

Ficha

PLAN DE ACCIÓN

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



“ARICA CASCO ANTIGUO Y BORDE COSTERO”

ARICA, DICIEMBRE 2017



CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	3
RESUMEN EJECUTIVO	3
MODELO DE GOBERNANZA DE LA MESA PÚBLICO PRIVADA	7
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL	9
Oferta Turística Actual.	9
Demanda Turística Actual.	11
CONDICIONES ESPECIALES PARA LA ATRACCIÓN TURÍSTICA	14
Justificación para la identificación de condiciones especiales para la atracción turística.....	14
Condiciones especiales para la atracción turística.	14
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	15
Puesta en valor infraestructura pública habilitante	15
Calidad y sustentabilidad de la oferta; y capital humano.....	17
Gestión Sustentable del Territorio.....	18
Desarrollo de productos y experiencias turísticas	19
Promoción Turística	20
VISIÓN ZOIT	21
OBJETIVO GENERAL	21
PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO	22
PUESTA EN VALOR - INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE	22
CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO	25
GESTIÓN SUSTENTABLE DEL TERRITORIO	27
DESARROLLO DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	29
PROMOCIÓN TURÍSTICA	31
INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN	33
ANEXOS	35
Cartas de apoyo de los actores involucrados en la propuesta ZOIT	35
Verificadores de instancias de participación en el Plan de Acción	35

INTRODUCCIÓN.

El Plan de Acción es un requerimiento para ser declarado Zona de Interés Turístico (ZOIT), tal como lo establece el Reglamento que fija el procedimiento ZOIT (Decreto N° 30 del año 2016). Este Plan de Acción, es un instrumento de gestión elaborado de forma participativa por todos los actores relevantes del territorio, entre los que están el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur), el o los Municipios que forman parte de la postulación, los gremios turísticos, servicios públicos o cualquier persona natural o jurídica. 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), que permitan acortar o cerrar las brechas identificadas en el territorio. Estas brechas se enmarcan en 6 componentes principales, entre los que están: Calidad y capital humano; Promoción; Infraestructura; Gestión de destinos, entre otros. De este modo se busca alcanzar la visión de desarrollo turístico acordada entre los actores relevantes de un 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.

Siglas usadas en el documento

CETT	Centro de Extensionismo Tecnológico del Turismo
CORFO	Corporación de Fomento de la Producción
CPL	Consejo de Producción Limpia
CTA	Cámara de Turismo de Arica
DIRPLAN	Dirección de Planeamiento MOP
DOH	Dirección de Obras Hidráulicas MOP
DOP	Dirección Obras Portuarias MOP
EPA	Empresa Portuaria Arica
GORE	Gobierno Regional
IMA	Ilustre Municipalidad de Arica
MINVU	Ministerio de Vivienda y Urbanismo
PEDZE	Plan Especial de Desarrollo para Zonas Extremas
PER	Programa Estratégico Regional. En este caso hace alusión a Turismo Activo y de Naturaleza en entornos Patrimoniales
PLADETUR	Plan de Desarrollo Turístico
SECPLAN	Secretaría de Planificación
SERNATUR	Servicio Nacional de Turismo
SUBDERE	Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo
TPA	Terminal Portuario Arica
UNAP	Universidad Arturo Prat
UTA	Universidad de Tarapacá

RESUMEN EJECUTIVO

Arica es conocida a nivel nacional como la ciudad de la eterna primavera. Su buen clima durante todo el año supone un activo muy relevante para el destino. Cuenta con excelentes playas, donde destacan el Laucho y la Lisera (aptas para el baño y de agradables temperaturas del agua) y las extensas Chinchorro y las Machas. El destino cuenta con olas de nivel mundial que permiten la práctica del surf y bodyboarding en alto nivel. Finalmente, la cultura Chinchorro, cuyas momias están en camino a convertirse patrimonio de la humanidad de la UNESCO, suponen un importante atractivo cultural.

Actualmente la demanda se compone en 74% de chilenos y 26% de extranjeros. De los nacionales los provenientes de la Región Metropolitana y de los extranjeros destacan los provenientes de Bolivia. Para el caso del turismo interno el principal motivador de viajes es las vacaciones y el borde costero, esto se ve reflejado en la estacionalidad marcada en el periodo de vacaciones. Para los extranjeros en el caso del mercado fronterizo (Bolivia) la motivación es el borde costero y las compras, la estacionalidad también está asociada a las vacaciones de verano. El mercado de larga distancia tiene otros motivadores, los que están vinculados a la práctica de deportes como el surf y bodyboard, el patrimonio de la Cultura Chinchorro y el Carnaval andino Con la Fuerza del Sol, pero también por la cercanía con destinos del altiplano.

El proceso de elaboración del plan de acción consideró llevar a cabo dos estudios que concluyeron que el destino cuenta con un posicionamiento claro (playa y buen clima), pero que es insuficiente para llegar a ser el mejor destino turístico urbano del norte de Chile. Esto supone ampliar la oferta de productos ofrecidos, de manera que puedan complementar el concepto de playa y lograr una verdadera cultura de la hospitalidad dentro de la población.

El nivel de articulación de los actores públicos y privados ligados al turismo (Sernatur, Municipalidad, Cámara de Turismo) es bajo, por lo que esta iniciativa presenta la oportunidad de realizar cosas juntos y tener resultados concretos, lo que validará el valor del trabajo conjunto

El plan de acción (1) da cuenta de importantes obras de puesta en valor de infraestructura que se piensa llevar a cabo en la región (en el marco del Plan de Mejoramiento del Borde Costero y del PRBIPE), (2) apunta a sentar las bases para fortalecer y ampliar la oferta turística y (3) espera contribuir a la generación de conciencia turística y de hospitalidad dentro de la población

Para finalizar, es importante resaltar que la actual estructura de gobernanza del ZOIT, donde no existen recursos específicos asignados a hacerle seguimientos a las acciones de los distintos ámbitos del plan de acción supone un desafío importante al éxito del mismo. Si bien todos los participantes de la mesa ven valor y demuestran interés por sacar adelante esta iniciativa, consideran que hay un riesgo evidente en que otras prioridades del día a día tomen la agenda de los responsables del monitoreo de avance. En vista de eso, resulta deseable contar con alguien cuya función sea llevar a cabo dicho monitoreo de manera efectiva y para ello es fundamental que existan los recursos asociados, es en este escenario que la Corporación de Fomento Municipal asoma como estratégica en la sostenibilidad en el tiempo del plan de acción y su seguimiento, para de esta forma concretar los objetivos planteados.

1.1 Alcance geográfico

La propuesta de ZOIT se encuentra en la franja del borde costero Sur y Norte de la ciudad de Arica desde el Santuario de la Naturaleza de la desembocadura del río Lluta por el extremo norte hasta al sitio de las Cuevas de Anzota en el extremo sur. Se agrega el polígono del centro histórico de la ciudad el que incluye el casco histórico fundacional como también el área de remodelación urbana en el periodo del puerto libre durante la década de los cincuenta en el siglo pasado.





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

Subsecretaría de Turismo / 2016

MODELO DE GOBERNANZA DE LA MESA PÚBLICO PRIVADA

La gobernanza propuesta considera una **presidencia** (municipio) que sea la responsable final del correcto avance del Plan de acción, una **dirección ejecutiva** (Sernatur – Secretaria Técnica) que monitoree y sistematice los avances de cada ámbito y una mesa por cada ámbito, la que debe desarrollar las acciones y velar por el correcto avance de dicho ámbito.

Cada una de las mesas por ámbito contará con responsables del monitoreo de las acciones asociadas, los que llevarán el registro de avance y lo reportarán a la secretaría técnica. Esta estructura permitirá generar las dinámicas de control necesarias para el correcto avance del plan. La figura considera también una **dirección de estrategia**, la que debe evaluar desde una perspectiva global y con visión de mediano plazo, considerando las tendencias de mercado si el desarrollo del Plan está acorde a las necesidades y tendencias del turismo.

Entendiendo que para el éxito del Plan de acción es sumamente relevante contar con el liderazgo del municipio, se presenta una gobernanza provisional, que debería regir por los primeros meses. La segunda propuesta considera que la presidencia definitiva de la mesa debería descansar en la **Corporación de Fomento Municipal**, cuyos estatutos deberían estar aprobados para el segundo año de ejecución del Plan de Acción.

Por otra parte, se debe considerar que en la actualidad, el territorio cuenta con una serie de iniciativas y planes relacionadas con turismo llevándose a cabo en el territorio, que abarcan algunos de los ámbitos del ZOIT y tienen hoy instancias de reunión público-privadas. Con el fin de no duplicar esfuerzos e instancias de reuniones, se propone que el monitoreo de algunos ámbitos ZOIT se lleven a cabo en instancias ya existentes, como se ve a continuación:

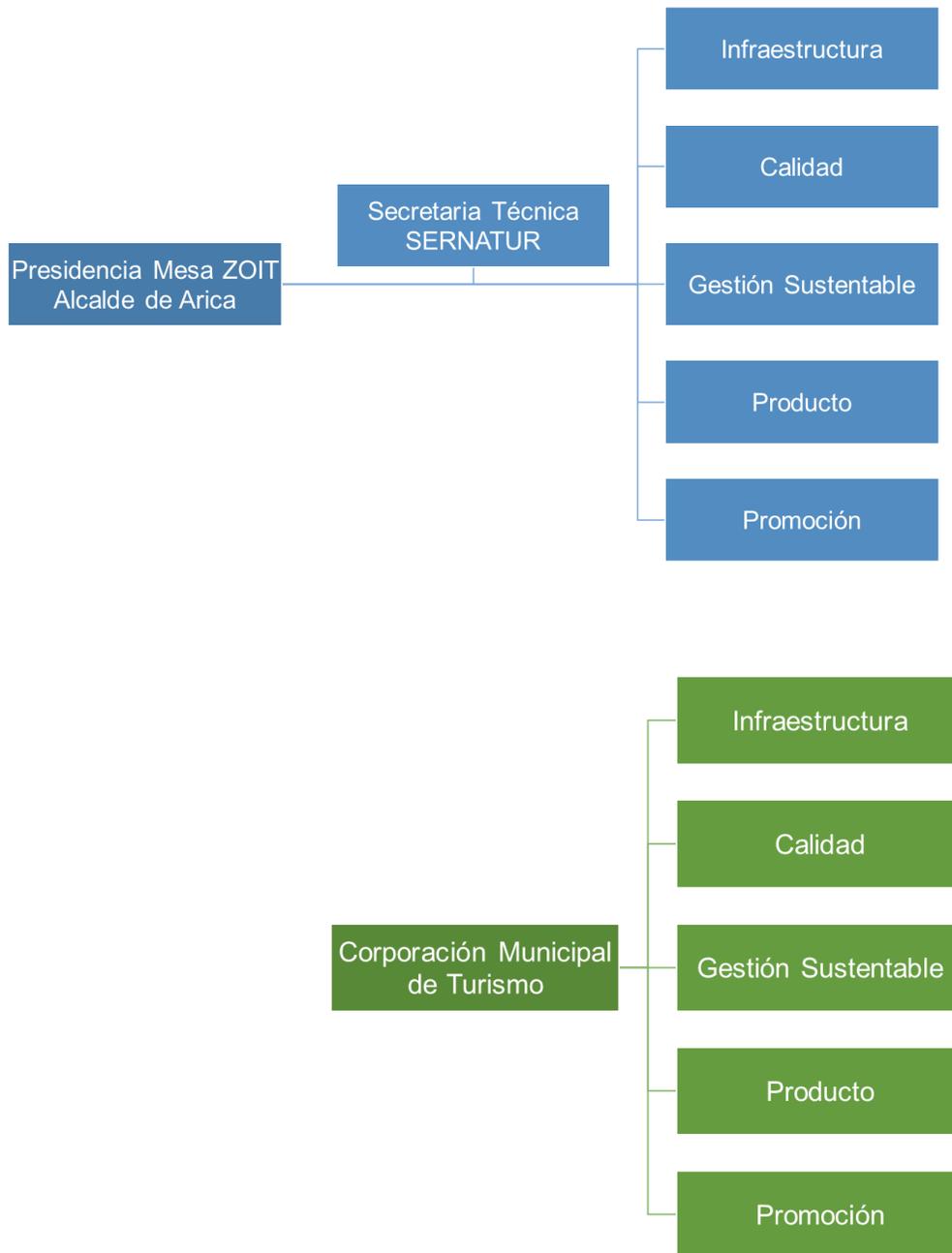
Ámbito	Instancia existente	Responsable Ámbito
Infraestructura	PRBIPE	Planificación IMA
Infraestructura	Mesa Ord. Terr. Borde Costero	Turismo IMA
Calidad	No hay	No hay
Gestión Sustentable del Territorio	No hay	No hay
Producto	PER Borde Costero	Cámara de Turismo
Promoción	Mesa de Promoción Regional	SERNATUR

Se considera que para cada ámbito, se realice una reunión de seguimiento trimestral y se cuente con una sesión ampliada semestral, en la que se evalúe el avance general del plan.

Las instituciones públicas que están vinculadas en la mesa y sus ámbitos son: Sernatur, Municipalidad de Arica (Turismo, DIMAO, SECPLAN), GORE, SUBDERE, Consejo Nacional de la Cultura, Sercotec, MOP (DOP, Arquitectura), Agencia Sustentabilidad, Min Medio Ambiente, CORFO, MINVU, Bienes Nacionales.

Por su parte, los privados y la academia se ven representados por: Cámara de Turismo de Arica, Agrupación de Guías de Turismo Arica y Parinacota, Fundación Altiplano, Fundación Arica Revive, Juntas de Vecinos Casco Histórico, UTA, Inacap, UNAP

Como se comentó la actual estructura de gobernanza del ZOIT, no cuenta con recursos específicos para sostener la operatividad de la estructura de la gobernanza que realice el seguimiento a las acciones de los distintos ámbitos del plan de acción, esto supone un desafío importante al éxito del mismo. En este escenario la Corporación de Fomento Municipal asoma como estratégica en la sostenibilidad en el tiempo del plan de acción y su seguimiento, para de esta forma concretar los objetivos planteados. A continuación el diagrama de la estructura de la gobernanza propuesta y su futura evolución al crearse la Corporación de Fomento Municipal



DATOS CONTACTO GOBERNANZA PROVISIONAL ZOIT

Nombre completo del representante de la mesa público-privada	Gerardo Espíndola Rojas			
Rut				
Dirección	Dirección: Rafael Sotomayor 415	Comuna: Arica	Región: XV	
Secretario (a) ejecutivo (a) de la mesa público privada	Nombre: Gonzalo Fernandez Tello (Director Regional Sernatur)	Teléfono (Fijo o Móvil): 58 2254506	Correo: gfernandezernatur.cl	
Profesional que realiza el Plan de Acción	Nombre: Juan Ignacio Concha Osorio	Teléfono (Fijo o Móvil): 58 2254506	Correo: jconcha@sernatur.cl	
Encargado de turismo municipal	Nombre: Ayu San Martin Li	Teléfono (Fijo o Móvil): 58 238 6529	Correo: ayu.sanmartin@muniarica.cl	
Encargado por ámbito plan de acción	Nombre representante	Rut	Teléfono	Correo
Infraestructura	Ayu San Martin Li (Mesa Ord Territorial Borde Costero)		58 238 6529	ayu.sanmartin@muniarica.cl
	Por definir (PRBIPRE IMA)			
Calidad	Por definir			
Gestión sustentable	Por definir			
Producto	Daniela Beltrán (PER Borde Costero)	10333875-1		dbeltran@hotelcasabeltran.cl
Promoción	Cristina Olguin (Sernatur)	14116588-7	58 2254506	colguin@sernatur.cl

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL.

Oferta Turística Actual.

Identificación de la oferta de atractivos.

Identificar aquellos atractivos del catastro de atractivos turísticos de Sernatur que se consideren relevantes para la propuesta.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA
ARICA	INTERNACIONAL
MORRO DE ARICA (MH)	INTERNACIONAL
MUSEO HISTÓRICO Y DE ARMAS DE ARICA	INTERNACIONAL
CASINO DE JUEGOS DE ARICA	INTERNACIONAL
ESTACIÓN DE FERROCARRIL ARICA-LA PAZ (MH)	INTERNACIONAL
CATEDRAL SAN MARCOS (MH)	INTERNACIONAL

MUSEO DE SITIO COLÓN 10	INTERNACIONAL
CAMPEONATO MUNDIAL DE SURF	INTERNACIONAL
CARNAVAL ANDINO "CON LA FUERZA DEL SOL"	INTERNACIONAL
CAMPEONATO MUNDIAL DE BODYBOARD GRANSBLAM ARICA CHILEAN CHALLENGE	INTERNACIONAL
FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE RURAL	INTERNACIONAL
EX ISLA EL ALACRÁN Y RESTOS FORTIFICACIÓN (MH)	NACIONAL
PLAYA CHINCHORRO	NACIONAL
PLAYA EL LAUCHO	NACIONAL
PLAYA LA LISERA	NACIONAL
PLAYA LAS MACHAS	NACIONAL
EDIFICIO DE LA ANTIGUA ADUANA DE ARICA (MH)	NACIONAL
HUMEDAL DE LA DESEMBOCADURA DEL RÍO LLUTA (SN)	NACIONAL
COSTANERA DE ARICA	NACIONAL
CASCO ANTIGUO DE ARICA	NACIONAL
CRISTO DE LA CONCORDIA O DE LA PAZ	NACIONAL
PLAZA COLON	NACIONAL
CENTRO DE ARICA	NACIONAL
MUSEO DEL MAR	NACIONAL
CAMPEONATO NACIONAL DE CUECA	NACIONAL
PLAYA CORAZONES	REGIONAL
CAMPANA DE ARICA O DE BELARDE (MH)	REGIONAL
CALDERAS DEL NAVÍO WATEREE (MH)	REGIONAL
PASEO BOLOGNESI	REGIONAL
FUERTE CIUDADELA (MH)	REGIONAL
FUERTE DEL ESTE (MH)	REGIONAL
FERIA MÁXIMO LIRA	REGIONAL
CASA DE LA GOBERNACIÓN	REGIONAL

Atractivos relevantes que no se encuentran en las fichas de atractivos turísticos elaborados por el SERNATUR¹:

NOMBRE DEL ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	OBSERVACIONES
Cuevas de Anzota	Grutas y Cavernas	Este sitio natural se encuentra ejecutado proyecto de puesta en valor por parte del MOP,
Playa Las Machas	Costas	Extensa playa utilizada para la práctica del Surf y Body board durante todo el año, además es un lugar habitual de camping, se extiende por el límite norte de la ZOIT hasta el Humedal del Lluta, no apta para el baño
Casino Luckia	Casino de Juegos	Moderno casino de juegos inaugurado el año 2017

Atractivos culturales aquellos decretados por la Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales (www.monumentos.cl) o ser reconocidos como Patrimonio Mundial de la UNESCO (www.unesco.org).

TIPO DE ATRACTIVO CULTURAL	DECRETO O RESOLUCIÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO
Monumentos Históricos	02412	Morro de Arica
	00602	Catedral San Marcos
	00929	Ex Aduana
	00021	Estación de ferrocarril Arica – La Paz y su andén
	01002	Ex Isla del Alacran y restos de fortificación
	02412	Fuerte Ciudadela
	02412	Fuerte del este
	00317	Calderas del navío Wateree
	00709	Campana de Belarde

¹ Estos atractivos turísticos serán incorporados en la versión 2018 del Catastro de Atractivos Turísticos regional

	00055	Parte de las instalaciones del cuartel N°1 del regimiento reforzado N°4 “Rancagua” de Arica
Otra pertinente: Santuario de la Naturaleza	00106	Santuario de la naturaleza humedal de la desembocadura del río Lluta

Prestadores de servicios turísticos.

Se solicita información de los prestadores de servicios turísticos registrados en SERNATUR, que se encuentran en el territorio propuesto. (<http://www.sernatur.cl/buscador-de-servicios>).

TIPO DE SERVICIO	NÚMERO DE SERVICIOS REGISTRADOS EN SERNATUR	NUMERO DE SERVICIOS CON SELLO Q	NUMERO DE SERVICIOS CON SELLO S
Servicios de Alojamiento	45	1	5
Servicios de Turismo Aventura (Esparcimiento)	20		
Servicios Guías de Turismo (Guías de Turismo)	22		
Servicios de Restaurantes y Similares (Alimentación)	29		
Servicios de Tour Operadores y Agencias de Viaje	13		
Servicio de Arriendo de Vehículo (Transporte)	4		
Servicios Culturales (Esparcimiento)	2		

Oficinas de información turística (OIT).

UBICACIÓN (SECTOR)	DEPENDENCIA*	PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	MANEJO DE IDIOMAS	NRO DE CONSULTAS
San Marcos 101, Sector casco antiguo	SERNATUR	Todo el año	Inglés	3.735 anuales

Demanda Turística Actual.

Tipificación de la demanda.

Durante 2016 hubo 159 mil llegadas al destino, con 326 mil pernoctaciones. La demanda se compone en 26% de extranjeros y 74% de chilenos según datos de la EMAT-INE 2016. Si bien no se cuenta con información que permita tipificar fielmente la demanda, se estima que en verano corresponden principalmente los llamados “viajeros perezosos” (Plan de Marketing Turístico Nacional 2016) que buscan relajarse y divertirse en la playa. Debido a su buen clima, el territorio es destino frecuente del adulto mayor durante todo el año. Ambos son segmentos de bajo gasto. Respecto al turista extranjero, el principal turista corresponde al boliviano, que viene en plan de playa y compras. Existe una pequeña porción de viajero de nicho que viene atraído por el surf y/o la cultura.

Además, la consultora a cargo del Plan de Acción encargó dos estudios que apuntaron a conocer la percepción del destino en mercados relevantes, una encuesta de percepción del destino en Santiago y en estudio de posicionamiento digital.

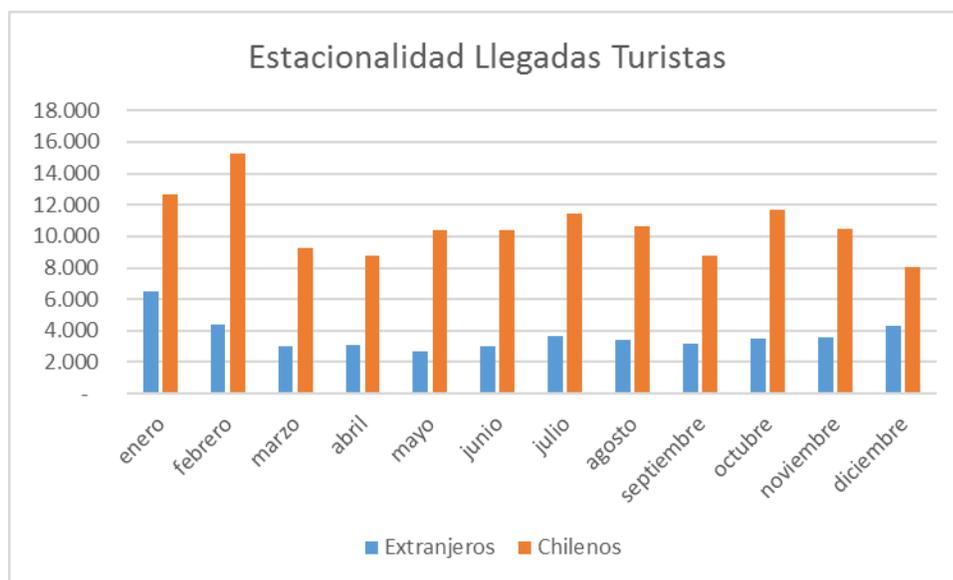
La encuesta, llevada a cabo por CADEM, consideró una muestra de 380 casos del estrato socioeconómico C1 y C2 en Santiago, 50% hombres y 50% mujeres dentro del rango etario 30 a 60 años. Al preguntar ¿qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando menciono Arica? 3 de las primeras 4 respuestas espontáneas hicieron alusión al clima o playa (1 playa, 3 calor, 4 sol), mientras que la segunda fue “morro”. Al preguntar por características positivas (dando una lista de posibles opciones), destacaron “buen clima” y “buena playa”, mientras que como característica negativa la lejanía fue por mucho la principal respuesta. Finalmente, se percibió espacio para transformarse en destino de fin

de semana (48% lo consideraría como opción de escapada frente a 38% que ha estado como turista)

El estudio de percepción digital se puso en los zapatos de alguien que, sin conocer de Arica, empieza a navegar en la red sobre ella en busca de planificar un futuro viaje. Por otra parte también caracterizó lo que buscan los viajeros de fin de semana, evaluó si es que Arica cumplía con eso y lo comparó con otros destinos. Esto último lo hizo revisando las evaluaciones de sitios especializados en viajes (booking, tripadvisor, despegar)

La principal conclusión es que Arica cuenta con un posicionamiento digital claro: playa. Ahora bien, esto parece no ser suficiente para establecerse como destino de fin de semana, ya que aquellos a los que le va mejor en esa dimensión cuentan con tres componentes: (1) vocación clara, (2) buena oferta gastronómica y (3) oferta hotelera Premium. Arica solo cumple con el primer de estos puntos (vocación de playa), lo que sugiere que deben desarrollarse otras ofertas para poder complementar la oferta actual.

Estacionalidad de la demanda.



Como se observa en el gráfico, existe una marcada estacionalidad en verano, donde principalmente llega el viajero que busca las bondades del borde costero. En general, el destino no tiene una buena ocupación durante los fines de semana. Considerando los 6 fines de semana largo entre abril 2015 y agosto 2016, el destino tiene una ocupación promedio de 45%, mientras que el promedio nacional de 40 destinos es 58%. Si bien de acuerdo a los datos oficiales, el último fin de semana largo esto repuntó, de acuerdo a los empresarios hoteleros, esto no ha sido así, lo que hace suponer que si bien la ocupación subió, esto se debe a segmentos de menor gasto.

Perfil del turista.

Actualmente la demanda se compone en 26% de extranjeros y 74% de chilenos según datos de la EMAT-INE 2015. De los extranjeros destacan los provenientes de Bolivia y de los nacionales los provenientes de la región metropolitana. La permanencia media es de 1,9 días y el nivel de gasto es en general bajo.

Motivación del viaje

Para el caso del turismo interno el principal motivador de viajes es las vacaciones y el borde costero, esto se ve reflejado en la estacionalidad marcada en el periodo de vacaciones. Para los extranjeros en el caso del mercado fronterizo (Bolivia) la motivación es el borde costero y las compras, la estacionalidad también está asociada a las vacaciones de verano. El mercado de larga distancia tiene otros motivadores los que están vinculados a la práctica de deportes como el surf y bodyboard, el patrimonio de la Cultura Chinchorro y el Carnaval andino con la fuerza del Sol, pero también por la cercanía a otros destinos de nuestra región (Putre- Reserva de la Biosfera Lauca), como también destinos internacionales de la macrozona andina (Tiwanku, Machu Pichu, San Pedro de Atacama, Oyuñi)

Lugares visitados y actividades realizadas.

Turistas nacionales: Morro, playas La Lisera, EL Laucho y Chinchorro, Museo Colon 10 y Arqueológico de Azapa, actividades de sol y playa, surf, bodyboard, kayak, visita a museos y compras

Turistas mercado fronterizo: Morro, playas La Lisera, EL Laucho y Chinchorro, Museo Colon 10 y Arqueológico de Azapa, actividades de sol y playa, surf, bodyboard, kayak, visita a museos y compras

Turista mercado larga distancia: Museo Colon 10 y Arqueológico de Azapa, actividades de sol y playa, surf, bodyboard, kayak, cicloturismo, visita a museos

CONDICIONES ESPECIALES PARA LA ATRACCIÓN TURÍSTICA.

Justificación para la identificación de condiciones especiales para la atracción turística.

Si bien no es un atractivo en si mismo, el contar con buen clima durante todo el año supone un activo muy relevante para el destino. En el ámbito playa destacan el Laucho y la Lisera (aptas para el baño y de agradables temperaturas del agua) y las extensas Chinchorro y las Machas. El destino cuenta con olas de nivel mundial que permiten la práctica del surf y bodyboarding de alto estándar. Finalmente, la cultura Chinchorro (en camino a convertirse patrimonio de la UNESCO) entrega un componente cultural.

Como se ha dicho a lo largo del documento, el destino cuenta hoy con un posicionamiento claro dentro del imaginario del turista: playa y buen clima. Si bien esto es una buena noticia, no basta para convertirse en el mejor destino urbano del norte de Chile, ya que para ello debe desarrollarse oferta que complemente el concepto de playa. En ese punto es que este plan de acción cobra vital relevancia, ya que apunta justamente a eso.

Condiciones especiales para la atracción turística.

ATRACTIVO	SEGMENTO DE MERCADO (1)	ATRIBUTOS DEL ATRACTIVO (2)	CONDICIÓN A RESGUARDAR PARA MANTENER EL ATRIBUTO DEL ATRACTIVO (3)	ESTACIONALIDAD DE LA VISITACIÓN (4)
Buen clima todo el año	Nacional C1 C2, solo en pareja o grupos (adultos mayores)	Buen clima. Actividades al aire libre	Oferta que complemente el buen clima: gastronomía, wellness	Todo el año. Especial potencial fuera de temporada
Playas	Nacional C2 C3, familias Extranjeros: Bolivia	Buena playas, aptas para el baño	Contar con buenas instalaciones	Dic-Ene-Feb
Olas	Nacional/Internacional. Nicho: surf, bodyboarding	Olas de nivel mundial	Desarrollo de oferta alrededor de la olas fortaleciendo campeonatos	-
Cultura chinchorro	Viajero culto	Cultura con las momias más antiguas del mundo	Resguardo vestigios arqueológicos. Avanzar en declaratoria UNESCO	Todo el año

Ahora bien, se vuelve a enfatizar que estos atractivos no son suficientes para que Arica sea el principal destino del norte de Chile. Se debe desarrollar oferta que fortalezca el verdadero potencial turístico que tiene la zona.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Puesta en valor infraestructura pública habilitante

Síntesis

El territorio cuenta con patrimonio cultural y natural importante, parte del cual no está puesto en valor y/o adolece de una correcta gestión y mantención.

En la actualidad están ocurriendo iniciativas y recursos destinados a la puesta en valor de dicho patrimonio. Es importante poner énfasis en la coordinación de estas y en el posterior modelo de gestión de los sitios turísticos que resultarán de dichas obras.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Extenso borde costero con patrimonio cultural y natural 2. Compromiso regional (Estrategia Regional de Desarrollo) y municipal (Pladetur 2016) con el turismo 3. Cartera de proyectos del MOP que ponen en valor el territorio. Informe “Infraestructura de Apoyo al Turismo Sustentable” tiene un catastro. 4. Programa de recuperación patrimonial SUBDERE en ejecución (PRBIDE) 5. Delimitación del área patrimonial clara y consensuada 6. Patrimonio arquitectónico relevante 7. Existencia de museos 8. Ubicación geográfica con infraestructura estratégica de conectividad que facilita el flujo con la macro región andina 9. Alta concentración de parques y plazas en casco antiguo 10. Existencia de humedal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potenciamiento de infraestructura turística por proyectos MOP que mejoran la oferta y estándar 2. Potenciamiento casco histórico por PRBIDE 3. Desarrollo de area playa Chinchorro 4. Aprovechamiento de la cuenca del rio San José para uso ciudadano, con mirada paisajista 5. Termino de concesión del astillero 2019 permitirá la unión y continuidad del borde costero 6. Desarrollo en torno al sitio arqueológico Chinchorro en el casco antiguo
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Débil gestión y mantención de la infraestructura del territorio 2. Infraestructura y equipamiento turístico deficiente 3. Poca señalética turística orientativa 4. Falta de puntos de información turística: (agro, terminal buses, servicentros, ruta). 5. Falta de uniformidad en la identidad visual de equipamientos públicos 6. Falta de integración y vinculación amigable del puerto al paisaje costero 7. Carencia de infraestructura para el desarrollo de actividades deportivas recreativas acuáticas 8. Déficit de implementación de seguridad 9. Alto porcentaje de propiedad privada en borde costero 10. Falta de regulación y fiscalización en terrenos eriazos y construcciones en mal estado del centro. 11. Falta de ciclovías e infraestructura asociada 12. Falta de conectividad entre la trama vial urbana y su borde costero (principalmente en sector del río San José; Juan Antonio Ríos – Av. Las Dunas) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deterioro de atractivo e infraestructura por falta de gestión 2. Sectores industriales (minería u otros contaminantes) pueden generar incompatibilidad 3. Construcciones sin identidad local 4. Carencia de regulación y fiscalización del uso de los espacios públicos y privados 5. Falta de articulación intersectorial en las mejoras estructurales 6. Potencial mal uso del territorio privado inserto dentro y aledaño del humedal 7. Falta de articulación de los instrumentos de planificación urbanas y rurales (planos reguladores, ordenanzas, etc.) 8. Componente geopolítico centralista negativo que limita el desarrollo y la inversión pública y privada en la zona 9. Aumento del flujo de camiones y congestión de las vías de acceso al centro 10. Potencial pérdida de patrimonio arqueológico desprotegido

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. Asegurar la refacción, mantenimiento, regulación y puesta en valor de zonas del casco histórico.
2. Planificación, desarrollo, mantenimiento y regulación de borde costero con objetivo turístico

Calidad y sustentabilidad de la oferta; y capital humano

Síntesis

Hay cierto nivel de consenso entre los actores relevantes (sector público, privado, comunidad y academia) respecto a la existencia de importantes brechas en materia de calidad de la oferta y capital humano.

Hay interés y recursos orientados a superarlas, poniendo énfasis en las reales necesidades de la industria. Una brecha particularmente relevante es la de la poca conciencia turística de los habitantes del territorio.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> Actores públicos y privados, interesados con el desarrollo del turismo, lo que se manifiesta en la ejecución de múltiples planes público-privados enfocados en el desarrollo del turismo Instituciones académicas pertinentes con presencia en la ciudad, gastronomía y turismo, y capacidad de ampliar malla Existe capital humano disponible 	<ol style="list-style-type: none"> Programas de incentivo a la calidad y sustentabilidad de oferta turística en Sercotec, Corfo y Sence Aumento de la inversión privada en turismo Plan de fiscalización coordinada y propositivo a la industria. (generar aprendizaje de los procesos a través de la fiscalización) Trabajadores extranjeros capacitados en búsqueda de trabajo formal Generar alianza con vecinos de los sectores turísticos, potencialidad de integrarse como trabajador del sector
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> Brechas tecnológicas para abordar plataformas colaborativas Escasa conciencia turística en el sector público, población local y tejido empresarial, incluyendo conciencia medioambiental y de la cultura local Falta de especialización en turismo de la mano de obra local Escaso conocimiento de empresas sobre su rubro con respecto a la capacitación y necesidades de su capital humano Falta de articulación y estrategia común entre entidades capacitadoras (público, academia, privado) Alto nivel de informalidad y falta de compromiso en trabajadores dada por las condiciones de temporalidad y formato “part time” Falta de asociaciones gremiales por rubro Falta de programas de retención y fidelización de trabajadores Falta de descripción de cargos 	<ol style="list-style-type: none"> Falta de fiscalización para privados y falta de estándares de calidad. Arbitrariedad en la selección para fiscalización Falta de regulación y/o actualización de legislación laboral para el ámbito turístico Legislación laboral vigente respecto trabajadores estudiantes limita el acceso a contratos formales (pérdida de beneficios estatales, educación, salud, etc.) Crecimiento de otras industrias que pueden absorber el capital humano disponible
<p>OBJETIVOS ESTRATEGICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Generar conciencia turística y el valor de la hospitalidad dentro de la ciudadanía Crear programas pertinentes a las necesidades del rubro de la hospitalidad Fortalecer la calidad y sustentabilidad de la oferta como pilar del desarrollo turístico 	

Gestión Sustentable del Territorio.

Síntesis

Existen deficiencias estructurales y de articulación que atentan contra la gestión sustentable del territorio. Habiendo detectado esto, hay mesas público privadas representativas que pueden generar las bases para enfrentarlas y superarlas, con énfasis en aseo y la gestión de sitios turísticos

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> Existencia Mesa de protección tortugas verdes de La Puntilla Alto patrimonio cultural y natural Existencia de mesas representativas publico privadas desde las cuales se puede generar visión a futuro (PER, PRBIDE, COMICIVIT, ahora ZOIT). Lineamiento regional que apoya la gestión sustentable del territorio (ERD 2012, Objetivo Estratégico 9) Existencia de planes de manejo de desastres naturales, conocidas y usadas por la comunidad. Comunidad mejorando paulatinamente su concepción y disposición hacia temas de sustentabilidad 	<ol style="list-style-type: none"> APL sector turístico Mayor interés de alojamientos y restaurantes en obtener Sello de sustentabilidad Mejorar gestión y fiscalización en humedal de Lluta Determinación capacidad de carga atractivos naturales Existencia de empresas que podrían vincularse al desarrollo sustentable del territorio a través de RSE Borde costero poco desarrollado que permite flexibilidad en cuanto a proyectos futuros de desarrollo. Sumar Cuevas de Anzota y Humedal bajo responsabilidad de CONAF Cambio de legislación hacia la descentralización de los gobiernos regionales, con aumento de presupuestos y poderes de acción Actualización de Estrategia Regional de Desarrollo
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> Deficiente gestión de residuos y aseo Falta de alcantarillado en parte del borde costero Escasa opción de RRR en residuos Escasa conciencia medioambiental de los habitantes Escasa oferta con sellos sustentables Falta de modelo de gestión para atractivos de alta demanda del destino Falta de actualización de las ordenanzas (urbanas y marítimas) y uso de estas como medidas de fiscalización Burocracia y poca eficacia en procedimiento ante encuentro de vestigio arqueológico Incorrecto manejo de la cuenca del río San José, en especial en relación a residuos 	<ol style="list-style-type: none"> Degradación del medio ambiente afectando las condiciones del entorno y en especial los atractivos turísticos. Amenazas de carácter natural como terremotos y tsunamis. Multiplicidad de actores con atribuciones en el territorio Falta de transferencia de información hacia la comunidad respecto de proyectos y acciones públicas que generen conciencia sustentable Desconocimiento de la capacidad de carga del territorio (ciudad y sitios de visitación)
<p>OBJETIVOS ESTRATEGICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Fomentar iniciativas (público y/o privadas) que apunten a la conservación de los recursos turísticos del territorio Asegurar la actividad turística en el tiempo 	

Desarrollo de productos y experiencias turísticas

Síntesis

La oferta turística tiene mucho por desarrollarse y diversificarse. Hay importantes esfuerzos enfocados en una vocación en particular (turismo activo). El territorio tiene características que permiten la creación de nuevas experiencias y productos.

El desafío está en identificar y desarrollar aquellas áreas que no han sido abordadas profundamente al día de hoy. Para esto, resulta crucial la correcta articulación entre actores públicos y privados

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo es considerado como eje de desarrollo de la región (ERD 2012), lo que sumado a otros planes (Pladetur IMA, PER Corfo, PRBIDE) propician la generación de nuevos productos 2. Ubicación geográfica de la región (ciudad de Arica) permite el intercambio de flujos turísticos, con países limítrofes y en la macro región Andina. 3. Extenso borde costero con patrimonio cultural y natural 4. Multiculturalidad 5. Clima templado todo el año 6. Eventos deportivos internacionales reconocidos en el mundo 7. Variedad de pisos ecológicos que rodean y abastecen el polígono ZOIT 8. Existencia de variados productos/insumos de identidad local a disposición de la gastronomía. 9. Borde costero que contiene una variedad de olas, de distinto nivel de dificultad y de fácil acceso. 10. Destino caminable 11. Beneficios tributarios a la inversión privada en la región 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación y posterior desarrollo de las distintas vocaciones que el territorio puede ofrecer 2. Desarrollo de productos y servicios especializados - tematizados en torno al turismo activo y patrimonial. 3. Integración turística con países limítrofes 4. Desarrollar actividades al aire libre todo el año 5. Desarrollar mercado asociados a cruceros 6. Articular gremios del rubro 7. Potenciar la incorporación de las culturas locales originarias en el relato de la oferta turística a. 8. Desarrollo de circuitos peatonales en centro, patrimonial, comercial y cultural
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Oferta poco desarrollada y diversificada 2. Falta inteligencia de mercado 3. Poca oferta destinada a experiencia 4. Falta de puesta en valor de los principales atractivos del territorio 5. Débil conservación y mantención de inmuebles históricos 6. Poca accesibilidad del casco antiguo para personas con movilidad reducida 7. Inexistencia de gremio gastronómico y de tour operadores 8. Falta articulación de la red de productos turísticos 9. Falta de facilitación de procesos para el turista (ej. recepción de moneda extranjera) 10. Pobre conectividad intraregional e internacional 11. Marcada estacionalidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Debido a la falta de información de inteligencia de mercado, se hacen apuestas riesgosas 2. Disminución conectividad aérea 3. Conflictos fronterizos con países limítrofes 4. Otros sectores pueden causar incompatibilidad (minería, pesca, puerto) 5. Mal manejo comunicacional de contingencias y plan de manejo de crisis 6. Inexistencia de ítems sobre lineamientos de construcción y mantención arquitectónica en el casco antiguo dentro del plan regulador (se debe declarar zona de conservación histórica para que municipalidad dicte ordenanza de cumplimiento con respecto a la fachada) 7. Burocracia en la adjudicación de concesiones marítimas, limita decisiones de inversión. 8. Alto desarrollo de destinos limítrofes que comparativamente aumentan la brecha en cuanto a calidad de servicio.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. Generar las bases para el fortalecimiento y creación de nueva oferta de experiencias en las distintas vocaciones dentro de la ZOIT.

Promoción Turística

Síntesis

- **El destino cuenta con un claro posicionamiento en el imaginario del viajero nacional (playa), el que se debe complementar con otros atributos.**
- **Distintos estamentos cuentan con recursos significativos para promoción.**
- **Es relevante poder posicionar una imagen del destino y articular a los distintos actores de manera de lograr una promoción efectiva.**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamiento de concepto “playa” en top of mind nacional (levantado en ambos estudios del proyecto) 2. Sernatur cuenta con importante presupuesto asignado 3. Departamento de turismo municipal cuenta con presupuesto asignado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar estrategia digital 2. Eventos consolidados en la zona, que se deben promocionar 3. Complementar el posicionamiento actual (playa + algo más) de manera de hacerlo más atractivo. 4. Generar lineamientos hacia el uso y aprovechamiento de los productos locales con identidad en la oferta gastronómica
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. El destino no posee una imagen turística definida. 2. Carencia de estrategia de promoción (a nivel de destino o bien a nivel de vocaciones específicas) 3. Información digital desactualizada sobre el destino 4. Falta de puntos de información turística. 5. Ausencia de información sobre inteligencia de mercados y big data. 6. Carece de profundización del marketing a cliente final en mercados prioritarios. 7. Falta de vinculación entre públicos (IMA,-Sernatur) y privados para dar continuidad a estrategias de promoción 8. Inexistencia de relato común en la comunidad y en la cadena de servicios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de cultura tecnológica que permita hacer uso colaborativo de las plataformas 2. Riesgo de acciones de promoción aisladas y desarticuladas de bajo impacto

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. Aprovechar el uso de herramientas tecnológicas para generación de información relevante
2. Diseño de estrategia de promoción para cada mercado

VISIÓN ZOIT.

Al 2025 Arica será reconocida como el mejor destino del norte de Chile para turismo activo y de hospitalidad basándose en su diversidad de recursos patrimoniales (naturales y culturales) y su ubicación geográfica estratégica dentro de la macrozona andina.

OBJETIVO GENERAL.

El objetivo general que se espera lograr mediante la declaratoria ZOIT es potenciar la oferta que complemente el posicionamiento de playa que el destino hoy posee. Es fundamental lograr frutos concretos de la articulación público privada de los actores del territorio de manera de validar esa manera de llevar adelante iniciativas.

PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO

PUESTA EN VALOR - INFRAESTRUCTURA PÚBLICA HABILITANTE

Objetivo Estratégico “Asegurar la refacción, mantenimiento, regulación y puesta en valor de zonas del casco histórico”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	ESTADO ACTUAL (En ejecución, Comprometido, Idea)
Refacción Casco Histórico. Plan Maestro de Desarrollo Urbano y plan de fomento productivo (en el marco de PRBIDE)	2018-2020	SECPLAN IMA, SUBDERE	106 MM	SUBDERE	Estado planes	Planes entregados	Comprometido
Recambio 200 luminarias de alumbrado público en el casco antiguo (en el marco de PRBIDE)	2018	SECPLAN IMA	220 MM	SUBDERE	Cantidad de luminarias cambiadas	Registros SECPLAN IMA	En Ejecución
Ordenanzas: ordenamiento fachadas casco histórico	2018	SECPLAN IMA	Gestión		Ordenanza Municipal desarrollada	Ordenanza Municipal presentada al Consejo Municipal	Idea
Diseño, generación y aplicación de aspecto distintivo común en señalética informativa de sitios de visitación	2018-2020	SECPLAN IMA SERNATUR (apoyo)	sin información	FNDR PMU-SUBDERE	Proyecto diseñado	Proyecto postulado a financiamiento	idea
Ejecución acciones de incentivo uso peatonal y fomento de la bicicleta (Programa Movilidad Urbana REMUEVETE)	2018-2020	IMA	sin información		% de acciones ejecutas	Informe de ejecución y seguimiento Programa REMUEVETE	En ejecución

Mejoras de accesibilidad universal a los sitios turísticos del casco antiguo (Programa Movilidad Urbana REMUEVETE)	2018-2020	IMA	sin información		% de acciones ejecutas	Informe de ejecución y seguimiento Programa REMUEVETE	En ejecución
--	-----------	-----	-----------------	--	------------------------	---	--------------

Objetivo Estratégico "Planificación, desarrollo, mantenimiento y regulación de borde costero con objetivo turístico"

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Mejoramiento de seguridad del borde costero (cámaras)	2018	DOP	No se tiene estimación actual	MOP	Estado de proyecto	Perfil de proyecto creado	Comprometido
Puesta en Valor del Humedal del Lluta mediante la construcción senderos, pasarelas peatonales de observación y centro de interpretación.	2018-2020	IMA	sin información	FNDR / PMU	a) Formulación Iniciativa b) Construcción Infraestructura	a) Formulación Iniciativa b) Informe final ejecución proyecto Construcción Infraestructura	Idea
Ordenanza borde costero. Regula el comercio ambulante, diseño kioskos	2018	IMA	gestión	Turismo IMA	Creación ordenanza	Ordenanza presentada al Consejo Municipal	Comprometido
Diseño, generación y aplicación de aspecto distintivo común en señalética informativa de sitios de visitación	2017-2018	SECPLAC IMA lidera. Sernatur apoya. DOP ejecuta en sitios de su alcance por Conservación	No se tiene estimación actual, (para el proyecto Morro de Arica incluyendo 15 estaciones se realizó una inversión de 110MM)	FNDR SECTORIAL MOP	Generación y aplicación distintivo común	Sitios de visitación con distintivo común	Idea

Diseño y construcción de ciclovías BORDE COSTERO proyectos MOP	2018-2020	DOP – MOP MINVU	NO se tiene itemizado. Son parte de proyectos mayores del Plan Borde Costero del MOP	Sectoriales (MOP/MINVU) PEDZE FNDR	Kilómetros continuos de construcción de ciclovías	Real estado de avance de los proyectos	En Ejecución
Mejorar acceso movilidad reducida playas el Laucho y la Lisera.	2018-2019	DOP - MOP	sin información	PRBIPE	Ejecución proyecto	Proyecto ejecutado	Idea
Diseño Borde Costero Chinchorro	2018	DOP MOP	350 MM	FNDR (PEDZE)	Diseño listo	Informe proyecto	Comprometido
Puesta en Valor Tortugas Marinas mediante creación de Bio-Centro de interpretación y oficina de manejo de uso de borde costero	2018-2019	IMA Turismo + Medio Ambiente	sin información	FNDR (PEDZE) PMU-SUBDERE	Creación de oficina	Oficina creada	Idea

CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA OFERTA; Y CAPITAL HUMANO

Objetivo Estratégico “Generar conciencia turística y el valor de la hospitalidad dentro de la ciudadanía”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Plan de sensibilización y concientización turística en la población (hospitalidad, medioambiental y patrimonial). Está vinculado al Plan Foco Destino	2018-2020	SERNATUR - IMA	Sin Información	FNDR	2018: Plan postulado 2019: Plan en ejecución	-Comprobante postulación -Comprobantes ejecución parcial	Comprometido

Objetivo Estratégico “Crear programas pertinentes a las necesidades del rubro de la hospitalidad”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
CEM Centro Emprendimiento Municipal (CAPACITACIÓN) Levantamiento Líneas de apoyo: Programa de formación para la competitividad, considerando necesidades de empresarios y clientes finales	2017-2018	Fomento Productivo IMA	100 MM por programa	IMA, Sence, Sercotec, CORFO y privado	Cantidad de programas levantados	Programas ejecutados	Comprometido

Objetivo Estratégico “Fortalecer la calidad y sustentabilidad de la oferta como pilar del desarrollo turístico”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Fortalecimiento Estratégico Cámara de Turismo	2017	CTA	32 MM	CORFO, CTA	Estado de avance programa de fortalecimiento	programa de fortalecimiento llevado a cabo	En Ejecución
Fortalecer asociatividad de turoperadores y gastronómicos	2018-2020	Sernatur	sin información	FNDR	Asociatividad formalizada	2 grupos asociados	Idea

GESTIÓN SUSTENTABLE DEL TERRITORIO

Objetivo Estratégico “Fomentar iniciativas (público y/o privadas) que apunten a la conservación turística del territorio”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Confección de manuales informativos en materia de estándares mínimos de seguridad esperados por el visitante	2018	Turismo IMA SERNATUR	5 MM	IMA	Manuales creados	Existencia de manuales	Idea
Aumentar establecimientos con sellos de sustentabilidad, como resultado de APL y Plan Foco Destino	2018-2019	Agencia Sustentabilidad Sernatur	25 MM	Agencia Sustentabilidad-SUBTURISMO	Cantidad de establecimientos con sello. Se espera tener al menos 6	Registro de establecimientos con sello	En Ejecución
Ejecución Acuerdo de Producción Limpia (APL) sector turismo	2017-2018	Agencia Sustentabilidad	30 MM	Agencia Sustentabilidad SUBTURISMO CTA	Estado APL	Informe final APL ejecutado	En Ejecución

Objetivo Estratégico "Asegurar la actividad turística en el tiempo"

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Creación de la Corporación de Fomento Turística Municipal de Arica	2018-2019	Turismo IMA	Sin Información	-	Estatutos creados	Acta constitución Corporación	Idea
Instalación de puntos de reciclajes en los principales atractivos turísticos de la ciudad.	2018-2020	DIMAO, Turismo IMA	Sin Información	-	Puntos instalados	Puntos instalados y funcionando su plan de retiro de residuos	Idea
Mejorar aseo en polígono ZOIT. Dicha mejora debe abordar la reducción y reciclaje desde una perspectiva estructural	2018-2020	DIMAO IMA	Sin Información	SUBDERE (PRBIPE)	Número y cantidad de residuos tratados	Reportes empresa gestora	Idea
Política de reducción y Reciclaje de residuos sólidos (RSD) en la población	2018-2021	IMA	Sin Información	-	-	-	Idea

DESARROLLO DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Objetivo Estratégico “Generar las bases para el fortalecimiento y creación de nueva oferta de experiencias en las distintas vocaciones de la ZOIT”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Focalización de presupuesto al emprendimiento e innovación para aumento de oferta de servicios en borde costero, premiando propuestas que aporten en esta línea o haciendo llamados especiales relativos a la temática.	2018	CORFO	Sin Información	Sercotec: Semilla CORFO: Inversión y emprendimiento CORFO: DFL15 CONADI inversión y emprendimiento -	Bases de instrumentos con focalización pertinente a la ZOIT	Revisión bases y cantidad de proyectos apoyados	Idea
Incorporación de los vecinos en actividades turísticas.	2017	IMA, con apoyo de Sernatur y Juntas de Vecinos	Sin Información	-	Cantidad de alianzas realizadas con juntas de vecinos	Convenios de alianzas con juntas de vecinos	Idea
Estandarización del diseño de kioscos y carros de venta, tanto en el sector céntrico como en el borde costero. En las bases de concesión se estableció un diseño de quiosco para temporada estival	2018-2019	Turismo IMA. Capitanía de puerto está a cargo en zona costera. Sernatur apoya	Sin Información	-	Diseño kioscos y carros de venta	Revisión de kioscos y carros de venta	Idea
Contar con un equipo de mantención de los principales circuitos y atractivos turísticos.	2017	IMA	Sin Información	IMA	Formación del equipo	Presupuesto y plan de trabajo equipo mantención aprobado	Idea

Mejorar y regular oferta gastronómica asociada al Carnaval con la Fuerza del Sol	2018-2020	Turismo IMA	Sin Información	-	-	-	Comprometido
Desarrollo de Feria Gastronómica	2018	Turismo IMA SERNATUR, con apoyo de Inacap	Sin Información	Sectorial (INDAP, CORFO) FNRD	Realización Feria	-	Idea

PROMOCIÓN TURÍSTICA

Objetivo Estratégico “Aprovechar el uso de herramientas tecnológicas para generación de información relevante”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Incorporación de nuevas tecnologías a la oferta del Destino	2018-2020	SERNATUR	Sin Información	INNOVA CORFO FNDR - FIC	Informe Estado de avance proyecto	Proyecto ejecutado	Idea

Objetivo Estratégico “Diseño de estrategia de promoción para cada mercado”

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS	PLAZO ESTIMADO	RESPONSABLES (Responsable directo y equipo de apoyo)	MONTO REQUERIDO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	Estado (En ejecución, Comprometido, Idea)
Mesa de Promoción: Fortalecer acuerdos y alianzas que unifiquen el mensaje, contenidos, relato y propuesta de valor a comunicar por instituciones u organismos que desarrollen acciones promocionales del destino.	2018-2020	SERNATUR Turismo IMA CTA	Por definir	FNDR	Por definir	Por definir	En Ejecución

Creación imagen ciudad como destino turístico.	2018	Sernatur CTA Turismo IMA	Por definir	FNDR	Brandbook Imagen Ciudad Turística	Aplicación en diversas campañas	Idea
Realizar alianzas en la promoción con otros destinos cercanos (Iquique y con Tacna; Circuitos Integrados).	2018	CTA Turismo IMA Sernatur	2 MM	Cámaras de Turismo	Cantidad alianzas creadas	alianzas creadas entre cámaras	Idea
Creación de agenda de eventos.	2018	Turismo IMA , con apoyo de Sernatur	Sin Información	FNDR	Por definir	Por definir	En Ejecución

INSTANCIAS DE PARTICIPACIÓN

Etapa de postulación ZOIT

NOMBRE DE ACTIVIDAD	BREVE DESCRIPCIÓN	CONVOCANTE	LUGAR	FECHA	PARTICIPANTES
Taller Informativo ZOIT	Presentación de propuesta ZOIT al Consejo Directivo del PER "Turismo activo en el borde costero patrimonial"	Parte Interesada, IM de Arica y Sernatur	CORFO	Diciembre 2015	Miembros del comité directivo del programa estratégico regional PER

Etapa de Delimitación ZOIT

Taller de trabajo	Se presentó a la comunidad los objetivos de la delimitación de la ZOIT, y se invitó a realizar la delimitación del espacio según los atractivos y servicios existentes.	Municipalidad - SERNATUR	Teatro Municipal	04/02/2016	VERIFICAR CON LISTADO DE PARTICIPANTES.

Etapa Construcción Plan de Acción

Lanzamiento Etapa	Se presentó el proyecto de desarrollo del plan de acción y se motivó a los participantes para su futura participación	CTA, Sernatur	Hotel Arica	08-09-2016	CTA, Sernatur, Municipalidad, CORFO, SEREMI Economía, SEREMI MA, CPL, Sernapesca, CNCA, Subdere, CONAF, Centro de desarrollo de negocios, INACAP, TPA, Fundación Arica Activa, Fundación Altiplano, 12 Empresarios turísticos
Taller Ámbito Infraestructura	Facilito el taller Jorge Moller donde los asistentes realizaron diagnóstico para luego proponer objetivos estratégicos, líneas de acción	CTA, Sernatur	Hotel Amaru	4-10-2016	CTA, Sernatur, Municipalidad, CORFO, SEREMI Economía, SEREMI MA, CPL, Sernapesca, CNCA, Subdere, , INACAP, TPA, Fundación Arica Activa, Fundación Altiplano, Empresarios turísticos
Taller Ámbito Promoción	Facilito el taller Felipe Cadiz donde los asistentes realizaron diagnóstico para luego proponer objetivos estratégicos, líneas de acción	CTA, Sernatur	Hotel Amaru	4-10-2016	CTA, Sernatur, Municipalidad, CORFO, SEREMI Economía, SEREMI MA, CPL, Sernapesca, CNCA, Subdere, , INACAP, TPA, Fundación Arica Activa, Fundación Altiplano, Empresarios turísticos
Taller Ámbito Productos Turísticos	Facilito el taller Jorge Moller donde los asistentes realizaron diagnóstico para luego	CTA, Sernatur	Hotel Amaru	5-10-2016	CTA, Sernatur, Municipalidad, CORFO, SEREMI Economía, SEREMI MA, CPL, Sernapesca, CNCA, Subdere, , INACAP, TPA, Fundación

Taller Ámbito Gestión Sustentable	proponer objetivos estratégicos, líneas de acción Facilito el taller Jorge Moller, donde los asistentes realizaron diagnóstico para luego proponer objetivos estratégicos, líneas de acción	CTA, Sernatur	Hotel Amaru	5-10-2016	Arica Activa, Fundación Altiplano, Empresarios turísticos CTA, Sernatur, Municipalidad, CORFO, SEREMI Economía, SEREMI MA, CPL, Sernapesca, CNCA, Subdere, , INACAP, TPA, Fundación Arica Activa, Fundación Altiplano, Empresarios turísticos
Calidad y sustentabilidad de la oferta en Capital Humano	Facilito el taller Rene Fischer, donde los asistentes realizaron diagnóstico para luego proponer objetivos estratégicos, líneas de acción	CTA, Sernatur	Hotel Amaru	6-10-2016	CTA, Sernatur, Municipalidad, CORFO, SEREMI Economía, SEREMI MA, CPL, Sernapesca, CNCA, Subdere, , INACAP, TPA, Fundación Arica Activa, Fundación Altiplano, Empresarios turísticos

El presente Plan de acción es el resultado de un proceso largo, donde los cambios de autoridades municipales, como también el reglamento de las Zonas de Interés Turístico, cambiando el rol y protagonismo de los municipios, este escenario han generado la oportunidad de en el tiempo ir depurando y actualizar la información.

El trabajo se inicia en Diciembre del 2015 con un taller informativo para durante el año 2016 desarrollar la propuesta de ZOIT y sus límites en el primer semestre, durante el segundo semestre y asociado al desarrollo de la fase de diagnóstico del Acuerdo de Producción Limpia para el sector, se cuenta con el apoyo de la empresa consultora Valor Sustentable en el levantamiento de información para el desarrollo del Plan de Acción, proceso que tiene en los talleres por cada uno de los ámbitos de acción del ZOIT el desarrollo participativo de la actual propuesta. Luego el cambio de autoridades municipales implico esperar que la nueva administración se instalara en el municipio para concordar con los equipos técnicos los énfasis y visión estratégica del plan preliminar, es así que durante el año 2017 finalmente se realiza un trabajo técnico participativo con distintas unidades del municipio para lograr el presente Plan.

Este plan es coherente a la estrategia municipal y hace sinergia a lineamientos estratégicos que se ha planteado el municipio para este periodo. El presente plan es ambicioso en lograr por primera vez coordinar, concordar y comunicar una estrategia compartida para el logro de un objetivo compartido entre distintos actores claves para el desarrollo turístico de nuestra ciudad, el desafío es lograr crear la Corporación Municipal de Fomento que pueda darle sostenibilidad en recursos a una necesaria estructura que pueda permanecer en el tiempo como sostén de este plan y sus futuras versiones.

ANEXOS

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

1. Alcalde de Arica
2. Seremi de economía
3. DR de Corfo
4. DR CNCA
5. DR SERCOTEC
6. Seremi MOP
7. AG Cámara de Comercio
8. Museo del Mar
9. Agrupación Guías
10. EPA Empresa Portuaria de Arica

Verificadores de instancias de participación en el Plan de Acción.

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



Taller Ámbito Infraestructura



Taller Ámbito Promoción



Taller Gestión Sustentable



Taller Producto Turístico



Taller Calidad y sustentabilidad de la oferta en Capital Humano

Para mayor información visitar el sitio web: <http://www.subturismo.gob.cl/zoit/>

Desde ahí podrá descargar la guía para el desarrollo del Plan de Acción ZOIT.

Para otras consultas específicas, se sugiere escribir a la dirección de contacto disponible en:

<http://www.subturismo.gob.cl/zoit/contacto/>