



**CORPORACION DE DESARROLLO  
DE ARICA Y PARINACOTA**

***Impulsando el progreso y la unión de la nueva Región***

## Reflexiones para iniciar la conversación...

La Asociatividad suele ser un término o concepto “de moda” y ampliamente utilizado en el lenguaje actual, sin embargo, las experiencias prácticas que demuestran su efectividad aún parecen ser incipientes.

**¿ Qué hechos deben provocar el trabajo asociativo bajo objetivos comunes ?**

- Globalización de los mercados.
- La fuerte competencia de destinos turísticos (productos y servicios similares)
- La eficiencia empresarial (precios, costos, calidad, servicio)
- Innovación y avance tecnológico (nuevas ideas, mejores procesos)
- Los flujos turísticos (menores y mayores)
- Los diversos nichos de mercados, cada vez más exigentes y especializados.
- Fortalecer el sector económico.
- Un nuevo modelo de Región (autonomía y organización)

## **Generar confianza ... Factor clave para avanzar, crecer y generar riqueza**

---

En Arica – Parinacota hemos aprendido de las experiencias positivas y negativas que han surgido con los años. Esos hechos son válidos cuando decidimos compartirlos y hacerlos comunes.

En el último tiempo, han surgido diversas fórmulas e iniciativas de personas, empresas e instituciones que desean mejorar la situación actual y futura, con voluntad, con interés, compromiso y con un afán crítico, pero a la vez positivo y constructivo.

Esa acumulación de buenas voluntades, es el primer síntoma que indica que el estado de ánimo ha cambiado, transformando las lamentaciones en propuestas, en ideas, en compromisos y que el próximo paso es organizarnos para realizar acciones concretas, para el presente y el futuro de la nueva región que nace.

Para comenzar, es necesario ordenar ese optimismo, darle forma y estructura, para que el esfuerzo que nos hemos propuesto sea real, efectivo y concreto.

## Situación Actual y Potencial

---

Es de público y general conocimiento, que el Turismo es y será una de las principales actividades económicas que le den sustento a la nueva región.

Estamos frente a una oportunidad histórica, donde nosotros seremos parte de nuestras propias decisiones, que nos permitan enfrentar nuestro desarrollo económico y social.

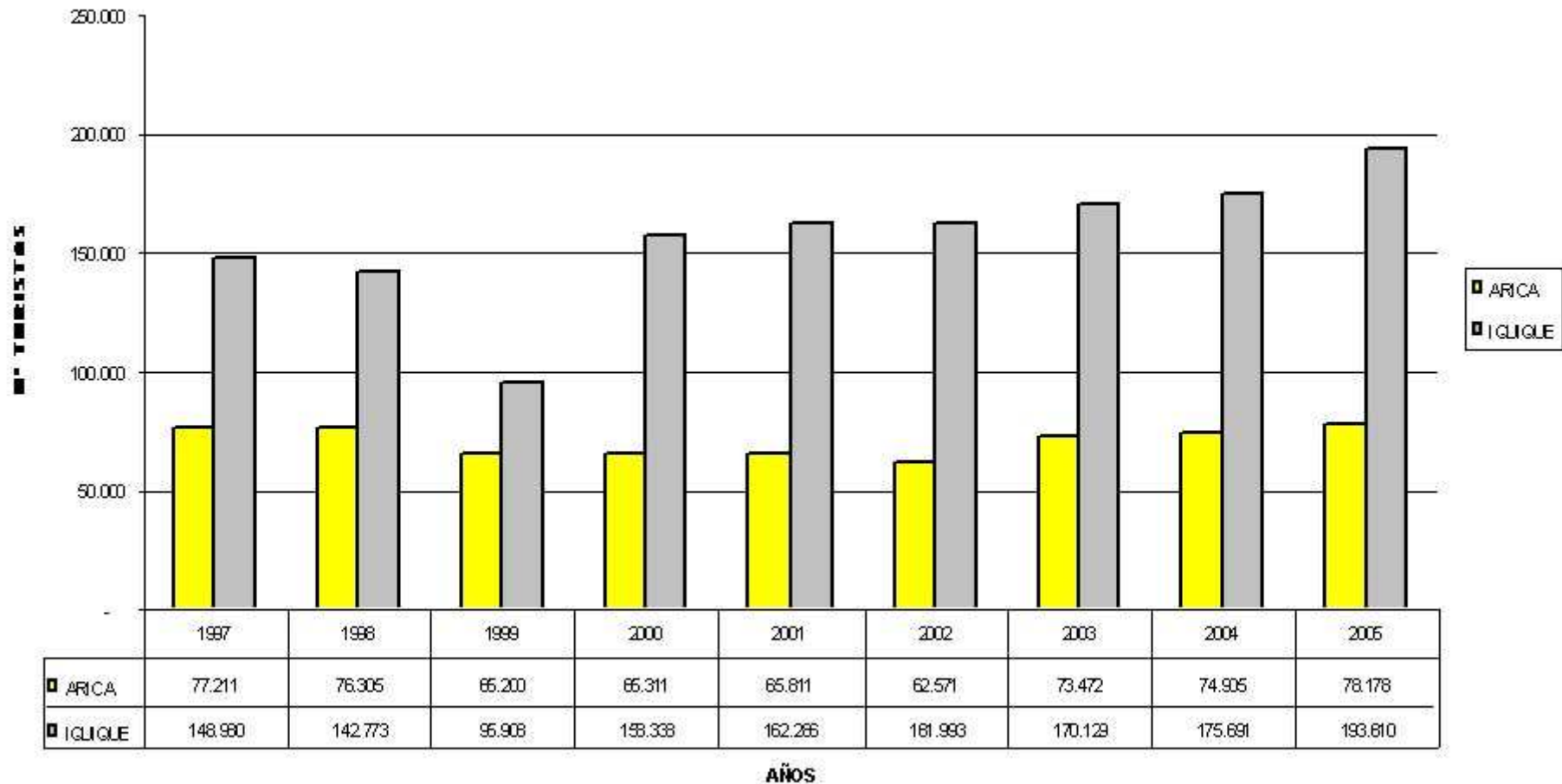
### Información General

- 10 % de crecimiento promedio anual en turistas extranjeros.
- Sobre 78.000 Turistas Nacionales al año.
- Sobre 35.000 Turistas Extranjeros visitan anualmente nuestro destino.
- Recalan 15 cruceros con sobre 14.000 pasajeros y 6.000 tripulantes por temporada.
- 69 Establecimientos de Alojamiento (registrados formalmente)
- 49 Agencias de Viajes y Tour Operadores.
- 112 Restaurantes

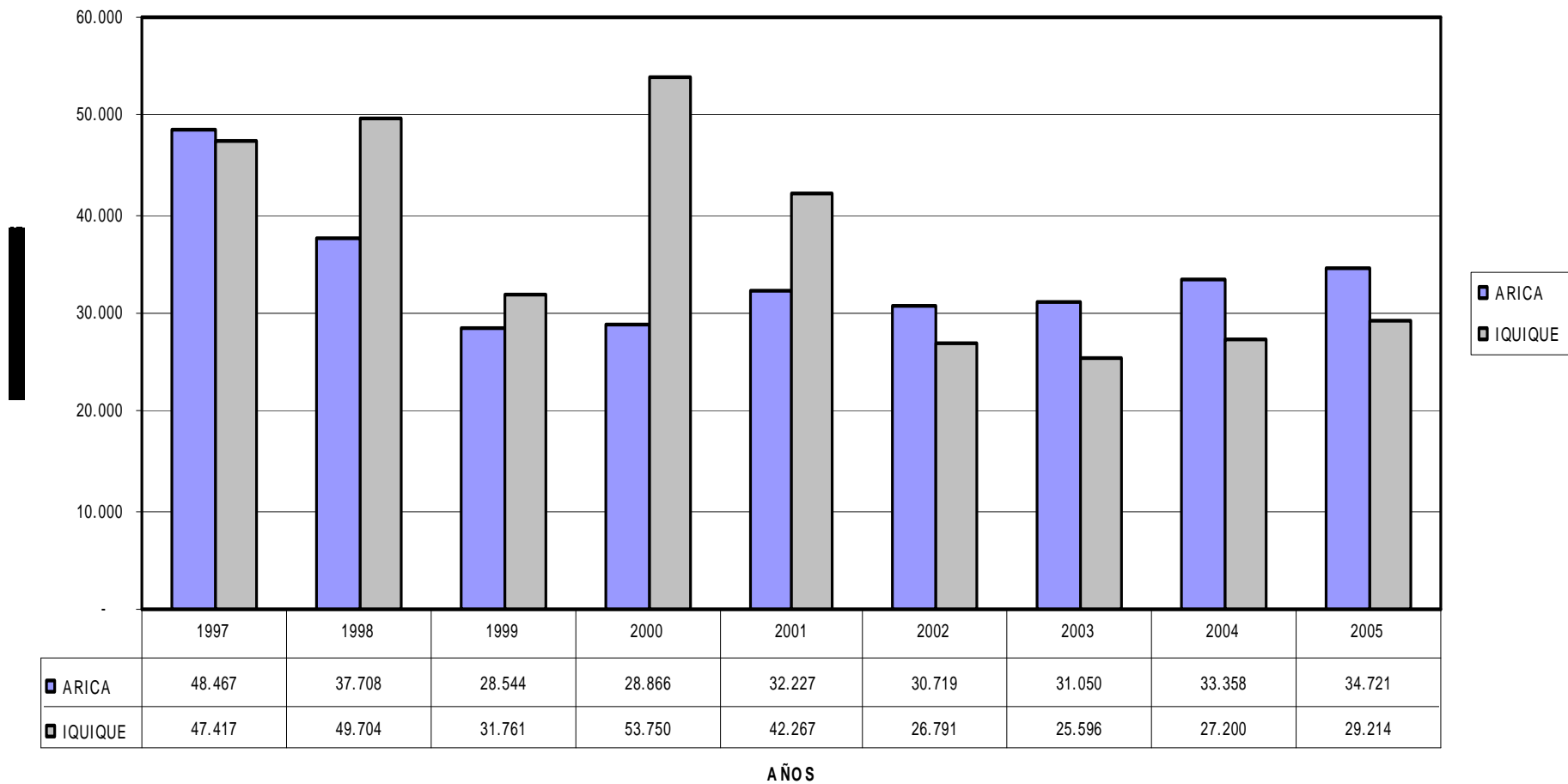


**Diagnóstico  
Estadísticas Generales y  
Tendencias**

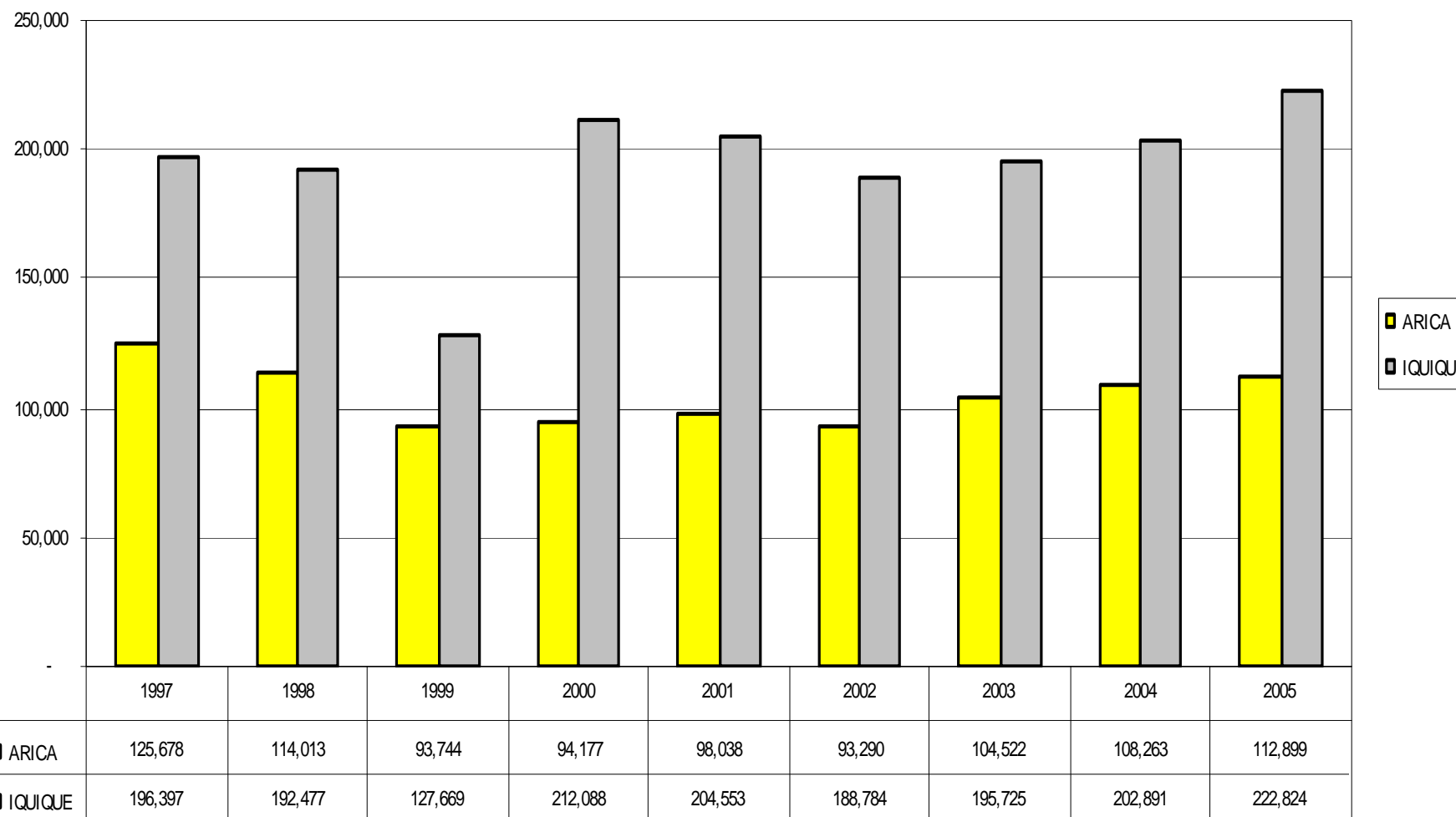
## Turistas Nacionales Llegados a Establecimientos de Alojamiento Turístico de la ciudad de Arica



# Turistas Extranjeros Llegados a Establecimientos de Alojamiento Turístico de la ciudad de Arica

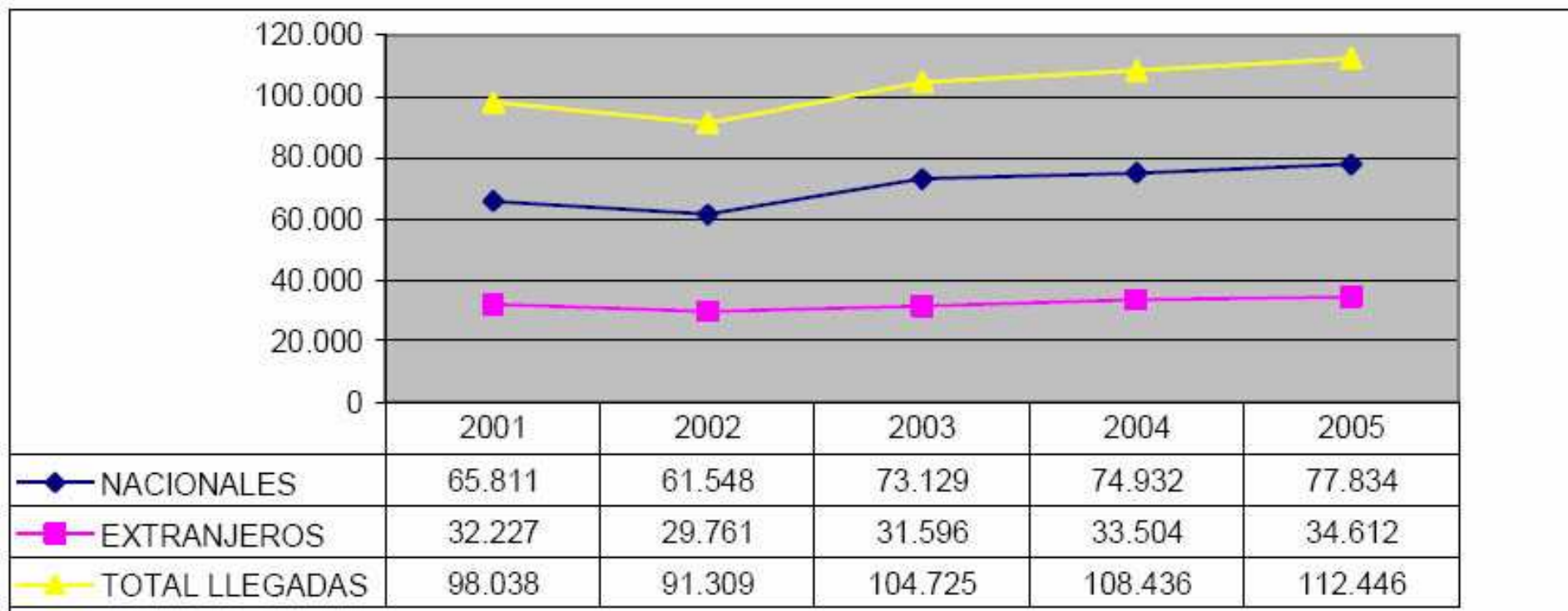


# Total de Turistas Llegados a Establecimientos de Alojamiento Turístico



AÑOS

# Llegadas de Turistas Nacionales y Extranjeros



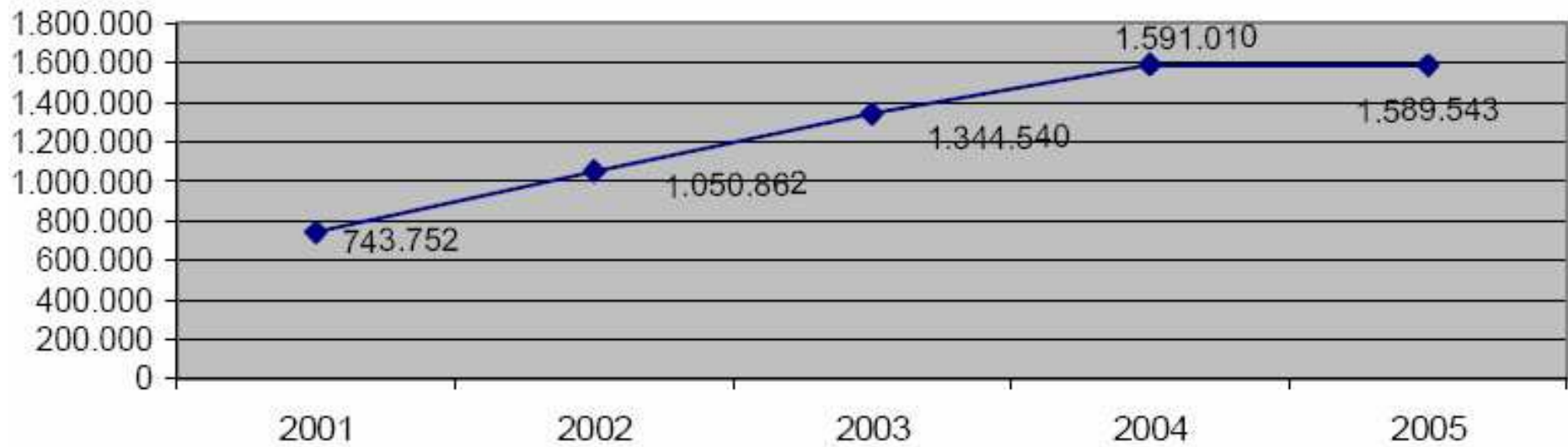
18,2 % Turistas Nacionales

7,4 % Turistas Extranjeros

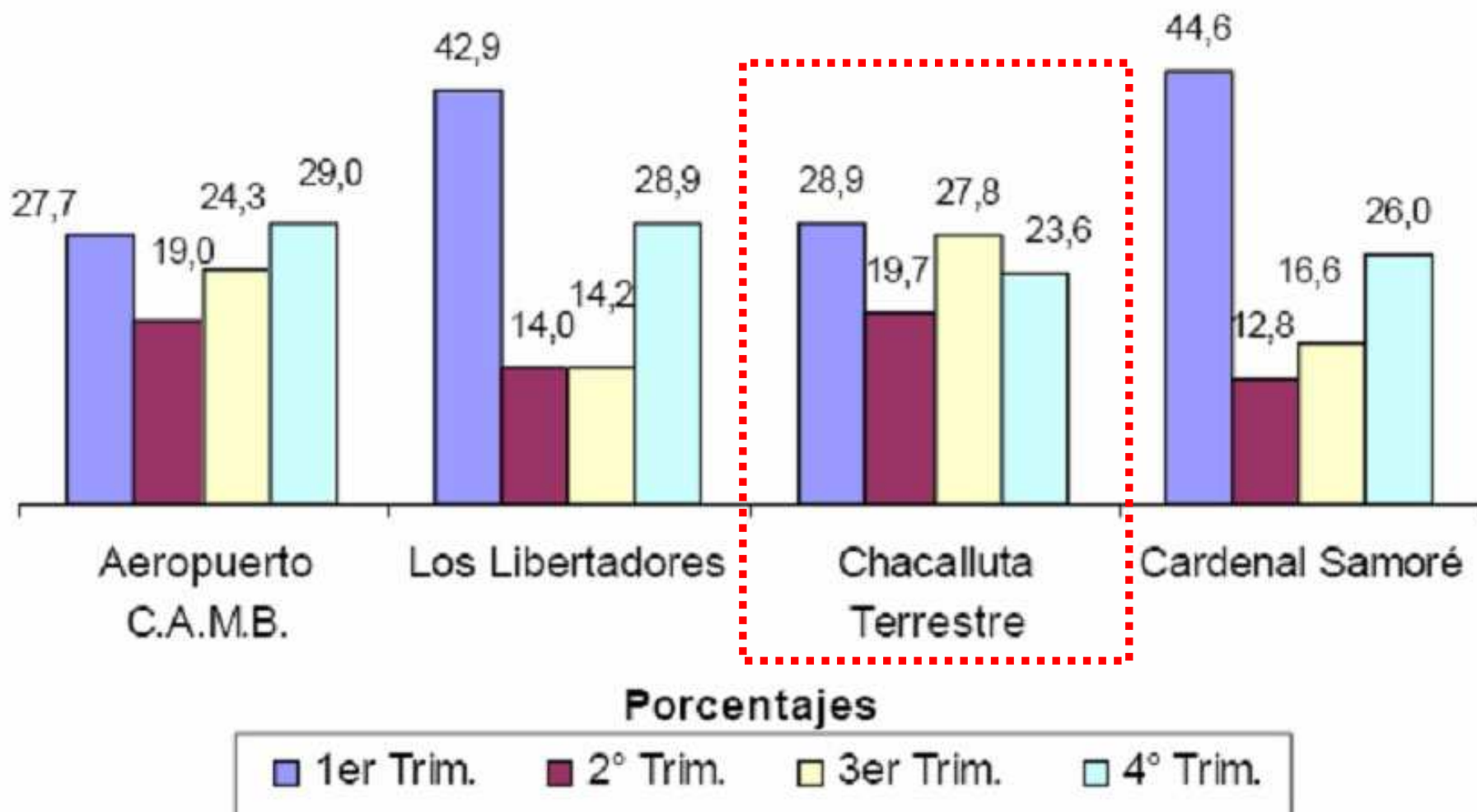
14,6 % Total Turistas

## Total de Turistas ingresados por el Paso Fronterizo Chacalluta / Terrestre

---



# Estacionalidad de las Llegadas de Turistas Año 2005



## Llegadas de Turistas residentes en el exterior

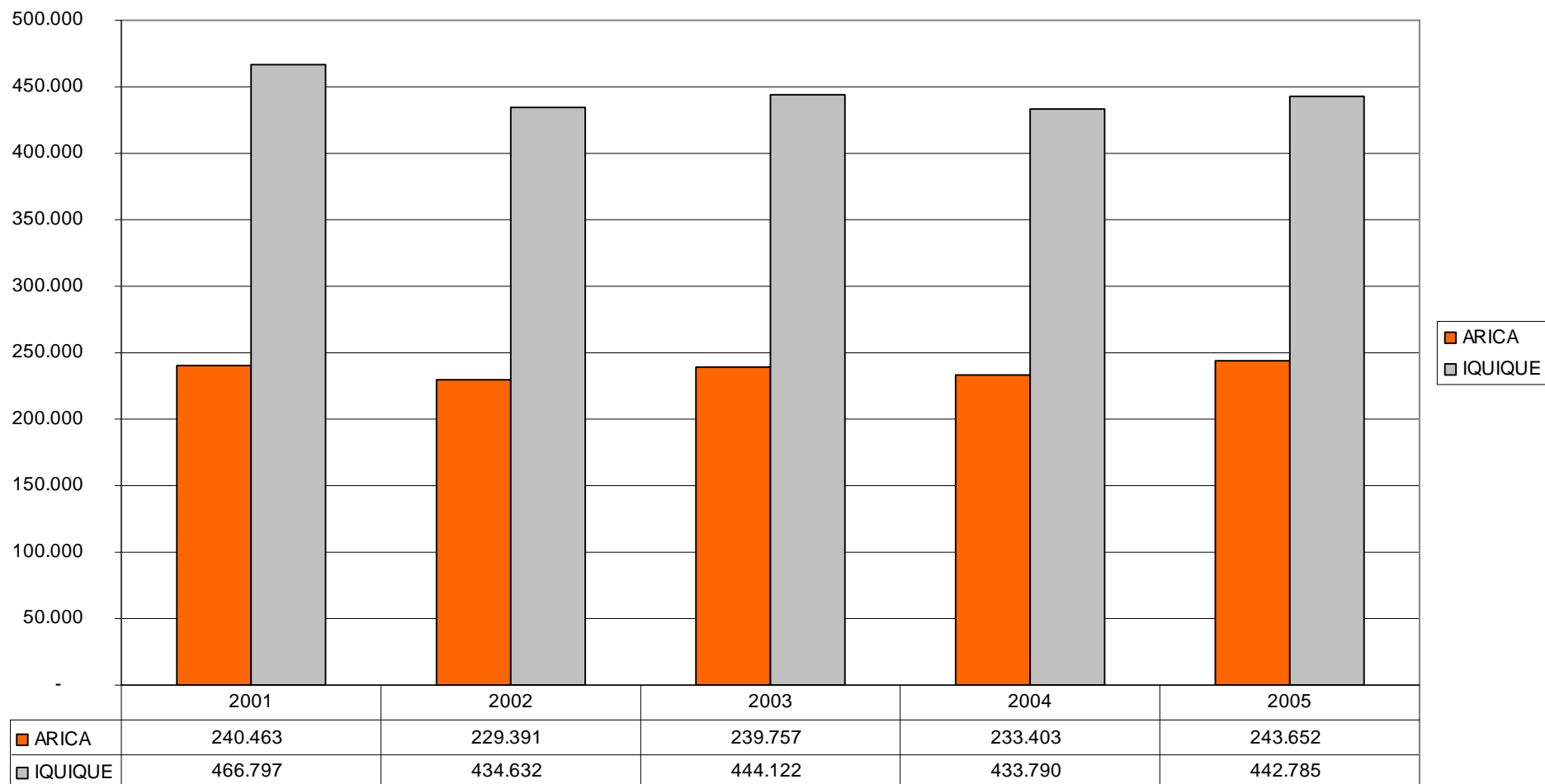
---

Lugar de Entrada	Llegadas	Permanencia Promedio (Días)	Gasto Promedio Diario Individual (US\$)	Ingreso de Divisas (US\$ Miles)
Aeropuerto C.A.M.B.	847.292	14,4	61,3	748.056
Chacalluta Terrestre	202.157	6,7	21,4	29.042
Chungará	81.572	10,2	18,9	16.382
Los Libertadores	328.373	14,3	18,1	84.773
Cardenal Samoré	109.163	9,3	25,3	25.833
Resto Pasos	548.328	13,6	22,0	163.741
<b>Total Turistas</b>	<b>2.116.886</b>	<b>12,9</b>	<b>39,0</b>	<b>1.067.827</b>

Cuenta Satélite – SERNATUR

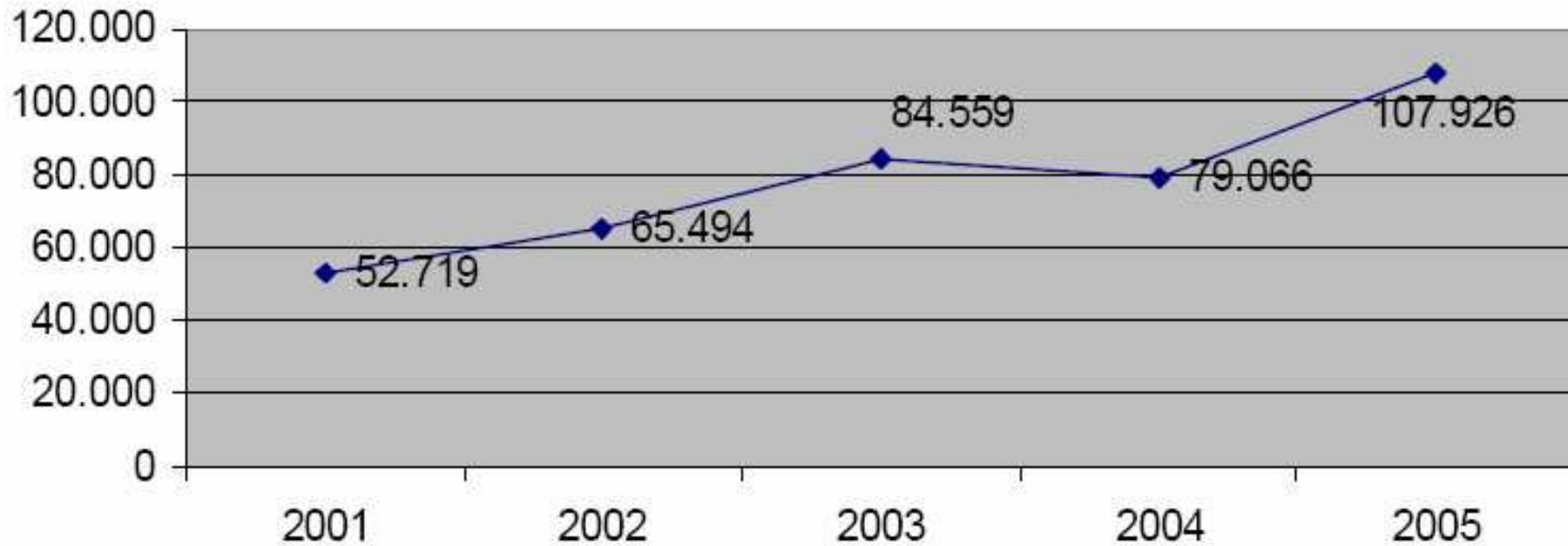
Año Base 2003.

## Total Movimiento de Pasajeros Aeropuerto Internacional Chacalluta



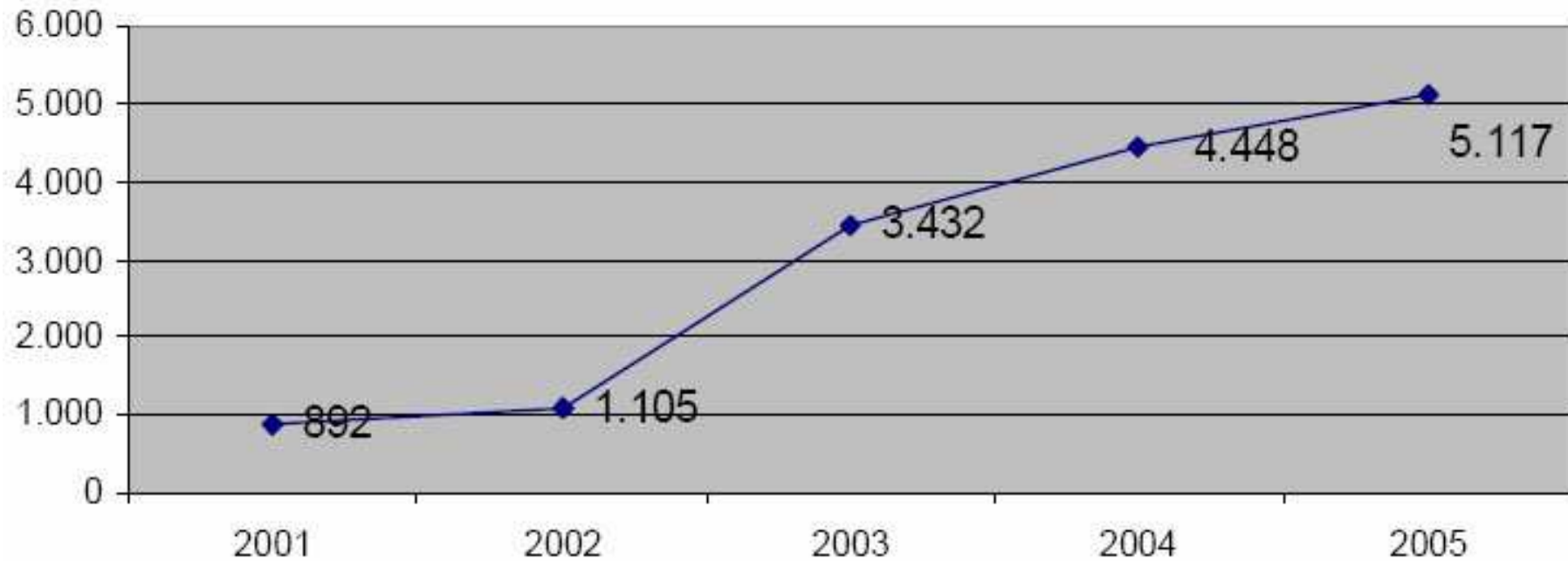
## Total de Turistas ingresados por el Paso Fronterizo Chungará – Tambo Quemado

---



Aumento 104,7 % en Ingreso de personas en calidad de Turistas.

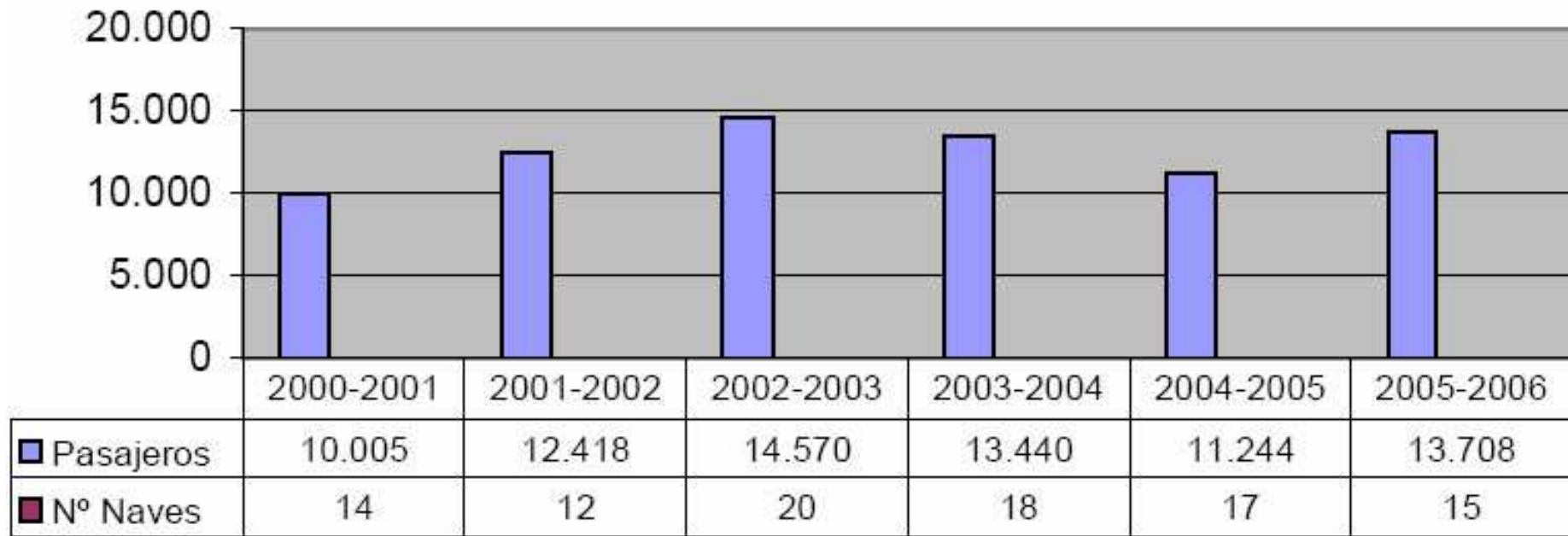
## Total de Turistas ingresados por el Paso Fronterizo Visviri



Aumento 473,6 % en Ingreso de Turistas.

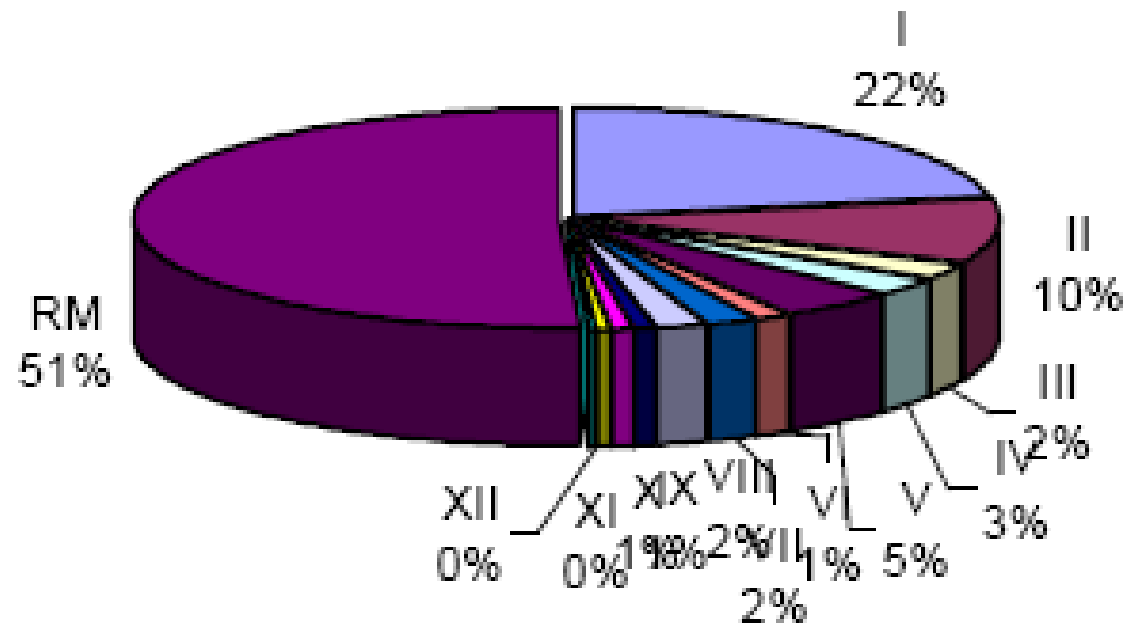
## Total de Pasajeros Llegados en Cruceros

---



## Procedencia de Turistas Nacionales

AÑO 2005



# Motivaciones y Segmentos de Mercado.

NEGOCIOS Y TIPOS DE TURISMO	MOTIVACIONES DE VIAJE Y PRODUCTOS	SEGMENTOS DE MERCADO / MERCADOS OBJETIVOS
Grandes Viajes	Interés y Conocimiento General, Turismo de Intereses Especiales, Turismo Aventura.	Turista Nacional, Turista de Larga Distancia y Países de Sudamérica en general.
Turismo Tradicional Vacaciones	Short Break (Escapadas) y Fines de semana especiales.  Sol, Playas, Compras y Entretenimiento.  Vacaciones de Invierno y Verano.	Turista Nacional, Turistas de Países Limítrofes, Adultos Mayores, Jóvenes, Giras de Estudio.  Países Limítrofes
Reuniones	Congresos Convenciones Incentivos Intercambio Universitario	Instituciones y Asociaciones Colegios Profesionales Grandes Empresas Universitarios nacionales y de países limítrofes.
Casinos de Juegos Resort Golf	Apostadores Familias Golfistas y deportistas	Turista Nacional Países Limítrofes Sudamérica
Turismo Residencial	Vacacional Segunda Residencia Largas Estadías	Zona Norte Países Limítrofes Adulto Mayor
Turismo de Negocios	Intercambio comercial	Ejecutivos de empresas Nacionales y Extranjeras.

# Mercados Geográficos Prioritarios



## En qué estamos ...

---

- Estrategia Ecoturística y Ejes Projectuales para el Desarrollo Turístico de Arica y Parinacota. (CORDAP)
- Programa Territorial Integrado de Turismo de Intereses Especiales PTI – CORFO.
- Programa Arica y Parinacota Emprende. (SERCOTEC)
- Programa de Difusión y Comercialización del Destino Turístico Tarapacá (SERNATUR)
- Arica Convention & Visitors Bureau (PROFO - CORDENOR)
- Programa Vacaciones Tercera Edad (SERNATUR – Grupo Hotelero)
- Ruta Altiplánica de Integración (MOP)
- Postulación de la Cultura Chinchorro como Patrimonio de la Humanidad, ante la UNESCO (UTA – GOBIERNO DE CHILE)

# 18 Medidas para el Desarrollo Turístico de Arica y Parinacota.

---

1. Zona Franca de Servicios Turísticos.
2. Integración Turística con países limítrofes.
3. Tráfico Aéreo con Libre Cabotaje.
4. Modificación y perfeccionamiento de la Ley Arica II.
5. Inversión Turística de las Áreas Silvestres Protegidas.
6. Planificación Turística Territorial
7. Arica Convention & Visitors Bureau
8. Subsidio Especial de Renovación Urbana
9. Renovación del Borde Costero de Arica.
10. Contribuciones de Bienes Raíces para fines turísticos.
11. Estrategia y Plan de Marketing específicos para AP.
12. Mayor financiamiento para Programa Territorial Integrado PTI - CORFO.
13. Plan de Recursos Hídricos y Construcción en Embalses.
14. Infraestructura turística y de Asistencia
15. Promover la Profesionalización de los actores del sector turístico.
16. Educación para el Turismo.
17. Fondos e Instrumentos de Fomento Productivo para el Turismo.
18. Implementación de los 6 Ejes Proyectuales.

# Proyectos Emblemáticos

---

- Proyectos definidos y consensuados.
- Enfocados a provocar verdaderos cambios y transformaciones.
- Definen la orientación turística del territorio.
- Grandes ideas, transformadas en grandes proyectos.
- Generan nuevos productos y servicios turísticos.
- Énfasis en el desarrollo de actividades empresariales y negocios relacionados.

# Tren de los Andes

## FCALP



Autocarril Bilard  
12 pasajeros

Generación del proyecto de Construcción y habilitación de un **Hotel - Escuela en Putre**, cuyo concepto estará basado en **altos estándares internacionales de calidad en infraestructura, equipamiento y servicios**, con el propósito de transformar este territorio en un importante **centro estratégico y de especialización**, orientado a satisfacer la creciente demanda de turistas de larga distancia, que recorren principalmente el circuito andino (Chile - Bolivia - Perú).



**Beneficios económicos y sociales, a través de múltiples oportunidades de emprendimientos y negocios para la comunidad local, asociada a la Red de Alojamiento Ecoturístico del Altiplano.**

# Hotel Escuela de Putre



Un sistema de especialización turística y enclave de una red de alojamiento ecoturístico.



Diseño Preliminar  
Arq. Manfreda Triebel

Generación de una **red de Alojamientos Ecoturísticos** y de **arquitectura típica** en las cuatro comunas de Arica y Parinacota, con el establecimiento de un **centro estratégico y de formación** situado en un Hotel -Escuela localizado en Putre, que constituiría la red de apoyo de alojamiento y estructura de los cinco ejes proyectuales.

# Red de Alojamiento del Altiplano



Miles de oportunidades, para cientos de kilómetros.



Generar una **Red de Lodges** en la **Provincia de Parinacota**, relacionada a la **Ruta Altiplánica de Integración**, como **producto turístico**, dirigido a mercados de **larga distancia**.



Incentivar y desarrollar **iniciativas turísticas emprendedoras**, bajo un **concepto único y original**, asociado a una ubicación privilegiada, una adecuada infraestructura, programas de actividades especializadas y servicios de calidad, en perfecta **armonía y respecto** por el medio ambiente y el ecosistema.



# Red de Corredores Ecoturísticos



Sendero de Chile, Ruta Altiplánica, Caminos del Inca, Ruta de la Plata Potosí - Arica; claves de una red de corredores de un millar de kilómetros.



Rutas escénicas de **alto valor paisajístico y ecológico**, que vinculan a las localidades y habitantes de las comunas rurales de Arica y Parinacota, generando **oportunidades de desarrollo y emprendimientos** asociados al **Turismo de Intereses Especiales**.

# Parque Natural del Litoral Ariqueño



Momias Chinchorro, Lobos Marinos y Acantilados sobre la corriente de Humboldt



Embarcación turística de **altos estándares internacionales**, propuesta para realizar el circuito marítimo por el litoral de la provincia de Arica.



Habilitación de **embarcaderos turísticos en las Caletas Vitor y Camarones**, conformando un **circuito marítimo escénico** caracterizado por impresionantes paisajes naturales, avifauna endémica y atractivos culturales de **jerarquía internacional**.

Una Aventura Inolvidable ...

# Plan de Recuperación del Borde Costero



Obras de infraestructura que conectan a la ciudad de Arica con el Mar.



Luminarias, Ciclovías y Tranvía



Puertos Deportivos & Marinas



Paseo Peatonal Costero



Restaurantes y Cafeterías



Señalética y Servicios al Turista  
Centros de Artesanía Típica  
Información Turística  
Accesos para discapacitados



Arica Convention Bureau  
Tiendas y Centro Comercial  
Comunicaciones e Internet Wi Fi  
Servicios de Transportes  
Exposiciones y Museos

# Museo Internacional de la Cultura Chinchorro



Centro del patrimonio histórico y cultural, de atracción turística mundial.



El **Museo Arqueológico de la Cultura Chinchorro**, constituirá el **principal icono cultural, histórico y turístico** de Sudamérica y específicamente de Arica y Parinacota, cuyo propósito principal será **conservar, investigar, y difundir** los vestigios arqueológicos que ilustran la evolución histórica de las diversas culturas presentes en el norte de Chile.

## Sitios propuestos:



Ex isla El Alacrán



Foldeos del Morro (Museo In Situ)



Playas Chinchorro - Los Machos

Diseñar el proyecto que posibilite la **construcción y habilitación de un museo monumental, interactivo, tecnológico, diferenciador**, y de **nivel Internacional**, que exhiba los vestigios de la Cultura Chinchorro y de épocas precolombinas existentes en las provincias de Arica y Parinacota.

# Programa de Promoción y Difusión del Destino



Estrategia de Marketing y Plan Comunicacional.



Estrategia de marketing, promoción, difusión y comercialización del destino turístico Arica Parinacota, en el mercado nacional, países limítrofes y larga distancia.

Campaña en medios masivos de comunicación.

Participación en Ferias nacionales e internacionales de turismo, generales y especializadas.

Realización de Workshops y Capacitación a tour operadores y agencias de viajes.

Material gráfico de difusión y orientación.

Generación de una marca para el destino.

# Puertos Pesqueros Turísticos



**Pesca y Turismo:** Actividades económicas unidas, integradas y complementarias.



Molos de Abrigo y/o calas



Puerto Deportivo y  
Pesquero Artesanal.



Habilitación Turística de  
Puertos



Servicios Turísticos



Actividad pesquera artesanal  
asociada al turismo



Aporte productivo y  
urbanístico

# Centro de Interés Turístico Nacional CEIT



Borde Costero Norte y Sur de Arica.



**Plan de Desarrollo del Borde Costero:**  
Obras de Infraestructura pública.  
Inversiones Privadas

Turismo, Comercio, Inmobiliaria, Deportes, Esparcimiento

# **Identificación de los “cuellos de botella”**

---

- 1. Conectividad aérea con los principales mercados emisores de turismo del mundo.**
- 2. Inversión en obras de infraestructura pública.**
- 3. Ordenamiento Territorial y Conservación del Medio Ambiente**
- 4. Mejoramiento Urbano**
- 5. Recuperación Paisajística y Urbanística**
- 6. Fortalecimiento de la Asociatividad**
- 7. Integración Turística y Facilitación Fronteriza.**
- 8. Capacitación y Especialización.**
- 9. Certificación de la Calidad de los Servicios Turísticos.**
- 10. Conformación y Comercialización de Productos Turísticos.**
- 11. Determinación de una marca del destino.**
- 12. Promoción y Comercialización Turística**
- 13. Fondos Especiales de Capital Semilla y Riesgo.**
- 14. Financiamiento Implementación de proyectos emblemáticos.**

# Tendencias del Turismo Internacional

---

- **Demanda:** a) crecimiento sostenido  
b) varios viajes al año
- **Oferta:** a) diversificación temática  
b) expansión geográfica
- **Turismo de I.E. y “experiencial” (*hacer, más que ver*)**
- **Mayor exigencia de calidad y autenticidad**
- **Seguridad**
- **Conciencia ambiental y social (sostenibilidad)**

# **Determinantes del éxito de los destinos turísticos.**

---

- **Calidad (en infraestructura y servicios)**
- **Seguridad**
- **Sostenibilidad demostrable (a turistas y a ciudadanos)**
- **Respuesta a los requerimientos y tendencias de los segmentos de la demanda**
- **Estrategias de marketing (y promoción) bien centradas (eficiencia en el uso de los recursos).**

# **Determinantes del éxito turístico de los destinos.**

---

- **Lugar de experiencias**
- **Diversidad de productos y consumidores.**
- **Actividades (mucho que hacer: Trekking, Observación de aves, deportes, eventos, compras, gastronomía, espectáculos)**
- **Innovación: recuperación urbana y novedades urbanísticas.**
- **Facilidad: acceso, señalización, información, estacionamientos, congestión, transportes, etc.**
- **Conectividad: los turistas participan y comparten con los ciudadanos.**

# Acciones para elevar la competitividad de los destinos turísticos.

---

- **Desarrollar la identidad local**
- **Transformar lugares comunes en puntos de identidad.**
- **Crear imagen y desarrollar símbolos.**
- **Crear zonas turísticas (Servicios, comercio, restaurantes, convenciones, áreas deportivas, entre otras)**
- **Responder a la imagen y a los símbolos.**

## **Modelos de acción local.**

---

- **Entes públicos**
- **Entes privados**
- **Asociaciones público- privadas**
- **Convenios de colaboración**
- **Coordinación nacional – local**
- **Financiamiento**

# **El rol crucial de las autoridades locales en turismo.**

---

- **En el Turismo, la coordinación es necesaria e indispensable. Es un sector fragmentado, transversal, amplio y diverso.**
- **La agenda y programación del trabajo debe ser una prioridad pública y privada.**
- **Las autoridades y/o líderes son responsables de muchas funciones fundamentales (planificación urbana, aseo, infraestructura, regulación)**
- **Apoyo al turismo a través de servicios de marketing, de información, etc.**

## **Gestión estratégica de destinos turísticos...**

---

- **Identidad, creatividad y diferenciación**
- **Mejoramiento de la calidad**
- **Innovación permanente**
- **Liderazgo Positivo**
- **Coordinación institucional**
- **Asociación con actores privados**
- **Participación ciudadana**
- **Monitoreo de resultados**

## Formulación Plan Maestro Turístico.

---

Un Plan Maestro es un instrumento de planificación en el que se plantea una imagen objetivo que se desea alcanzar en un determinado tiempo y las iniciativas y proyectos que se deben realizar para alcanzarla. La imagen objetivo puede entenderse como un modelo de la realidad que se quiere alcanzar en un lapso determinado de tiempo, que por lo general es a largo plazo (de 5 a 10 años).

La forma más concreta y directa de alcanzar los objetivos de gestión y por ende los estratégicos, es la realización de proyectos, los que se entienden como un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas con el fin de alcanzar objetivos específicos dentro de los límites de un determinado presupuesto y de un período dado.

# Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Arica y Parinacota

---

El Plan Maestro de Desarrollo Turístico de la nueva Región de Arica y Parinacota, debe ser un esfuerzo de las instituciones públicas con la directa colaboración de las instituciones privadas, que a través de un trabajo conjunto se debe lograr materializar un documento que pretende orientar el accionar turístico en la Región los próximos 5 años o más.

Para ello, también será necesario hacer coincidir este trabajo con un Plan Integral, Política de Turismo Regional, la Política Nacional de Turismo, y la Estrategia de Desarrollo Regional, entre otros.

En definitiva, tener claridad de lo que vamos a hacer en materia turística en un período acotable, medible y evaluable.

Es decir, definir concretamente al Turismo como Motor de Desarrollo, a través de un Plan de Acción.

## **Objetivo del Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Arica y Parinacota.**

---

Articular los componentes de la oferta turística de la nueva Región de Arica y Parinacota, de manera de configurar un destino turístico identificable, competitivo y diversificado, que posicione a la región como uno de los destinos turísticos más importantes a nivel nacional y de la macro región Andina.

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

---

A continuación se presentan los objetivos estratégicos, objetivos de gestión e ideas de proyectos que sería necesario lograr para alcanzar la imagen objetivo propuesta.

Los objetivos estratégicos que se proponen a continuación están formulados orientándose a cinco áreas que se consideran estratégicas, es decir claves, para el desarrollo del turismo en la Región.

## **AREAS ESTRATÉGICAS**

- a) Recursos Humanos (formación y especialización)**
- b) Calidad de los Servicios Turísticos y relacionados.**
- c) Oferta turística e Infraestructura.**
- d) Planificación Territorial y Sustentabilidad.**
- e) Demanda y promoción turística.**

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

---

## a. ÁREA ESTRATÉGICA I: RECURSOS HUMANOS

### **Objetivo Estratégico N° 1:**

“Fomentar la capacidad empresarial de las personas que dirigen y trabajan en las empresas turísticas de la región”.

### **Objetivo Estratégico N° 2:**

“Fomentar la conciencia turística en la población en general y en los actores del turismo regional”.

### **Objetivo Estratégico N° 3:**

“Contribuir al establecimiento de una coordinación permanente entre la gestión pública y la privada del sector turístico regional”.

### **Objetivo Estratégico N° 4:**

“Contribuir al posicionamiento del turismo como un área prioritaria en la agenda pública regional”.

### **Objetivo Estratégico N° 5:**

“Fortalecimiento institucional de la Dirección Regional de Turismo” y otras instituciones públicas y privadas relacionadas directa e indirectamente.

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

---

## **b. ÁREA ESTRATÉGICA II: CALIDAD DE LOS SERVICIOS**

### **Objetivo Estratégico N° 1:**

“Mejoramiento en los estándares de calidad de los servicios turísticos ofrecidos”. Acogerse a las nuevas normas INN.

## **c. ÁREA ESTRATÉGICA III: OFERTA TURÍSTICA E INFRAESTRUCTURA.**

### **Objetivo Estratégico N° 1:**

“Mejoramiento de la infraestructura, servicios básicos y equipamiento turístico de la región”.

### **Objetivo Estratégico N° 2:**

“Diversificar la oferta regional y generación de nuevos productos turísticos”.

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

---

## OFERTA TURÍSTICA E INFRAESTRUCTURA.

- Mejoramiento y mantención de rutas interiores y rurales (sin asfalto)
- Mejoramiento de infraestructura en Pasos Fronterizos.
- Mejoramiento de Rutas de Conexión nacional y con países vecinos.
- Abastecimiento de Recursos Hídricos y Construcción de Embalses
- Implementación de Circuitos autoguiados y centros de interpretación.
- Implementación de señalética turística.
- Habilitación y protección de sitios arqueológicos.
- Habilitación y Recuperación del Borde Costero.
- Habilitación Carretera Costera Arica – Tacna.
- Definición y mejoramiento del Puerto Pesquero Artesanal.
- Reparación y reforzamiento del Morro.
- Reparación de la vía Férrea FCALP y habilitación turística de sus estaciones.
- Creación de una Red de Museos.
- Habilitación y Puesta en valor de atractivos de Jerarquía 2 y 3.

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

---

## d. ÁREA ESTRATÉGICA IV: PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y SUSTENTABILIDAD.

### **Objetivo Estratégico N° 1:**

“Procurar un desarrollo turístico planificado y sustentable en el tiempo utilizando de manera racional los recursos turísticos naturales y culturales con que cuenta la Región de Arica y Parinacota”.

### **Objetivo Estratégico N° 2:**

“Elaborar, definir y presentar Planes Reguladores Comunales y Seccionales”. Guías arquitectónicas.

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

## e. ÁREA ESTRATÉGICA V: DEMANDA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

### **Objetivo Estratégico N°1:**

“Gestionar la elaboración de instrumentos necesarios para el mejor conocimiento de los mercados objetivos, competencia y canales de promoción”. Definición del Perfil del Turista.

### **Objetivo Estratégico N° 2:**

“Procurar la difusión de los productos turísticos ofrecidos por la Región de Arica y Parinacota en los mercados objetivos y Nichos específicos de Mercado.  
”

### **Objetivo Estratégico N° 3:**

“Desarrollar acciones que faciliten la comercialización de los productos turísticos de la Región de Arica y Parinacota”.

### **Objetivo Estratégico N° 4:**

“Elaborar y presentar un Programa de Promoción, Difusión y Comercialización del destino Turístico Arica y Parinacota”.

# Propuesta de Áreas Estratégicas para el Plan Maestro.

---

## DEMANDA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

- Aumentar las divisas y la permanencia por concepto de turismo receptivo.
- Crecer en número de turistas desde mercados en los cuales, Chile y Arica Parinacota se presentan con ventajas competitivas (por su producto y menor costo).
- Reducir la marcada estacionalidad de la demanda turística.
- Aumentar la demanda de mercados con alto ingreso de divisas.
- Lograr mayor diversificación en la procedencia de la demanda.
- Recuperar el flujo de turistas de Países Limítrofes.

## Entonces, qué debemos hacer ?

---

Debe surgir una organización Pública – Privada, que permita trabajar juntos, concentrar los esfuerzos y darle sentido a todas las iniciativas y proyectos que se vienen impulsando.

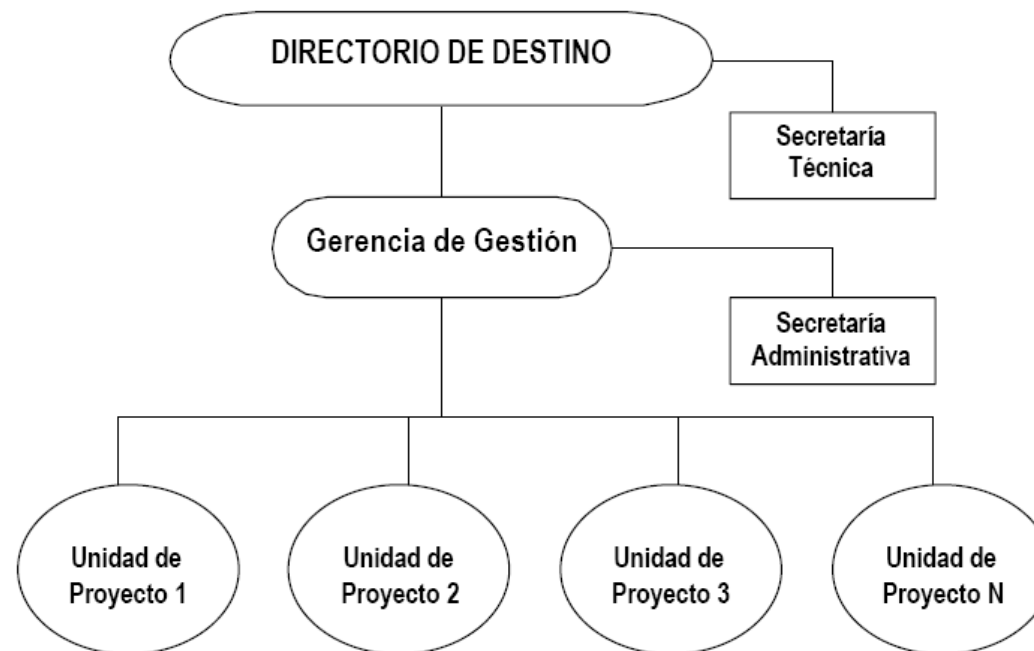
Es así, como debemos conformar un equipo de trabajo específico, práctico, analítico, resolutivo y ejecutivo; y por sobre todo “comprometido”.

Posteriormente, debemos ordenar las ideas y transformarlas en proyectos emblemáticos, pensando en grandes realizaciones, pero sin descuidar los detalles y la forma de enfrentar los hechos que se observan en la actualidad, con una mirada de futuro.

Asimismo, definir los nichos y mercados objetivos, para saber donde y como orientar nuestras fuerzas.

# Gestión Integral de Destinos Turísticos

Ente Director del Plan	⇒	Directorio o Comisión
Ente Ejecutivo de Gestión	⇒	Gerencia de Gestión
Entes Ejecutivos de Proyectos	⇒	Unidades de Proyectos



# Gestión Integral de Destinos Turísticos

---

1. Desarrollo de Recursos Humanos
2. Gestión de Calidad de los Servicios Turísticos.
3. Gestión Sostenible del Destino.
4. Desarrollo de Productos
5. Posicionamiento de la Imagen del Destino.
6. Sistema de Información para la Gestión Turística.
7. Desarrollo de Tecnologías para la Gestión Turística
8. Gestión en Infraestructura Turística.



CORPORACION DE DESARROLLO  
DE ARICA Y PARINACOTA

**Gracias**

---

**Peter Müffeler Vergara**

Asesor en Turismo