.cl/~ptomon/?p=27586">http://www.puertomonttonline.cl/~ptomon/?p=27586</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Política de Turismo Región de Los Lagos fue aprobada por el CORE y la comunidad ya puede elegir la imagen representativa</b></p> <p>25 agosto, 2015   Eduardo   Portada, Región   No comments</p>  <p>El pleno de los Consejeros Regionales de Los Lagos y el Intendente (s) Juan Carlos Gallardo, reunidos en la comuna de San Pablo, aprobó los resultados alcanzados por el proyecto liderado por el GORE, y sus alcances servirán como carta de navegación estratégica en turismo, tanto para el mundo público como privado.</p> <p>Junto a la aprobación de la Política, se concluyeron tres opciones de imagen marca que buscan representar a la Región, a través de un proceso abierto de votación. Las 3 imágenes icónicas están esperando los votos de la comunidad en la página <a href="http://encuesta.goreloslagos.cl/">http://encuesta.goreloslagos.cl/</a></p>

<b>19. Nota</b>	<b>Política regional de Turismo aumentará inversión pública</b>
<b>Medio</b>	<a href="http://www.ellanquihue.cl">www.ellanquihue.cl</a>
<b>Fecha</b>	25 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.ellanquihue.cl/impres/2015/08/25/full/cuerpo-principal/2/">http://www.ellanquihue.cl/impres/2015/08/25/full/cuerpo-principal/2/</a>
<b>Respaldo</b>	<p style="text-align: center;"><b>Política Regional de Turismo aumentará inversión pública</b></p> <p><b>DIAGNÓSTICO.</b> <i>El estudio que realizó empresa asesora española llegó a conclusiones concretas con actores</i></p> <p><b>Mirta Vega Barria</b> <i>mirta.vega@diariollanquihue.cl</i></p> <p><b>D</b>esde ayer y hasta el lunes 31 a las 16 horas, el público en general podrá votar los 200 millones de pesos. La política regional de turismo tiene como objetivo orientar la inversión y los diversos esfuerzos públicos y privados en torno al desarrollo turístico de la Región de Los Lagos.</p> <p>50% y la tasa de pernatación en 2,5%. Se establecieron subdistritos: Cordillera y Mar, Cuenca del Lago - Llanquihue y Todos los Santos, Costa Interior (Puerto Montt, Calbuco, Maudslayi).</p> <p>das por Esta mento carácter i bierno deben c cesos d</p>

<b>20. Nota</b>	<b>Política regional de Turismo aumentará inversión pública</b>
<b>Medio</b>	<b>El Llanquihue</b>
<b>Fecha</b>	25 agosto 2015
<b>Página</b>	2
<b>Respaldo</b>	<p style="text-align: center;"><b>Política Regional de Turismo aumentará inversión pública</b></p> <p><b>DIAGNÓSTICO.</b> <i>El estudio que realizó empresa asesora española llegó a conclusiones concretas con actores</i></p> <p><b>Mirta Vega Barria</b> <i>mirta.vega@diariollanquihue.cl</i></p> <p><b>D</b>esde ayer y hasta el lunes 31 a las 16 horas, el público en general podrá votar los 200 millones de pesos. La política regional de turismo tiene como objetivo orientar la inversión y los diversos esfuerzos públicos y privados en torno al desarrollo turístico de la Región de Los Lagos.</p> <p>50% y la tasa de pernatación en 2,5%. Se establecieron subdistritos: Cordillera y Mar, Cuenca del Lago - Llanquihue y Todos los Santos, Costa Interior (Puerto Montt, Calbuco, Maudslayi).</p> <p>das por Esta mento carácter i bierno deben c cesos d</p>

<b>21. Nota</b>	<b>¿Quieres decidir qué imagen nos va a representar? Invitan a votar para elegir la Imagen Región de Los Lagos creación de nueva imagen/marca de la Región</b>
<b>Medio</b>	<b>Elrepuertero.cl</b>
<b>Fecha</b>	25 agosto 2015
<b>Valor</b>	\$400.000
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.elrepuertero.cl/noticia/politica/quieres-decidir-que-imagen-nos-va-representar-invitan-votar-para-elegir-la-imagen-r">http://www.elrepuertero.cl/noticia/politica/quieres-decidir-que-imagen-nos-va-representar-invitan-votar-para-elegir-la-imagen-r</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>¿Quieres decidir que imagen nos va a representar? Invitan a votar para elegir la Imagen Región de Los Lagos</b></p> <p>A partir de hoy se encuentra abierta la votación para elegir una de las tres propuestas que será el icono identificatorio de la Región de Los Lagos. Revisa las opciones aquí.</p> 

<b>22. Nota</b>	<b>Política Regional de Turismo</b>
<b>Medio</b>	<b>www.ellanquihue.cl</b>
<b>Fecha</b>	17 agosto 2015
<b>Valor</b>	\$400.000
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.ellanquihue.cl/impresa/2015/08/17/full/cuerpo-principal/25/">http://www.ellanquihue.cl/impresa/2015/08/17/full/cuerpo-principal/25/</a>
<b>Respaldo</b>	

<b>23. Nota</b>	<b>Política Regional de Turismo</b>
<b>Medio</b>	<b>El Llanquihue</b>
<b>Fecha</b>	17 agosto 2015
<b>Página</b>	25
<b>Respaldo</b>	 <p>Política Regional de Turismo Los Lagos</p> <p>La Política Regional de Turismo fue presentada ante el Comité de Gestión y Comisión de Turismo del CORE Los Lagos.</p>

<b>24. Nota</b>	<b>Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<b>chilemagazine.cl</b>
<b>Fecha</b>	17 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.chilemagazine.cl/politica-regional-de-turismo-fue-presentada-ante-comite-de-gestion-y-comision-turismo-del-core-los-lagos/">http://www.chilemagazine.cl/politica-regional-de-turismo-fue-presentada-ante-comite-de-gestion-y-comision-turismo-del-core-los-lagos/</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos</b></p> <p>agosto 17th, 2015   by Patricio Navarro</p>  <p>Ambos encuentros sirvieron para conocer y afinar detalles de este ambicioso instrumento de planificación para el turismo, siendo muy bien evaluado por todos los participantes, quienes coincidieron en que dicho documento será vital para potenciar este importante sector productivo.</p>

<b>25. Nota</b>	<b>Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<b>elvacanudo.cl</b>
<b>Fecha</b>	15 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.elvacanudo.cl/noticia/economia/politica-regional-de-turismo-fue-presentada-ante-comite-de-gestion-y-comision-turis">http://www.elvacanudo.cl/noticia/economia/politica-regional-de-turismo-fue-presentada-ante-comite-de-gestion-y-comision-turis</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos</b></p> <p>Ambos encuentros sirvieron para conocer y afinar detalles de este ambicioso instrumento de planificación para el turismo, siendo muy bien evaluado por todos los participantes, quienes coincidieron en que dicho documento será vital para potenciar este importante sector productivo.</p> <p>  Por Corresponsal El... 903 Lecturas         <span style="float: right;">15 de Agosto, 2015 00:08</span>  <input type="checkbox"/> Comentar       </p> <p>Dos importantes sesiones de trabajo sostuvo el equipo técnico del GORE, en el marco del Proyecto Política Regional de Turismo, encuentros que tuvieron por objetivo mostrar el resultado del trabajo realizado.</p> 

<b>26. Nota</b>	<b>Destacaron que la futura Política Regional de Turismo aportará a la descentralización</b>
<b>Medio</b>	<b>soypuertomontt.cl</b>
<b>Fecha</b>	14 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.soychile.cl/Puerto-Montt/Sociedad/2015/08/14/340070/Destacaron-que-la-futura-Politica-Regional-de-Turismo-aportara-a-la-descentralizacion.aspx">http://www.soychile.cl/Puerto-Montt/Sociedad/2015/08/14/340070/Destacaron-que-la-futura-Politica-Regional-de-Turismo-aportara-a-la-descentralizacion.aspx</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Destacaron que la futura Política Regional de Turismo aportará a la descentralización</b></p> <p>14.08.2015 El trabajo realizado hasta el momento fue presentado ante el Comité de Gestión de la Política Regional de Turismo e Imagen Región y ante la Comisión de Turismo del Consejo Regional de Los Lagos.</p> 

<b>27. Nota</b>	<b>Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<a href="http://paislobo.cl">paislobo.cl</a>
<b>Fecha</b>	14 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.paislobo.cl/2015/08/politica-regional-de-turismo-fue.html">http://www.paislobo.cl/2015/08/politica-regional-de-turismo-fue.html</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>Política Regional de Turismo fue presentada ante Comité de Gestión y Comisión Turismo del CORE Los Lagos - 2015-08-14</b></p>  <p>Dos importantes sesiones de trabajo sostuvo el equipo técnico del GORE, en el marco del Proyecto Política Regional de Turismo, encuentros que tuvieron por objetivo mostrar el resultado del trabajo realizado, además de socializar puntos de vista que permitan la obtención del documento final, que servirá de guía para el desarrollo turístico en la Región de Los Lagos.</p>

<b>28. Nota</b>	<b>Política regional de turismo fue presentada ante comité de gestión y comisión turismo del core Los Lagos</b>
<b>Medio</b>	<a href="http://patagonianoticias.cl">patagonianoticias.cl</a>
<b>Fecha</b>	14 agosto 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/721-politica-regional-de-turismo-fue-presentada-ante-comite-de-gestion-y-comision-turismo-del-core-los-lagos.html">http://www.patagonianoticias.cl/12-titular-index/721-politica-regional-de-turismo-fue-presentada-ante-comite-de-gestion-y-comision-turismo-del-core-los-lagos.html</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO FUE PRESENTADA ANTE COMITÉ DE GESTIÓN Y COMISIÓN TURISMO DEL CORE LOS LAGOS</b></p> <p> <a href="#">Twitter</a> <a href="#">in Share</a> <a href="#">Me gusta</a> <a href="#">Compartir</a> </p>  <p><i>Ambos encuentros sirvieron para conocer y afinar detalles de este ambicioso instrumento de planificación para el turismo, siendo muy bien evaluado por todos los participantes, quienes coincidieron en que dicho documento será vital para potenciar este importante sector productivo.</i></p> <p>Dos importantes sesiones de trabajo sostuvo el equipo técnico del GORE, en el marco del Proyecto Política Regional de Turismo, encuentros que tuvieron por objetivo mostrar el resultado del trabajo realizado, además de socializar puntos de vista que permitan la obtención del documento final, que servirá de guía para el desarrollo turístico en la Región de Los Lagos.</p>

<b>29. Nota</b>	<b>Opinión : En búsqueda de la Política Regional de Turismo e Imagen</b>
<b>Medio</b>	<b>osornonoticias.cl</b>
<b>Fecha</b>	30 julio 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.osornonoticias.cl/2015/07/30/en-busqueda-de-la-politica-regional-de-turismo-e-imagen/">http://www.osornonoticias.cl/2015/07/30/en-busqueda-de-la-politica-regional-de-turismo-e-imagen/</a>
<b>Respaldo</b>	 <p>Actualmente el Gobierno Regional de Los Lagos se encuentra desarrollando la política regional de turismo a través de un proceso participativo que involucra entrevistas y talleres de trabajo, además considera un avance en la institucionalidad, creando mesas público privadas, subcomisiones y un comité de gestión. Ahora lo importante es preguntarse ¿Para qué se construye esta política? ¿Qué objetivos tiene? ¿Cuáles son los resultados esperados? ¿Quiénes serán los beneficiados?</p> <p>Para explicar lo anterior debemos primero poner en contexto y considerar que nuestra región presenta un rico patrimonio multicultural. Por otro lado, esta zona posee importancia mundial para la conservación de la naturaleza debido al gran porcentaje de especies endémicas presentes en los bosques y a la alta biodiversidad en humedales, cordillera de la Costa, zona andina, mar, ríos y lagos. Este valor cultural, paisajes, biodiversidad e historia evidencian un gran potencial para que la zona se convierta en un destino de turismo en intereses especiales. Como bien sabemos, este eje productivo se orienta a preservar los valores y el patrimonio arqueológico, histórico, cultural y biológico, constituyéndose en un medio eficaz para salvaguardar esta riqueza regional. Por ello, es tan esencial el trabajo que está llevando a cabo, es decir, el construir una política regional de turismo, propiciará criterios para la inversión pública, articulará a los actores vinculados al turismo y además promoverá el desarrollo de las capacidades humanas y competitivas de la industria turística. En otras palabras, se determinará cómo se quiere vender la región de Los Lagos en un formato de marca. Esto último es muy importante para todos.</p> <p>Según el Gobierno Regional se estima que esta normativa contribuirá a preservar valores medioambientales, culturales, patrimoniales e históricos a través de la puesta en marcha de acciones que reduzcan las brechas en el sector y que pongan en valor los elementos distintivos que marcan la diferencia frente a otros destinos turísticos, posicionando a la región como un destino a nivel internacional. Dicho lo anterior, en su momento adquirirá una inmensa importancia la parte operativa de este programa.</p>

<b>30. Nota</b>	<b>Opinión : En búsqueda de la Política Regional de Turismo e Imagen</b>
<b>Medio</b>	<b>semanariolocal.cl</b>
<b>Fecha</b>	29 julio 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://www.semanariolocal.cl/2015/07/29/politica-regional/">http://www.semanariolocal.cl/2015/07/29/politica-regional/</a>
<b>Respaldo</b>	 <p>Actualmente el Gobierno Regional de Los Lagos se encuentra desarrollando la política regional de turismo a través de un proceso participativo que involucra entrevistas y talleres de trabajo, además considera un avance en la institucionalidad, creando mesas público privadas, subcomisiones y un comité de gestión.</p>

<b>31. Nota</b>	<b>Analizan los avances de la política regional de turismo en mesa público – privada</b>
<b>Medio</b>	chiloenoticias.cl
<b>Fecha</b>	28 julio 2015
<b>Enlace</b>	<a href="http://chiloenoticias.cl/?p=86">http://chiloenoticias.cl/?p=86</a>
<b>Respaldo</b>	<p><b>ANALIZAN LOS AVANCES DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO EN MESA PÚBLICO - PRIVADA</b></p> <hr/> <p> <a href="#">julio 28, 2015</a>   <a href="#">Julio Norambuena</a>   <a href="#">Deje un comentario</a> </p> <p>           *Actores relacionados con el turismo en la Región se dieron cita en la Intendencia Regional para dialogar en torno a este importante proyecto, en el cual además se busca establecer una imagen/marca representativa que logre posicionar a la región tanto en Chile como en el extranjero.*         </p> <p>           Una nueva sesión de trabajo y discusión en torno al proyecto sobre Política Regional de Turismo que lidera el Gobierno Regional de Los Lagos se sostuvo recientemente en la Mesa Público - Privada, instancia compuesta por representantes del turismo regional como tour operadores y empresarios, además de personeros como Seremis y Consejeros Regionales.         </p>