



DIVISION JURÍDICA
DCA
920023213

**APRUEBA PLAN DE ACCIÓN DE ZONA DE INTERÉS
TURÍSTICO DE LASTARRIA-BELLAS ARTES.**

R. A. EXENTA N° 148 /

SANTIAGO, 13 DIC. 2013

VISTOS:

Lo dispuesto en la Ley N° 20.423; en el Decreto Supremo N° 172, de 2012, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba reglamento que fija el procedimiento para la declaración de zonas de interés turístico, especialmente en su artículo 19; en la Resolución Administrativa Exenta N° 136 de 2013, de ésta Subsecretaría; y en la Resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

Que con fecha 11 de diciembre de 2013, se dictó la Resolución Administrativa Exenta N° 136 que da inicio al plan de acción de la Zona de Interés Turístico de Lastarria-Bellas Artes.

Que con fecha 12 de diciembre de 2013, se la parte solicitante ingresó plan de acción de la Zona de Interés Turístico de Lastarria-Bellas Artes.

RESUELVO:

ARTÍCULO ÚNICO: Apruébase el plan de acción de la Zona de Interés Turístico de Lastarria-Bellas Artes, cuyo texto se transcribe a continuación:



PLAN DE ACCIÓN

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA, MARCO DE ACCIÓN Y GOBERNANZA

BARRIOS LASTARRIA-BELLAS ARTES

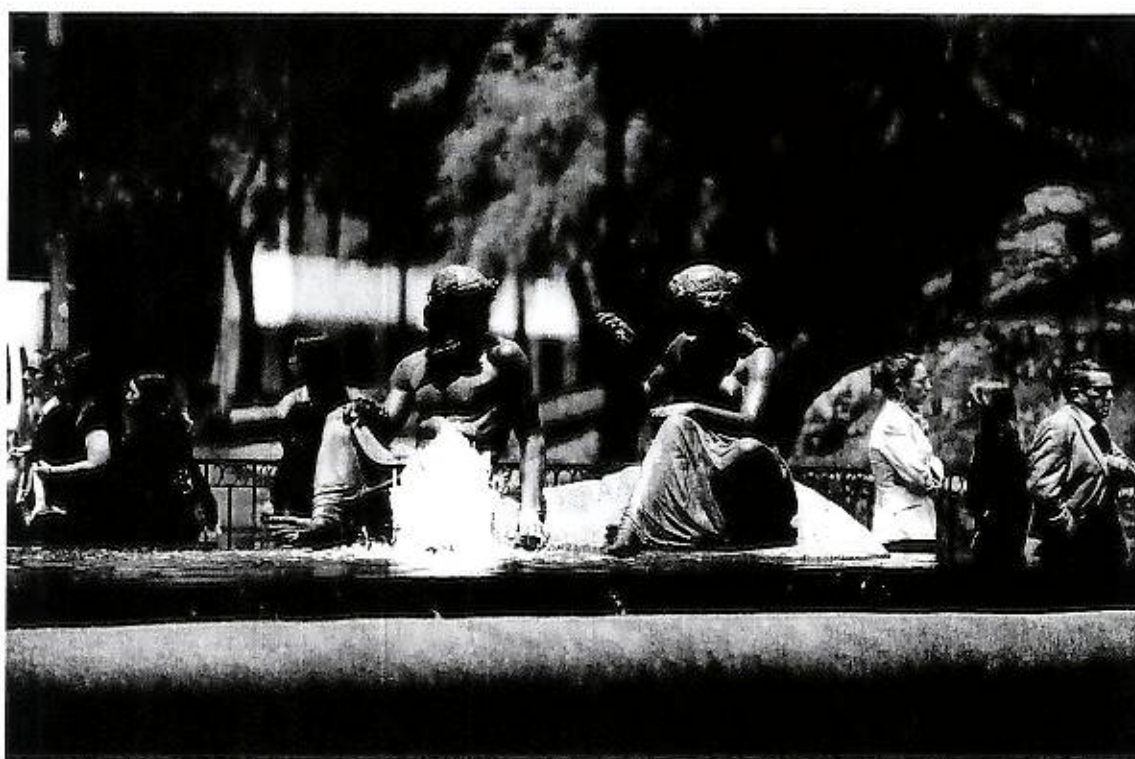


Tabla de contenido

1. DIAGNÓSTICO	3
Asociatividad entre actores relevantes	5
Inteligencia de Mercado	6
Inversión e infraestructura	8
Promoción y desarrollo de productos turísticos	10
Calidad y Capital Humano	12
Sustentabilidad	14
Sinopsis del Diagnóstico	16
2. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA	17
Visión	17
Misión	17
Valores	17
Objetivos generales de la propuesta	18
Objetivos específicos de la propuesta	19
Mejores prácticas	21
3. MARCO DE ACCIÓN	22
3.1 Propuesta metodológica para el levantamiento de las líneas de acción	22
A. Asociatividad entre actores relevantes	22
B. Inteligencia de Mercado	24
C. Promoción y desarrollo de productos turísticos	25
D. Inversión e infraestructura	30
E. Calidad y Capital Humano	35
F. Sustentabilidad	39
4. GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO	41
4.1 Definición de la Entidad Gestora	41
4.2 Plan de Finanzas: Presupuesto y Financiamiento	51
4.3 Seguimiento y evaluación	52
5. ANEXOS	54

1. DIAGNÓSTICO

Los barrios Lastarria, Bellas Artes, ubicados en el centro de Santiago, se han convertido en lugares ideales para los turistas porque se complementan muy bien y se consideran un gran panorama para pasar un día al aire libre. Sin duda, son un verdadero oasis camuflado en el bullicioso y ajetreado centro, considerado un paseo abierto para recorrerlo a fondo.



Fue denominado "Barrio Santa Lucía - Mulato Gil de Castro - Parque Forestal" por el Plano Regulador de la I. Municipalidad de Santiago, pero es reconocido por el consiente colectivo como Barrio Lastarria y Barrio Bellas Artes.

Su desarrollo urbano comenzó a mediados del siglo XIX, con la construcción de la Parroquia de la Vera Cruz, luego con los trabajos de remodelación del cerro Santa Lucía, la creación del Parque Forestal y la construcción del Palacio Nacional de Bellas Artes. Desde ese entonces, los barrios se consolidan como tal y llegan a vivir a ellos personajes importantes de nuestra historia, como doña Victoria Subercaseaux, esposa de Benjamín Vicuña Mackenna; Pedro Aguirre Cerda, ex presidente de Chile; el escritor y pensador liberal don José Victorino Lastarria; el arquitecto y pintor Nemesio Antúnez; el pintor Camilo Mori; el novelista Luis Orrego Luco, entre otros.

Se construyeron edificios y casas por renombrados arquitectos del siglo XX como Duhart, Bolton, Larraín Bravo, Prieto Casanova, Ernesto Ried, Luciano Kulczewski,

1. DIAGNÓSTICO

entre otros. De éste último, se encuentra la que fuera su casa y taller – en calle Estados Unidos –, construida en piedra, hoy declarada Inmueble de Conservación Histórica.



El sector fue declarado Zona Típica (ZT) en 1997, gracias a esta fascinante arquitectura, además de los monumentos históricos que le otorgan este valor al entorno: el Palacio de Bellas Artes, el Palacio Bruna, la Posada del Corregidor, la Iglesia de la Vera Cruz, entre otros.

El entorno se ha renovado constantemente, restaurando fachadas y recuperando viejas edificaciones, creando el paseo peatonal de la calle Lastarria, iluminando el Cerro Santa Lucía, la Iglesia La Merced y abriendo paso a los peatones en calle Monjitas y Esmeralda.

Al día de hoy, conforman una variada oferta turística que hacen de estos barrios un lugar ideal de estadía para los visitantes con la tranquilidad de barrios residenciales, pero a su vez, bohemios y entretenidos, con atractivos culturales, patrimoniales, arquitectónicos, gastronómicos, artísticos, de diseño independiente y vida parque tanto en el Cerro Santa Lucía como en el Parque Forestal.

1. DIAGNÓSTICO

Asociatividad entre actores relevantes

Para el desarrollo de la actividad turística, los barrios deben tener una alta asociatividad entre los actores turísticos relevantes y un adecuado entendimiento.

A continuación, se puede observar la integración del sector público y privado de los barrios, pero resulta clave avanzar a una gobernanza conjunta integrando también a la ciudadanía.

FORTALEZAS

- Conocimiento transversal de actores.
- Tamaño del barrio.
- Objetivos y proyectos comunes como barrio Lastarria, alta actividad entre actores y voluntad de organizarse, trabajar formalmente y capacidad de diálogo.

DEBILIDADES

- Falta una entidad dedicada a agrupar las iniciativas de los agentes del barrio porque los mecanismos de diálogo son poco concretos y no existe seguimiento.
- No concurren todos los actores.

OPORTUNIDADES

- Sinergias naturales y mezcla de intereses de asociatividad, comercial y social por el barrio.
- Enfrentar en conjunto nuevos mercados.

1. DIAGNÓSTICO

AMENAZAS

- Falta de interés en grupos o instituciones importantes.
- Que los actores dejen de tomar decisiones de manera participativa y comiencen a velar por sus intereses propios.
- Poca representatividad del Barrio Bellas Artes.

Por lo tanto, la variable clave es una entidad dedicada a la asociatividad, agrupar iniciativas, mecanismos de diálogo y seguimiento, para velar por los intereses del barrio y enfrentar en conjunto los nuevos mercados y oportunidades.

Inteligencia de Mercado



Se necesita información y estadística de mercado de la actividad turística, mecanismos de levantamiento y actualización de información, instancia de análisis de información y nivel de registro de servicios turísticos para superar brechas o barreras de desarrollo y crecimiento. Todo para conocer el estado actual del turismo en el sector, con claridad y análisis de sus cifras e indicadores,

abordándoles integralmente, con adecuadas intervenciones y uso de datos en acciones futuras.

FORTALEZAS

- Existencia de gran cantidad de información en empresas y organismos que recogen datos del entorno.
- Cohesión de los actores, disponibilidad de datos (empresariales)

DEBILIDADES

- Falta de una metodología para levantar información y herramientas factible para procesarla.
- Inexperiencia.
- No existe información completa de la zona.

OPORTUNIDADES

- Procesar información existente para la toma de decisiones, proyectos y promoción del barrio.

AMENAZAS

- No contar con parámetros para el análisis de datos, que vayan de lo general a lo particular.

Por lo tanto, lo clave es lograr el acceso y disponibilidad de actores y entidad a los datos e información que recogen empresas y organismos. Así levantar y procesar la información y definir parámetros de análisis, todo para la toma de decisiones conjuntas de la zona.

1. DIAGNÓSTICO

Inversión e infraestructura

Los barrios deben ser competitivos respecto del entorno en el que se mueven, en este ámbito el estado de infraestructura pública y privada, equipamiento y servicios básicos, son esenciales para fortalecer el flujo de turistas y empresarios del sector. Existen importantes inversiones en los barrios, tanto públicas, como privadas, pero es preciso continuar mejorando en este aspecto para abordar los desafíos futuros del destino.



FORTALEZAS

- Hoteles de calidad.
- Barrios llamativos para la inversión turística.
- Zona en el centro de Santiago, ubicación que permite fácil acceso y conectividad.
- Servicios básicos resueltos.

1. DIAGNÓSTICO

DEBILIDADES

- Falta de infraestructura en el espacio público y equipamiento turístico, como estacionamientos para buses turísticos, que permitan una mejor experiencia al turista.

OPORTUNIDADES

- Creciente interés por parte de inversionistas, por alta llegada y centralización de visitantes.

AMENAZAS

- Excesivo flujo de visitantes.
- Que se deteriore el barrio y se desvalore la inversión.
- Desarrollo de otras zonas.
- Inseguridad, relacionada con: la delincuencia, comercio sexual, protestas y desmanes.

Por lo tanto, es clave la petición a las autoridades competentes de infraestructura básica pública y turística, manteniendo la calidad, accesibilidad y conectividad de los barrios. Para así también enfrentar la actividad turística y seguridad, todo para sustentar el existente interés inversionista de la zona.



1. DIAGNÓSTICO

Promoción y desarrollo de productos turísticos

La promoción y el desarrollo de productos turísticos deben ser constantes y crecientes para rentabilizar las inversiones, aumentar el flujo de visitantes y los beneficios del sector.

FORTALEZAS

- Presencia de organizaciones públicas y privadas que cuentan con productos que ofertar de calidad y diversidad. Gran oferta hotelera, gastronómica y cultural.
- Los nombres de los barrios ya tiene identidad.
- Fomento patrimonial.
- Algunos espacios culturales más importantes de Chile están presente en los barrios.
- Posibilidad de dar espacio a nuevas ideas de negocio y levantar servicios y productos con insuficiente presencia, para una oferta transversal y atractiva para los turistas y vecinos en todos sus momentos del día.

DEBILIDADES

- Falta de empaquetamiento de productos turísticos.
- Falta de un lugar donde encontrar información total de nuestros barrios.
- No aprovechamiento total del valor patrimonial de la zona.

OPORTUNIDADES

- Interés de la prensa y publicaciones nacionales e internacionales.
- Barrios con riqueza patrimonial, cultural, artística y gastronómica, y áreas verdes estando en el centro de Santiago.
- El auge del turismo cultural y de ocio, como un incentivo para la economía local.
- Aumento de turistas de negocio (27,4%) y su concentración en la comuna de Santiago, donde sus principales actividades en tiempos libres, son el consumo cultural y gastronómico.

1. DIAGNÓSTICO

AMENAZAS

- Que no se desarrollen iniciativas de promoción y desarrollo por parte de los agentes ni se prioricen estas materias.
- Ofertas similares de otros barrios.
- Que los barrios se conviertan sólo en un polo gastronómico y hotelero.

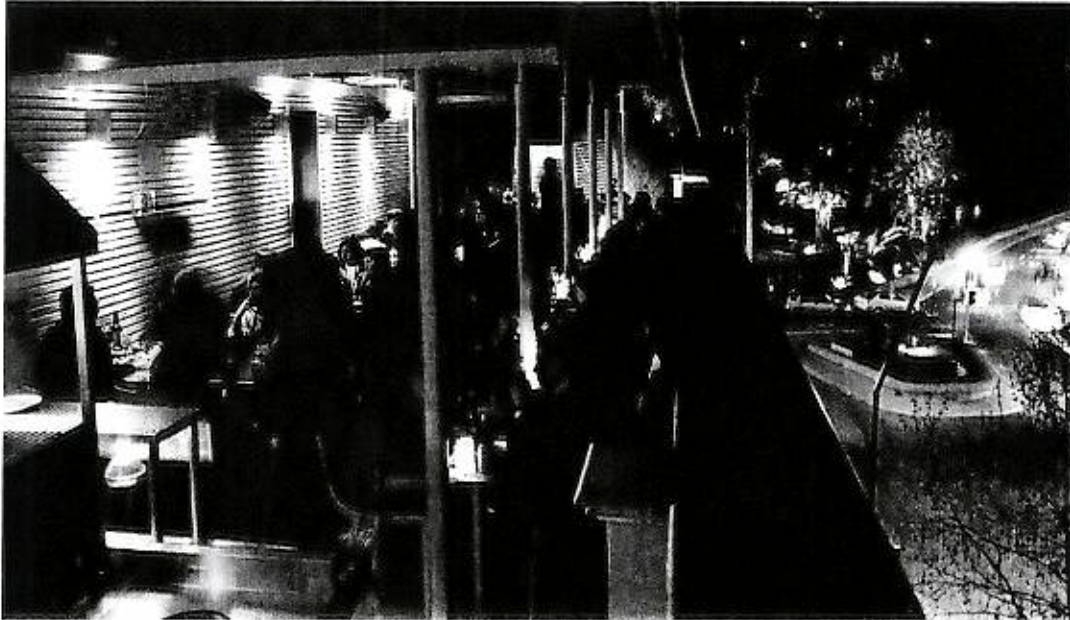


Por lo tanto, mantener y mejorar la calidad y diversidad en la oferta de productos y su empaquetamiento, basados en los atributos de la zona (patrimoniales, culturales, históricos, arquitectónicos, artísticos y gastronómicos), siendo clave aprovechar el aumento de turistas que consumen productos y actividades relacionadas a dichos atributos turísticos del barrio.

1. DIAGNÓSTICO

Calidad y Capital Humano

Las exigencias del mercado y las tendencias nacionales y mundiales para el turismo demandan nivel de competencias en los trabajadores del sector, existencia de capacitaciones, de sellos de calidad y sustentabilidad en los prestadores de servicios turísticos.



FORTALEZAS

- Nivel profesional de la oferta.
- Empresarios motivados por fomentar la calidad del servicio.
- Existencia de dos organizaciones territoriales y funcionales que realizan un gran aporte al desarrollo cultural y de barrio (J.V. Parque Forestal y ACLM)

1. DIAGNÓSTICO

DEBILIDADES

- Rotación del personal.
- Falta de registro y análisis de calidad de prestadores turísticos.

OPORTUNIDADES

- Existen cursos y mecanismos de capacitación.
- Fomento y apoyo para la adopción de sellos de calidad (Q y S)
- Apoyo para la adopción de certificados de competencias laborales que mejoran percepción de calidad de los servicios turísticos.

AMENAZAS

- Se pierda calidad en capital humano por falta de gestión.

Por lo tanto, es importante continuar mejorando las competencias y nivel profesional de los trabajadores del sector, utilizando los cursos y mecanismos disponibles de capacitación.

Al mismo tiempo, mejorar la protección y apoyo a los trabajadores.

Por otro lado es importante gestionar la calidad de la experiencia del servicio turístico, lo que se puede lograr a través de la gestión de prestadores turísticos y sus certificaciones.

1. DIAGNÓSTICO

Sustentabilidad



En esta temática es importante contar con acciones coincidentes con mantener el medio y la sustentabilidad del sector, para no perder el valor que entrega la conservación del patrimonio territorial y la orientación a un desarrollo turístico sustentable.

FORTALEZAS

- Preocupación generalizada y transversal.
- Conciencia de patrimonio, tradición zonal y cultural.
- Ambos barrios, y el entorno, se caracterizan por ser inclusivos y no discriminatorios, entregando ofertas específicas para extranjeros, inmigrantes, diversidad sexual y racial, lo que facilita la acogida de mayor diversidad de visitantes.

1. DIAGNÓSTICO

DEBILIDADES

- Falta de articulación de proyectos concretos en materia de sustentabilidad.
- Escasa preocupación actual por mejorar la recogida de la basura y la implementación por parte del Municipio de políticas de educación y desarrollo.

OPORTUNIDADES

- Interés generalizado en la ciudadanía y los agentes públicos y privados presentes en los barrios, en conocer y generar buenas prácticas en sustentabilidad.

AMENAZAS

- Llegada de grandes empresas (supermercados, inmobiliarias, etc.) que no respeten la identidad de los barrios.

Los barrios que son parte de esta Zoit, cuentan con organizaciones abocadas a la conservación e investigación activa del patrimonio tangible e intangible, como la Agrupación Cultural Lastarria Mistral, la escuela y recorridos por los barrios centrados en la figura del Arquitecto Luciano Kulczewski, realizados por la Junta de vecinos Parque Forestal, la Escuela de Arquitectos, GAM y otras entidades. Además, junto con el trabajo territorial realizado por el Centro Gabriela Mistral GAM y El Museo Nacional de Bellas Artes, que buscan integrar a las comunidades vecinas en el campo cultural, entre otras iniciativas, permiten visualizar amplias posibilidades de desarrollo en este ámbito.

1. DIAGNÓSTICO

Sinopsis del Diagnóstico

Los aspectos más relevantes del diagnóstico son la creación de una entidad gestora, la recopilación, el procesamiento y análisis de datos e información disponible, la asociatividad en seguridad en la zona, calidad en productos y capacitación y apoyo a los trabajadores.

Los valores y oportunidades de negocio son representados por un conjunto relevante y particular de potencialidades que hacen de este espacio, una oferta altamente atractiva para el turismo local, regional y nacional. Entre ellas se cuentan:

- Centralidad y accesibilidad.
- Concentración de lugares y edificios con carácter de patrimonio urbanístico-arquitectónico de Chile.
- Riqueza y diversidad de oferta Cultural - Artística.
- Pujante Oferta Gastronómica.
- Oferta de Diseñadores(as) de Vestuario Jóvenes.
- Privilegiado entorno de Parques y Plazas.
- Atractiva afluencia natural de público, por su localización y por diversidad de oferta de actividades.
- Organización Gremial Empresarial del barrio Lastarria con activa participación en mejoras de los servicios y apoyo en proyectos que promuevan y mejoren los barrios, pero con falta de apoyo y participación de organizaciones del barrio Bellas Artes.

Con todos estos elementos descritos, puede decirse que el Barrio Lastarria - Bellas Artes presenta un conjunto de fortalezas estructurales que se conjugan de modo único en este espacio, para convertirse en un referente nacional e internacional para el turismo.



2. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Visión

“El Barrio Lastarria Bellas Artes busca consolidarse como un destino imperdible para visitantes y turistas nacionales e internacionales, convirtiéndose en un referente para la región por su amplia oferta de servicios turísticos y culturales, la vida en espacios verdes y su desarrollo sustentable”.

Misión

“Somos un barrio con identidad única, que busca contar con canales de comunicación y coordinación entre los actores públicos y privados, desarrollar una agenda de mediano plazo para potenciar y poner en valor nuestra amplia oferta turística: arquitectura patrimonial; desarrollo cultural, artístico y gastronómico; diseño independiente; programación de eventos; y áreas verdes”

Valores

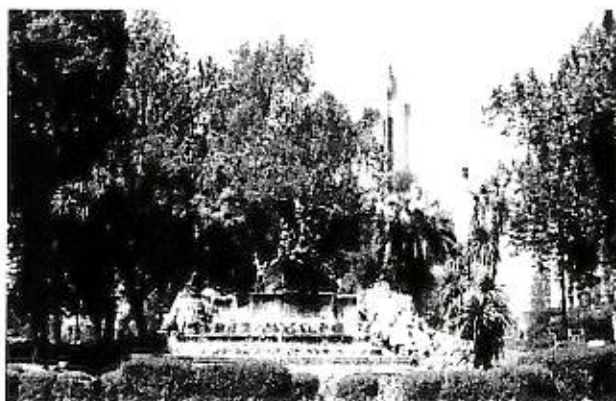
Tolerancia y respeto por identidad propia del barrio

Autenticidad, estilo y diversidad

Fomento de la participación ciudadana

Promoción de las expresiones culturales

Búsqueda de un desarrollo sustentable



2. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Objetivos generales de la propuesta

Objetivo general ¹	Meta	Plazo	Indicador
Promover el desarrollo turístico sustentable y el emprendimiento a través de la integración de los actores relevantes, con el fin de potenciar y poner en valor los recursos culturales y atractivos turísticos de la zona.	Aumentar la cantidad de turistas y visitantes.	6 años	El flujo de turistas y visitantes aumenta en un 25%.
	Aumentar el gasto promedio de los turistas y visitantes.		El gasto promedio de turistas y visitantes aumenta en un 30%.



¹ Año base: 2014

2 DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Objetivos específicos de la propuesta

N°	Objetivos específicos	Meta	Plazo	Indicador
1	Conformar una entidad gestora que cuente con la presencia de los distintos agentes tanto público como privados que permita y facilite la ejecución de un plan de acción	Conformar la Entidad Gestora	1 año	Creación de la Corporación
		Representatividad de la Entidad Gestora	2 años	Participación en la Entidad Gestora de los actores definidos como relevantes en el Mapa de actores.
2	Levantamiento de la línea base de información del barrio y seguimiento del plan	Contar con un sistema de información del barrio	2 años	Línea base levantada en un sistema de información.
		Mantener actualizada la información	4 años	Metodología de actualización operando.
3	Mejorar mediante el desarrollo de infraestructura pública, la experiencia de visitantes y turistas	Identificación de mejoras en aseo, seguridad y equipamiento	2 años	Documento con la identificación
		Levantar proyectos asociados.	2 años	Al menos 2 proyectos levantados en fondos públicos o privados.
		Aumentar los servicios con sellos Q y S	2 años	Lograr un 30% de servicios turísticos aplicables con sello Q y/o S.
4	Mejorar la calidad de los servicios turísticos	Medición continua de la calidad de los servicios	2 años	Contar con un 80% de los servicios turísticos registrados.

5	Promoción del barrio a nivel nacional e internacional	Diseño de la imagen objetivo	2 años	Imagen objetivo operativa con el manual gráfico socializado.
		Desarrollo de plan de promoción	2 años	Plan desarrollado y difundido, en ejecución.
6	Identificación y desarrollo de productos que pongan en valor la amplia oferta turística de la zona.	Aumento de comercialización de productos turísticos	2 años	Incorporación de los productos en la oferta de al menos 3 tour operadores importantes.
		Implementar acciones concretas en el barrio para el manejo sustentable de recursos	6 años	Aumento de un 25% las ventas de productos turísticos en el sector.
7	Promover el desarrollo sustentable del barrio	Generar un plan de educación ambiental y cultural que generen mayor conciencia ambiental y cultural de los actores relevantes.	4 años	Implementar al menos 2 acciones concretas en la materia
			2 años	Plan de educación ambiental en ejecución, con al menos 8 talleres.

2 DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Mejores prácticas

Realizando una investigación internacional sobre la estrategia de Barcelona para el turismo cultural, artístico y patrimonial, rescatamos dos prácticas aplicables a los barrios Lastarria y Bellas Artes. Para la mejora de los diferentes sectores, en cuanto a la promoción y desarrollo de nuevos productos turísticos, el enfoque de la zona es el correcto: arte, cultura, museos, festivales, exposiciones, teatros, cine-arte, restaurantes, áreas verdes, etc., porque de eso se tratan los barrios.

Lo que se podría añadir, se define como las "Rutas temáticas" que propone el turismo de Barcelona², práctica atractiva como modelo a seguir, donde la zona puede trabajar en definir diferentes rutas temáticas que caracterizan la identidad de los barrios y en base a sus atributos turísticos. Esto se puede incluir en acciones de desarrollo y empaquetamiento de nuevos productos turísticos, donde se pueden destacar rutas patrimoniales, arquitectónicas contemporáneas, culturales o gastronómicas.

Para la mejora de la identificación de los productos turísticos, su información turística y acceso a servicios o circuitos, una práctica posible y atractiva es la creación y utilización de un mapa, desarrollado por jóvenes, locatarios y actores de la zona, que conviven en los barrios, para ofrecer una visión general sobre las atracciones y productos más importantes, como los mejores restaurantes y bares, museos y centros culturales, así como de eventos y rutas para conocer la zona, etc³. Se trata de un proyecto para mejorar la inclusión y participación de los habitantes de los barrios para contribuir con el sector turístico y su desarrollo.

² http://www.barcelonaturisme.com/Rutas-tematicas/_xMCfM9AMDI8O7QqW-L8KjnrJYW8qF0qh5IXBne75TQ!

³ <http://www.use-it.be/>

3. MARCO DE ACCIÓN

3.1 Propuesta metodológica para el levantamiento de las líneas de acción

A. Asociatividad entre actores relevantes

A.1 Articulación de Actores Relevantes

A.1.1 Creación de Entidad Gestora (E.G.). Ver punto 4.

Para la dirección de la Zoit es indispensable que una sola entidad represente a todos los actores, por lo que se debe formar una corporación o entidad gestora que permita avanzar hacia una estructura sostenible en el tiempo orientada al cumplimiento de objetivos estratégicos a partir de una planificación participativa. (Ver punto 4.)

Objetivo General:

Crear la Entidad Gestora para ejecutar el Plan de Acción, que cumpla con la representación de los actores relevantes del sector turístico de los barrios Lastarria-Bellas Artes.

Implementación:

- Convocar a actores relacionados con el turismo a participar en la corporación.
- Designar representantes ante la corporación.
- Creación formal de la corporación.
- Designación de un gerente.
- Definir sistema de membrecías.
- Validar modelo de gestión entre los actores de la Zoit.
- Búsqueda de financiamiento para la puesta en marcha.

Meta: Corporación creada para el desarrollo turístico de Lastarria-Bellas Artes para principios de 2014. **Prioridad:** Alta

Indicador:	Plazo:	Costo:
n°1 Corporación legal existente.	6 meses	Gestión E.G.
Funcionamiento Corporación financiada los 2 primeros años.	2 años	\$52 MM

Responsable Directo: Actores relevantes	Actores Relacionados: Subsecretaría de turismo, SERNATUR Regional.	Financiamiento: Aportes sociales, donaciones y corfo, sercotec, fndr
---	--	--



3. MARCO DE ACCIÓN

A.1.2 Mapa de actores y definición de canales internos de comunicación

Se desarrollará un mapa que identifique a todos los actores relevantes y sus relaciones. Además, se deben definir canales de comunicación para facilitar la coordinación institucional y generar una interacción permanente entre los actores.

Objetivo General:

Identificar a todos los actores, sus funcionamientos y relaciones; determinar canales de comunicación para coordinar, ejecutar e informar de los avances del Plan de Acción.

Implementación:

Identificar a los actores turísticos y sus relaciones y construir el Mapa.

Diseñar intranet en sitio web de la Zoit donde los actores puedan acceder a la información respecto de los proyectos, estado de avance, calendario de reuniones, consultas, etc.

Generar Newsletter semestral para actores relevantes y sector turístico.

Difusión de proyectos de Plan de Acción Zoit y de actores relevantes en medios locales.

Meta: Corporación funcionando de manera coordinada, y con alta representatividad y participación de los actores relevantes.

Prioridad: Alta

Indicador:

n°1 Mapa creado

Plazo:

6 meses

Costo:

Gestión E.G.

n°2 Intranet y usuarios creados

1 año

Inversión \$5MM ; Gestión E.G.

n°3 2° ejemplares newsletter anuales.

1 año

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Financiamiento:

Sercotec

A.1.3 Metodología de participación ciudadana en la elaboración de proyectos

Además de la participación de entidades, empresas y actores relacionados al turismo, se promoverá la participación ciudadana en el diseño y ejecución de proyectos.

Objetivo General:

Integración de los ciudadanos en el desarrollo local.

Implementación:

Diseñar una metodología de participación ciudadana.

Implementación de la metodología incluyendo distintos mecanismos de recepción de opiniones.

Meta: Contar con mecanismos de participación y mejora continua de proyectos.

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 Metodología en aplicación

Plazo:

2 años

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Ciudadanos.

Financiamiento:

N/A

3 MARCO DE ACCIÓN

B Inteligencia de Mercado

B.1. Levantamiento, análisis y seguimiento de la información cuantitativa y cualitativa

B.1.1 Observatorio Turístico

Es necesario conocer o estimar información y estadística específica de la zona en el ámbito de la oferta (servicios turísticos existentes y sus características) y demanda (número de visitantes y turistas y sus características) para darle un uso estratégico y diseñar acciones de marketing y desarrollo de productos turísticos eficientemente. Asimismo, esta información permitirá realizar análisis y seguimiento en el mediano plazo.

Objetivo General:

Levantar información cualitativa y cuantitativa y generar protocolos de recopilación de información permanentes.

Implementación:

Desarrollo de metodologías de levantamiento de información permanente e indicadores de seguimiento para la oferta y demanda.

Aplicación de la metodología y levantamiento de la información.

Consolidar la información y establecer el perfil de la demanda.

Poner a disposición la información y su análisis a los actores participantes de la E.G.

Mantenimiento periódica de la información y sus análisis.

Meta: Contar con la caracterización y perfil de la oferta y demanda, y una metodología de levantamiento de información y estadística permanente e indicadores de seguimiento.

Prioridad: Media

Indicador:

		Plazo:	Costo:
n°1	Metodología creada	6 meses	\$20 MM
n°2	Información y análisis desarrollado	1 año	\$30 MM
n°3	Información disponible en la web	2 años	Gestión E.G.
n°4	Información y análisis actualizados anualmente	2 años	\$6 MM y Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora, Sernatur Regional

Actores Relacionados:

Actores turísticos, Municipalidad de Santiago, Plan Capital, Institución de Educación Superior.

Financiamiento:

Corfo, sercotec, fndr



3 MARCO DE ACCIÓN

C. Promoción y desarrollo de productos turísticos

C.1. Definición mercado objetivo

C.1.1 Segmentación del mercado objetivo

Con el fin de focalizar los esfuerzos y acciones de promoción y desarrollo de productos turísticos se debe realizar una segmentación para conocer los perfiles objetivos hacia quienes se orienta esta estrategia.

Objetivo General:

Segmentación del mercado.

Implementación:

Definir el mercado objetivo de la zona.

Identificar y definir los segmentos principales y atractivos con los cuales se trabajarán acciones de promoción, difusión o desarrollo de productos.

Meta: Contar con una segmentación del mercado objetivo.

Prioridad: Alta

Indicador:

n°1 Informe con descripción de los segmentos objetivos.

Plazo:

1 año

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Sernatur, Subsecretaría de Turismo y Turismo Chile.

Financiamiento:

N/A

C.2. Posicionamiento y promoción de la Zona y de sus productos

C.2.1 Estrategia de promoción y posicionamiento de la zona

Con el fin de lograr el posicionamiento esperado, se deben diseñar, desarrollar e implementar estrategias de promoción y difusión de la zona, de su imagen objetivo. Así se puede conseguir aumentar la cantidad de turistas de calidad, nacionales e internacionales que visitan la zona, posicionándose en el mercado local y también internacional, sobre todo, a nivel Sudamericano como un barrio con identidad propia de Santiago y como un referente turístico de la región por sus atractivos y atributos.

Objetivo General:

Formular estrategias para difundir el destino y su identidad en base a sus servicios, atributos y atractivos turísticos.

Implementación:

Utilizar la recopilación de información y la segmentación del mercado objetivo formular estrategias de promoción y difusión de la zona.

Implementar las estrategias formuladas.

Mantener alineadas las estrategias de promoción interna de la zona con las planificaciones de instituciones gubernamentales de promoción turística.



Meta: Aumentar la cantidad de visitantes a la zona, su tiempo de estadía y el posicionamiento del destino.

Prioridad: Media

Indicador:

		Plazo:	Costo:
n°1	Estrategias de promoción y difusión diseñadas.	1,5 años	\$20 MM
n°2	1 campaña en ejecución	2 años	\$50 MM

Responsable Directo:
Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Sernatur, entidades de promoción turística.

Financiamiento:

SERCOTEC
CORFO
Municipio
SERNATUR
RSE Empresas

C.3 Desarrollo de productos turísticos.

C.3.1 Desarrollo de productos turísticos locales y vinculados con la identidad de la Zoit

Para aumentar el gasto promedio de turistas es importante trabajar en el desarrollo de nuevos productos turísticos y potenciar los existentes. La idea consiste en fortalecer la oferta turística actual desarrollando nuevos productos sin dejar atrás los productos ya consolidados.

Objetivo General:

Fortalecer la oferta turística para potenciar la llegada de turistas de mayor gasto.

Implementación:

Identificación de atractivos y servicios turísticos principales con los actores locales con potencial para el turista de mayor gasto.

Realizar un benchmark de los productos turísticos del centro histórico de Santiago y barrios turísticos.

Desarrollar el empaquetamiento de los productos distinguiendo nuevos y consolidados.

Coordinar con actores turísticos públicos y privados, y su respectiva estrategia de comercialización..

Meta: Contar con nuevos productos y circuitos turísticos o empaquetamiento de aquellos existentes, a finales del 2015.

Prioridad: Media

Indicador:

		Plazo:	Costo:
n°1	Producto o circuito turístico nuevo operando.	1 año	\$20 MM

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Actores públicos-privados relacionados al turismo.

Financiamiento:

SERCOTEC (IDM)

3 MARCO DE ACCIÓN

C.3.2 Desarrollo de calendario de Eventos

En el caso de esta zona, no basta sólo con desarrollar productos o rutas turísticas, ya que es clave potenciar las actividades o eventos relacionados a los atributos del destino, sobre todo, en el ámbito cultural.

Entonces se suma trabajar en planificación para potenciar los eventos y actividades, como el desarrollo del Festival del Barrio (apoyado por la I. Municipalidad de Santiago), Festival gastronómico y de la Feria de Diseño de Locatarios.

Objetivo General:

Potenciar y difundir eventos y actividades características para beneficiar a vecinos y visitantes, construyendo y potenciando la marca de la zona.

Implementación:

Identificar eventos y actividades de relevancia turística característicos de la zona.

Priorizar los eventos y actividades con mayor potencial turístico.

Generar un calendario de eventos turísticos coordinando actores turísticos públicos y privados.

Meta: Contar con un desarrollo de eventos de gran potencial turístico, que se visibilicen y posicionen en el tiempo. **Prioridad:** Media

Indicador:

		Plazo:	Costo:
n°1	Calendario de eventos listo.	6 meses	Gestión E.G.
n°2	Promoción	2 años	\$3 MM

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

ACLM, GAM, Municipalidad de Santiago y actores locales públicos y privados relacionados con el turismo.

Financiamiento:

FNDR

C.4 Integración de productos locales en la oferta turística:

C.4.1 Estrategia de difusión de servicios y productos locales.

Medidas de promoción y publicidad de servicios y productos locales de la zona, como diseño independiente y desarrollo artístico.

Objetivo General:

Promover la comercialización de productos locales.

Implementación:

Identificar productores locales

Jornada de desarrollo de productos o mecanismos que los potencien

Coordinar con actores turísticos públicos y privados, y su respectiva estrategia de promoción.

Meta: Aumentar la comercialización de productos locales. **Prioridad:** Media

Indicador:

		Plazo:	Costo:
n°1	Ventas de productos locales respecto a años anteriores.	2 años	\$20 MM Gestión E.G.

Responsable Directo:

Actores Relacionados:

Financiamiento:

Entidad Gestora: Municipalidad de Santiago y actores locales públicos y privados relacionados con el turismo. CORFO, SERCOTEC

C.5 Desarrollo de información turística de calidad y valor agregado

C.5.1 Consolidar información turística

Lastarria y Bellas Artes tienen información turística que se debe unificar, para trabajar y difundir en conjunto.

Objetivo General:

Unificar toda la información turística que entregan los actores para los usuarios de la zona.

Implementación:

Recolección y selección de la información turística disponible por parte de todos los actores de los barrios. Desarrollo de material off line y on-line, como folletería, con la información seleccionada.

Disponer el material para su uso público, tanto en plataformas web como en formatos físicos que faciliten su difusión.

Meta: Disponer y entregar información unificada de la zona.

Prioridad: Alta

Indicador:

n°1 Material informativo.

Plazo:

6 meses

Costo:

\$20 MM Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Actores público-privados relacionados con el turismo, Sernatur, Municipalidad de Santiago, Plan Capital.

Financiamiento:

SERCOTEC
CORFO
Municipio
SERNATUR



3 MARCO DE ACCIÓN

C.6 Desarrollo de plataformas digitales para potenciar la promoción

C.6.1 Plan de desarrollo plataforma digital de la zona

Desarrollar y crear una plataforma digital común entre los actores relevantes que agrupe los servicios turísticos, para difundir la oferta cultural y de ocio en forma conjunta. Página web de fácil acceso y su conexión respectiva con redes sociales, donde será necesario desarrollar un plan de promoción digital que permita una correcta difusión. Es importante que la Entidad Gestora designe un community manager para que administre toda la información disponible.

Objetivo General:

Desarrollo de una página web y de una estrategia digital para la promoción del destino.

Implementación:

Diseño portal web y generar el contenido de promoción digitales en página web y redes sociales. Designar community manager.

Meta: Disponer y entregar información unificada de la zona.

Prioridad: Alta

Indicador:

n°1 Material informativo.

Plazo:

6 meses

Costo:

\$20 MM Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Actores públicos-privados, Sernatur, Municipalidad de Santiago, Subsecretaría de Turismo.

Financiamiento:

CORFO
SERCOTEC



3 MARCO DE ACCIÓN

D. Inversión e infraestructura

- D.1. Infraestructura básica de la zona (servicios básicos, bancos o cajeros),
- D.2. Infraestructura en transporte (puertos, caminos) y
- D.3. Señalización vial

D.1, 2, 3.1 Identificación de falencias, informar y sociabilizarlas con la autoridad competente y realizar un seguimiento

Para mejorar la infraestructura básica, en transporte y la señalización vial de la zona, se trabajará en determinar las falencias e informárselas a la autoridad competente, como la municipalidad, con el fin de solucionar los problemas y mejorar la infraestructura realizando un seguimiento a las peticiones y sus cumplimientos.

Objetivo General:

Perfeccionar el equipamiento público para mejorar la experiencia de visitantes y turistas de nuestros hitos y barrios.

Implementación:

Realizar un catastro para identificar las principales falencias en infraestructura básica, transporte y señalización vial de la zona.

Hacer un plan maestro que contenga todas las peticiones a mejorar o implementar.

Informar y sociabilizar las peticiones con las autoridades competentes.

Llevar un seguimiento con cada una de las peticiones hasta conseguir el objetivo de solucionar o mejorar las falencias identificadas.

Meta: Detectar todas solucionar falencias existentes en infraestructura básica, transporte y señalización vial.

Prioridad: Media

Indicador:

n°1	Catastro realizado
n°2	Plan maestro socializado
n°3	Seguimiento permanente

Plazo:

6 meses
1 año
2 años

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago, actores relevantes de la zona. SERNATUR

Financiamiento:

N/A



3 MARCO DE ACCIÓN

D.4. Infraestructura turística (en atractivos y zonas de uso intensivo)

D.4.1 Ejecución y levantamiento de Oficina de Información Turística

Levantamiento de OIT en el GAM.

Objetivo General:

Mejorar la atención al turista, y la disponibilidad y acceso a información turística valiosa.

Implementación:

Continuar con el plan de levantamiento y ejecución de OIT en el GAM, el cual se encuentra en implementación.

Gestionar buen funcionamiento de la OIT.

Meta: Contar con una OIT en el Barrio

Prioridad: Alta.

Indicador:

n°1 OIT en funcionamiento

Plazo:

6 meses

Costo:

\$12 MM

Responsable Directo:

GAM y SERNATUR

Actores Relacionados:

Entidad Gestora.

Financiamiento:

SERNATUR

D.4.2 Planificar e implementar la señalética turística de la zona

Diseñar una señalética turística de calidad y común acorde a la zona, de hitos, atractivos, servicios y otros, a implementarse en los barrios Lastarrias y Bellas Artes.

Objetivo General:

Guiar a los visitantes y turistas a los principales atractivos y servicios turísticos, unificando la zona.

Implementación:

Hacer un diagnóstico de la señalética turística existente y necesaria.

Diseñar la señalética turística en la zona, y se es el caso, que se alinee a la utilizada hasta el momento.

Gestionar su implementación.

Meta: Contar con señalética turística estándar y acorde al destino y a la normativa de Sernatur.

Prioridad: Media

Indicador:

n°1 Señalética instalada.

Plazo:

2 años

Costo:

\$50 MM

Responsable Directo:

Entidad Gestora

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago, actores públicos-privados, Sernatur.

Financiamiento:

FNDR, Plan Capital

3 MARCO DE ACCIÓN

D.4.3 Solicitar una normativa específica de zona típica y su fiscalización

Se necesita elaborar una normativa específica de zona típica para que todos los actores relevantes de los barrios cumplan por igual ciertas condiciones y se trabaje y desarrolle la zona resguardando aspectos importantes como sus valores sociales, patrimoniales y culturales.

Objetivo General:

Establecer una normativa específica que permita regular el desarrollo comercial y cultural del territorio en base a los objetivos de promoción, calidad y sustentabilidad esperados en el territorio ZOIT.

Implementación:

Recopilar y analizar la normativa vigente en el territorio Zoit, ordenanzas municipales, zona típica, etc. y su impacto en el desarrollo proyectado.

Recopilar información respecto de normativas específicas en otras Zoit en Chile.

Proponer una normativa compatible con la existente para la Zoit.

Informar y hacer llegar la normativa a todos los actores relevantes para que sea conocimiento de todos.

Meta: Contar con un documento de normativa de zona típica.

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 Documento de normativa específica para la "Zoit".

Plazo:

1 año

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

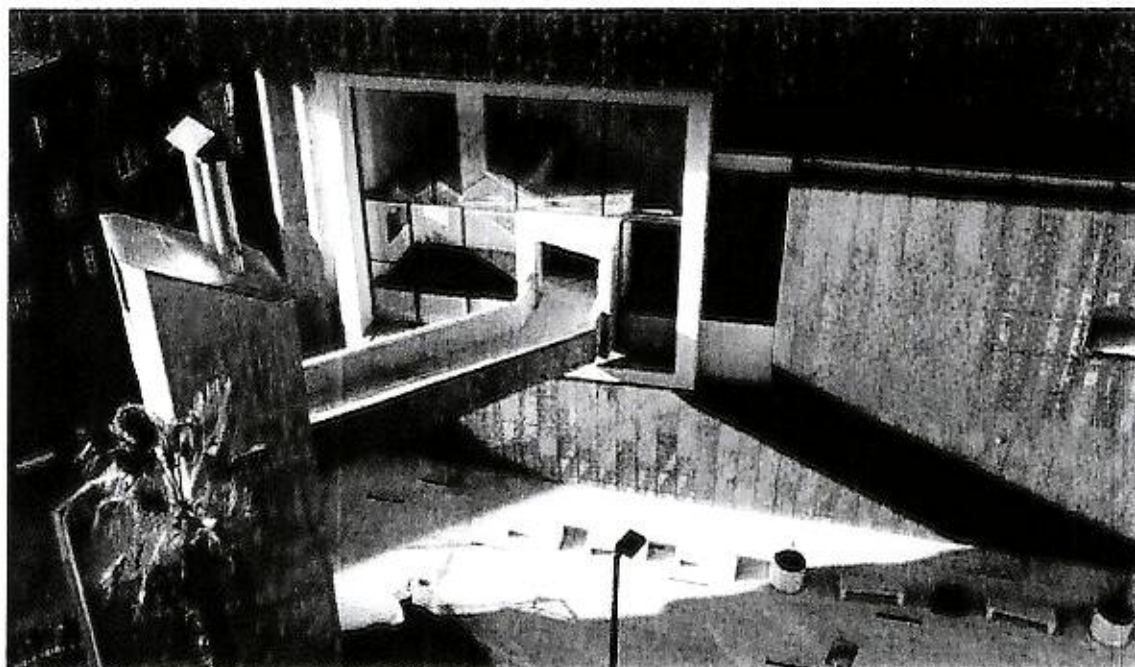
Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago, Obras Municipales, Jurídico, Dirección de Rentas. Consejo de Monumentos Nacionales.

Financiamiento:

N/A



3 MARCO DE ACCIÓN

D.5. Seguridad para el turista

D.5.1 Desarrollo de Talleres de "Educación y Conciencia Pública de Seguridad"

Realización de talleres educativos sobre conciencia pública entre los prestadores de servicios y vecinos de la zona.

Objetivo General:

Generar conciencia turística sobre la relevancia de la seguridad para el desarrollo del turismo.

Implementación:

Planificación de los talleres.

Difusión e invitación a participar para conseguir convocatoria esperada.

Ejecución de los talleres.

Meta: Contar con dos talleres realizados.

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 2 Talleres desarrollados.

Plazo:

1 año

Costo:

\$ 3 MM

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Comité de seguridad Bellas Artes, Municipalidad de Santiago, Dirección de Seguridad Vecinal. Subsecretaría de Prevención del Delito.

Financiamiento:

Subsecretaría de Prevención del Delito (Barrio Comercial en Paz)

D.5.2 Estrategia de asociatividad en seguridad

Establecer acciones que fortalezcan la asociatividad entre actores de la zona en temas de seguridad y un trabajo coordinado con la Subsecretaría de prevención del delito.

Objetivo General:

Aumentar la dotación y servicios de seguridad en la zona para turistas y vecinos.

Implementación:

Organización y establecimiento de acciones conjuntas entre actores de la zona en cómo resguardar la seguridad de turistas y vecinos.

Mayor dotación de carabineros si es necesario.

Meta: Mayor seguridad en los barrios.

Prioridad: Alta.

Indicador:

n°1 Tasa de delitos menor en comparación a años anteriores.

Plazo:

2 años.

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Prestadores de servicios, actores relacionados, vecinos, Municipalidad de Santiago, Dirección de Seguridad Vecinal, Subsecretaría de Prevención del Delito. Carabineros de Chile

Financiamiento:

N/A

3 MARCO DE ACCIÓN

D.6. Accesibilidad a personas con discapacidad:

D.6.1 Plan de accesibilidad turística para personas con discapacidad

Identificar infraestructura y equipamiento a mejorar para el desplazamiento de personas con capacidad reducida.

Objetivo General:

El barrio cuente con accesibilidad para personas con discapacidad a servicios y atractivos turísticos.

Implementación:

Hacer un diagnóstico del actual estado, en materias de accesibilidad y desplazamiento para personas con discapacidad, de lugares, servicios, atractivos turísticos y espacios culturales. Identificar dónde es necesario realizar acciones.

Planificar infraestructura o equipamiento apto para la accesibilidad y desplazamiento de personas con capacidad reducida, en aquellos sectores identificados.

Realizar las gestiones para implementar mejoras en infraestructura o equipamiento planificadas.

Meta: Zoit con accesibilidad y desplazamiento apto para personas con discapacidad. **Prioridad:** Media.

Indicador:

n°1 Acciones realizadas.

Plazo:

1 año

Costo:

\$10 MM

Responsable Directo:

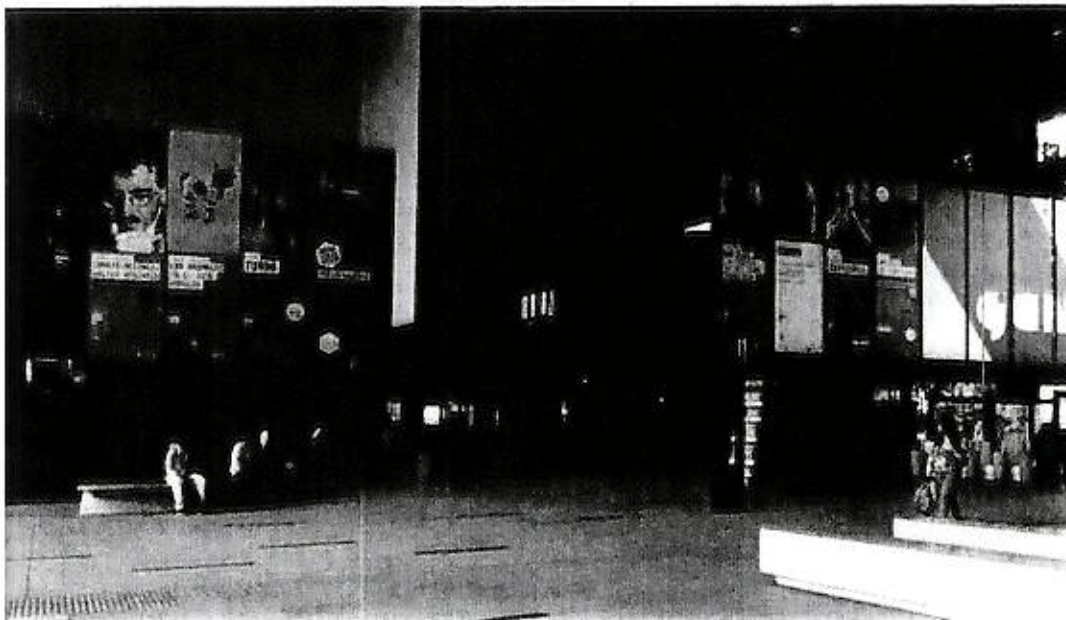
Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Actores públicos-privados, espacios culturales.
Gobierno Regional
SENADIS

Financiamiento:

SENADIS



3 MARCO DE ACCIÓN

E. Calidad y Capital Humano

E.1. Política de conciencia y calidad turística

E.1.1 Implementación de una estrategia de conciencia turística en el barrio

La conciencia sobre la realidad turística a nivel local es una herramienta de apoyo en la gestión del turismo en el sector, puesto que colabora con la orientación de turistas, mientras que la gestión del medio ambiente por parte de sus habitantes colabora en la imagen del sector. Es por ello que surge la necesidad de generar talleres y charlas a la comunidad, orientados en reconocer la importancia de la conciencia turística y el rol de la comunidad y además de la gestión del medio ambiente.

Objetivo General:

Generar conciencia en la comunidad sobre su rol como miembro de un barrio turístico y el impacto de la gestión del medio ambiente.

Implementación:

Desarrollo de charlas y ejecución de talleres de la importancia de asumir el rol de miembro de una comunidad turística.

Desarrollo de charlas y talleres sobre conciencia en la gestión del medio ambiente local.

Desarrollo de charlas y talleres sobre conciencia en orientación de turistas.

Meta: Generar conciencia turística en el sector.

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 200 personas capacitadas.

Plazo:

2 años

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago Junta de vecinos
SEREMIA de Medio Ambiente

Financiamiento:

N/A

E.1.2 Desarrollo de una bolsa de empleo local

Vincular la oferta y demanda de trabajo en establecimientos del territorio.

Objetivo General:

Gestionar, en plataforma web, solicitudes y ofertas de empleo y/o prácticas profesionales en establecimientos del territorio, que den prioridad a residentes del barrio y egresados de instituciones educacionales de la comuna.

Implementación:

Consolidar ofertas de empleo de establecimientos del territorio.

Recoger demanda de empleo de residentes de la comuna, o práctica profesional de alumnos de instituciones educacionales de la comuna.

Generar formulario para ingresar ofertas de trabajo y currículos de postulantes.

Meta: Gestionar en plataforma web, sistema que permita ingresar ofertas de trabajo, currículos y además, gestionar su vinculación.

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 Generación del sistema Bolsa de Trabajo

Plazo:

2 años

Costo:

\$3 MM



Responsable Directo:
Entidad Gestora.

Actores Relacionados:
Empresarios, instituciones educacionales,
Unidad de Fomento Municipalidad de
Santiago.
SENCE

Financiamiento:
SERCOTEC
CORFO
Cuotas extraordinarias
de los miembros

E.2. Capacitación para trabajadores del sector

E.2.1 Plan de capacitaciones para trabajadores del sector

Con la finalidad de mejorar las competencias entre quienes trabajan en el sector y para no afectar la calidad de la experiencia en los turistas es que se sugiere el generar talleres a la comunidad asociados a la gestión turística en los trabajadores y empresarios del sector.

Objetivo General:

Mejorar la calidad de experiencias de los turistas a través de un buen servicio entregado por parte de actores turísticos.

Implementación:

Análisis y evaluación de calidad de servicio de actores turísticos actuales.

Análisis de brecha de la calidad del servicio esperado y diagnóstico.

Desarrollo de planes de capacitación y mecanismos de apoyo para actores del sector.

Meta: Establecer mecanismos de apoyo a los actores del sector que incluya capacitaciones enfocadas en la entrega del servicio de calidad a fines del año 2014.

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 Cobertura de capacitaciones realizadas durante el año 1 supere al menos el 20% de actores del sector.

Plazo:

1,5 años

Costo:

\$40 MM

n°2 Aumento de la percepción de la calidad de la experiencia turística.

1,5 años

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago
SERNATUR
SENCE

Financiamiento:

CORFO
SENCE

E.3. Fomento del Sello Q y S para prestadores de servicios turísticos

E.3.1 Plan de difusión para incorporación del Sello Q y S para prestadores de servicios turísticos

El sello de calidad turística constituye un respaldo de confianza y seguridad para los turistas respecto a la entrega de servicios de prestadores que cumplen los estándares exigidos por el SERNATUR. Además de lo anterior, el sello de calidad turística promueve la competitividad de las empresas del sector y promueve mejoras en la entrega de servicios turísticos. Por lo que es importante la difusión de información sobre la obtención del sello de calidad a las empresas de la comunidad para que se incorporen a la calificación de respaldo del SERNATUR.

Objetivo General:



Motivar a las empresas del sector para que postulen al sello de calidad turística entregado por el SERNATUR.

Implementación:

Entregar información sobre el Sello de Calidad Turística a los actores del sector con el objetivo de darlo a conocer.

Promover la obtención del Sello de Calidad Turística a partir de sistema de incentivos y competitividad local.

Establecer un sistema de apoyo en la postulación al Sello de Calidad Turística.

Meta: Lograr el interés y la postulación de las empresas del sector.

Prioridad: Alta.

Indicador:

n°1

30% de servicios turísticos aplicables con sello Q y/o S.

Plazo:

2 años

Costo:

\$2 MM, Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago
SERNATUR

Financiamiento:

Sernatur, aportes sociales

E.4. Registro de la totalidad de los prestadores de alojamiento turístico de la zona

E.4.1 Campaña de registro obligatoria de prestadores de alojamiento turístico de la zona

La operación fuera de marco legal de empresas de alojamiento pueden dañar la imagen de las demás empresas de alojamiento del sector, es por ello que se genera la necesidad de registrar en su totalidad a todos los prestadores de alojamiento turístico de la zona, para de alguna forma cuenten con el respaldo legal de operación. Además de que la institución ordena, formaliza, publica y digitaliza la oferta de prestadores.

Objetivo General:

Lograr que la totalidad de prestadores de alojamiento del Barrio se registren. Registro Nacional de prestadores de servicios Turísticos. (<http://www.calidadturistica.cl/registro-de-empresarios/>)

Implementación:

Análisis y diagnóstico de cantidad de prestadores de alojamiento no registrado.

Gestionar plan informativo de obligatoriedad de registro para prestadores de alojamiento en la zona además de establecer un sistema de apoyo para el registro.

Establecer un plan de motivación e interés por registrarse en función de los beneficios de ello.

Meta: Lograr que todos los prestadores de alojamiento estén registrados.

Prioridad: Alta.

Indicador:

n°1

Cantidad de prestadores de alojamientos registrados.

Plazo:

1 año

Costo:

Gestión E.G.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

SERNATUR, Subsecretaría de Turismo.

Financiamiento:

N/A

3 MARCO DE ACCIÓN

E.5. Promoción de la certificación de competencias laborales de ChileValora entre los prestadores turísticos

E.5.1 Plan de promoción y fomento del uso de certificación de competencias laborales de ChileValora entre los prestadores turísticos: (<http://www.chilevalora.cl/>)

La certificación de las competencias laborales, propias o de los trabajadores de una empresa, es muy importante a la hora de diferenciarse de la competencia puesto que la empresa que logre certificarse tiene el respaldo de una institución que avala sus competencias. Con el fin de aumentar la competitividad en calidad de servicios entregados por prestadores turísticos se genera la necesidad de promover y fomentar esta certificación entre prestadores de servicios turísticos.

Objetivo General:

Incentivar la competitividad en la entrega de servicios turísticos de calidad con prestadores certificados para aumentar la confianza de los turistas al momento de hacer uso de tales servicios.

Implementación:

Análisis y diagnóstico de servicios turísticos con posibilidades de certificar competencias laborales.
Elaborar y gestionar plan informativo y plan de apoyo para la certificación de competencias.
Generar plan de motivación para prestadores turísticos de la zona.

Meta: Lograr certificación de parte de los prestadores de servicios turísticos

Prioridad: Media

Indicador:

n°1 Lograr que se certifiquen las competencias de al menos 20 trabajadores.

Plazo:

2 años

Costo:

\$5 MM

Responsable Directo:

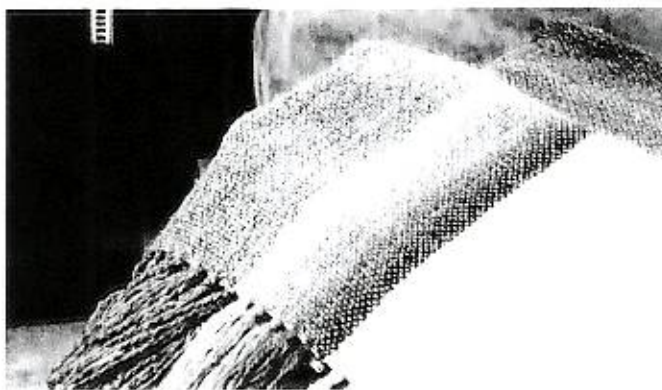
Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago, Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (CHILEVALORA) CNC Valida

Financiamiento:

Chile Valora



3 MARCO DE ACCIÓN

F Sustentabilidad

F.1. Desarrollo de buenas prácticas sustentable para el sector

F.1.1 Plan de Educación Ambiental para la zona

En el ámbito de la sustentabilidad, un destino tiene que comprender y complementar su desarrollo económico y social con el medio ambiente. Al mismo tiempo, tener conciencia de los beneficios de la implementación de prácticas turísticas sustentables. La implementación de prácticas de sustentabilidad en empresas del sector pasa primero por un marco educativo, donde la idea es generar talleres abiertos a la comunidad que imparten políticas y prácticas sustentables. Las temáticas abarcadas en el plan educacional e instructivo son prácticas de uso eficiente del agua, energía y residuos.

Objetivo General:

Generar consciencia en las empresas del sector sobre prácticas sustentables y uso eficiente de energía, agua y residuos.

Implementación:

Planificación de talleres según distintas temáticas en base a manuales existentes.

Promoción, difusión y motivación a la comunidad a participar de los talleres.

Ejecución de talleres con expertos en uso eficiente de energías, agua y residuos.

Meta: Implementación de prácticas de uso eficiente de agua, energía y residuos por parte de la comunidad y empresas del sector.

Prioridad: Alta.

Indicador:

n°1 2 Talleres realizados.

Plazo:

4 meses

Costo:

\$6 MM, Gestión G.E.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

SERNATUR
Municipalidad de Santiago, actores turísticos públicos-Privados,
SEREMIA de Medio Ambiente.

Financiamiento:

FPA



F.1.2 Desarrollo e implementación de una estrategia de Responsabilidad Social para las empresas de la zona

Los turistas cada vez se preocupan más por una gestión responsable del medio ambiente y por la gestión responsable en las prácticas empresariales, por lo mismo nace la idea de fomentar la responsabilidad social en las prácticas empresariales de la zona.

Objetivo General:

Generar consciencia entre las empresas del sector sobre la RSE y el impacto de las prácticas empresariales.

Implementación:

Implementar plan comunicacional sobre prácticas de RSE para generar conocimiento y conciencia en las empresas del sector.

Promover las prácticas de RSE en empresas del sector.

Establecer un equipo de apoyo en la implementación de prácticas de RSE.

Meta: Generar conciencia en las empresas y que incorporen mecanismo de RSE en su gestión. **Prioridad:** Media.

Indicador:

n°1 5 Empresas que incorporen prácticas de RSE.

Plazo:

2 años

Costo:

\$5 MM, Gestión G.E.

Responsable Directo:

Entidad Gestora.

Actores Relacionados:

Municipalidad de Santiago
SERNATUR.

Financiamiento:

Aportes Sociales

F.2. Gestión de Residuos

F.4.1 Desarrollo e implementación de una estrategia de gestión de residuos

Desarrollo de acciones que permitan apoyar programas de reciclaje en empresas turísticas y contar con un sistema de manejo de residuos eficiente y acorde a la actual demanda turística y población flotante en el periodo de mayor flujo turístico.

Objetivo General:

Manejo adecuado de residuos, por medio de medidas de segregación y reciclaje de residuos.

Implementación:

Planificación y evaluación de medidas de segregación y reciclaje de residuos aplicables en prestadores de servicios de la zona.

Desarrollo y aplicación de acciones aplicables.

Meta: Aumentar el reciclaje

Prioridad: Media.

Indicador:

n°1 Cuantificar cantidad de residuos reciclándose

Plazo:

2 años

Costo:

\$ 5 MM

n°2 Estrategia de reciclaje en ejecución

Responsable Directo:

Entidad Gestora y actores

Actores Relacionados:

Actores turísticos público-privados

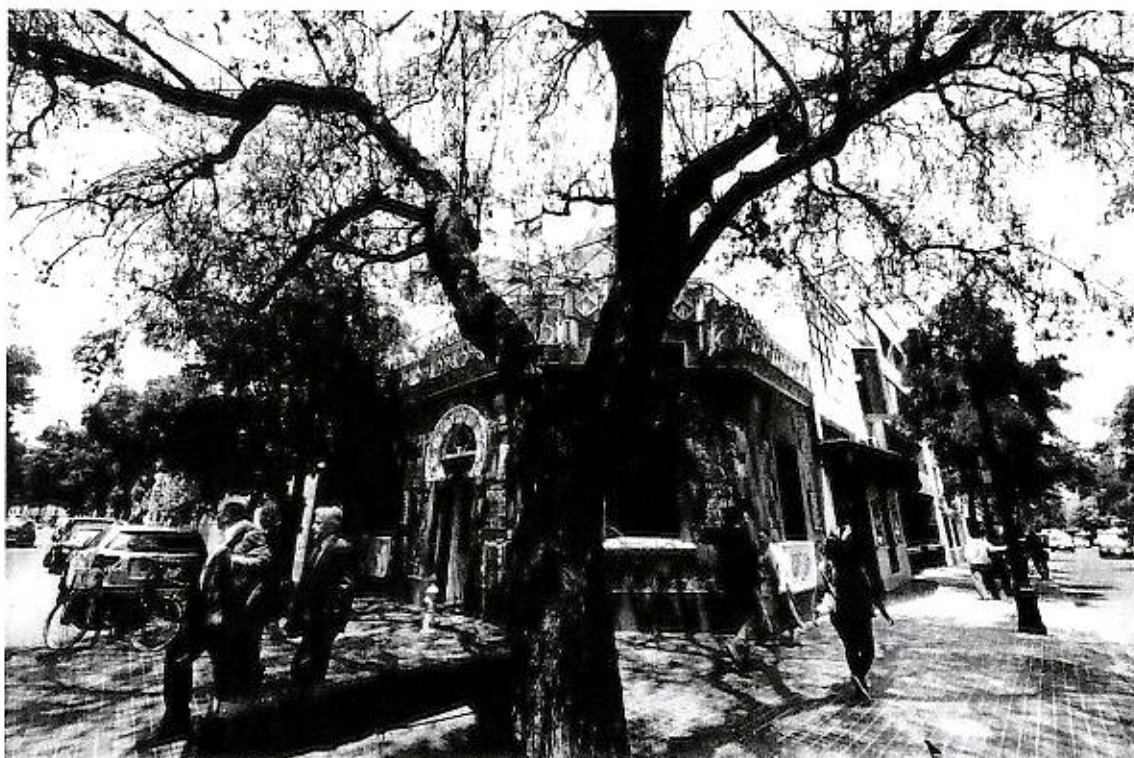
Financiamiento:

MMA (FPA)

prestadores de servicios.

SEREMIA de Medio Ambiente
Municipalidad de Santiago.

4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO



4.1 Definición de la Entidad Gestora

Parte de la línea de acción de esta estrategia constituye la creación de una entidad gestora, Corporación Lastarria_Bellas Artes. Cuyo fin es ocuparse de la implementación y desarrollo estratégico del presente plan de desarrollo turístico para los Barrios Lastarria y Bellas Artes.

4.1.3 Tipo de entidad gestora

La institucionalidad de la Zona de Interés Turística (ZOIT) requiere una instancia formal de gobernanza, la entidad gestora es una "Corporación de Derecho Privado sin fines de

lucro"⁴, lo que implica que todo ingreso se reinvierte en el fin social de la misma. Dichas organización deberá liderar el desarrollo de la zona declarada, desarrollando planes y proyectos que permitan avanzar en su consolidación como entidad y su permanencia en el tiempo.

La corporación en cuestión se regirá por las normas del Título XXXIII del Libro Primero del Código Civil y por las disposiciones contenidas en la Ley 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública o por la disposición legal que lo remplace.



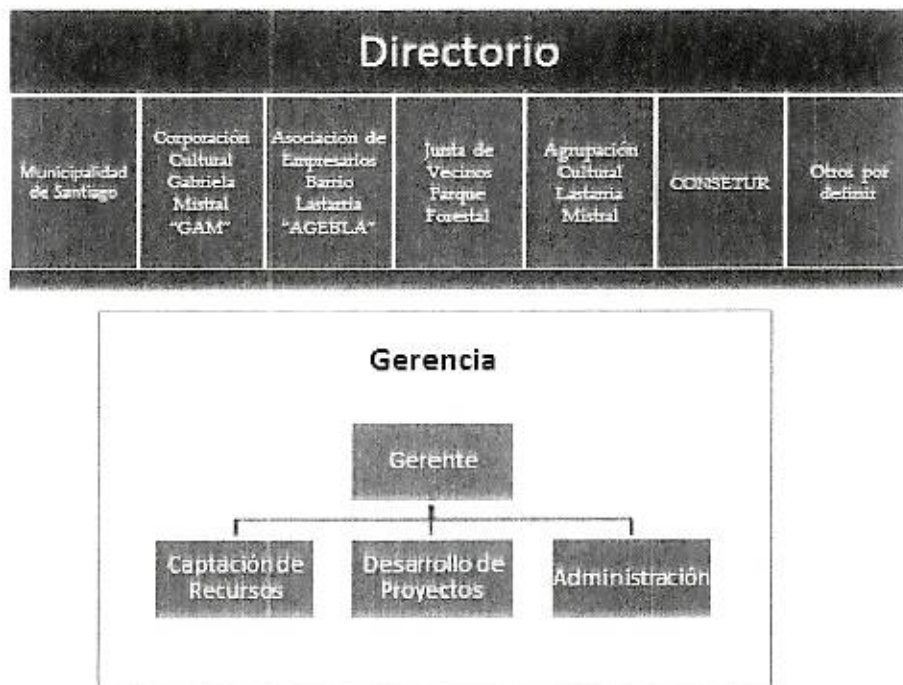
⁴ Corporación es la unión estable de una pluralidad de personas naturales o jurídicas que persigue fines ideales no lucrativos y que cuenta con personalidad jurídica otorgada conforme a derecho.

4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

4.1.2 Estructura organizacional

La corporación o entidad gestora deberá asegurar su existencia en el tiempo, por lo que junto con su objetivo fundacional, que es potenciar turísticamente la zona designada, deberá apalancar la cantidad de recursos suficientes y por diversas formas, para lograr el objetivo. Para esto se implementará un área de desarrollo de proyectos y otra de captación de recursos o fomento, lo cual permitirá captar los recursos necesarios para el funcionamiento de la misma. Se plantea un modelo similar al propuesto para empresas sociales, donde las dos áreas descritas, más la administración, son igual de relevantes.

Organigrama Entidad Gestora



4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

Las funciones tanto del Directorio, Gerencia, asesor técnico y áreas de implementación se detallan a continuación:

Entidad / cargo	Funciones
Directorio	La Entidad Gestora a cargo de la ejecución del Plan de Acción y toma de decisiones.
Gerente(a)	El gerente de la Entidad Gestora, contratado por el directorio, es el encargado de dirigir y llevar a cabo el Plan de Acción, ejecutar las líneas de acción, proyectos y planes y realizar seguimientos.
Municipalidad de Santiago	Municipalidad local de la zona que mediante su presencia activa en la Entidad Gestora tiene como función compatibilizar sus diversos instrumentos de gestión con el Plan de Acción, así como colaborar en la formulación de proyectos y obtención de financiamiento.
Centro Cultural GAM	Centro cultural privado focalizado en el acceso a la cultura y en la formación de audiencias, cuya función es colaborar en estrategias y proyectos sobre promoción y desarrollo de productos y eventos turísticos.
AGEBLA	Asociación Gremial de Empresarios del Barrio Lastarria, agrupación que será parte de la Entidad Gestora para apoyar proyectos de sustentabilidad, seguridad y desarrollo de calidad y capital humano.
Agrupación Cultural Lastarria Mistral	ACLM también participará en colaborar en estrategias y proyectos sobre promoción y desarrollo de productos y eventos turísticos.
Junta de Vecinos Parque Forestal	Organización comunitaria enfocada en promover el desarrollo de la comunidad, defender los intereses y velar por los derechos de los vecinos y colaborar con las autoridades del Estado y las Municipalidades. Sus funciones son apoyar en la representatividad de los vecinos y colaborar en planes de sustentabilidad y calidad y capital humano.
SERNATUR	Organismo encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística, que apoyará a la Entidad Gestora encargándose de la evaluación y acompañamiento de la ejecución del Plan de Acción.

4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

Perfil del Gerente: La gerencia es responsable ante el directorio de la implementación y control de los proyectos asociados a la estrategia de la Entidad Gestora. Como el "Modelo de gestión integral de destinos turísticos" sugiere, el gerente debe contar con las siguientes características: Debe ser externo a la administración pública, profesional universitario del área de gestión con al menos 5 años de experiencia, con amplio manejo del funcionamiento de la administración pública. Formación en turismo o desarrollo económico local con enfoque en sustentabilidad. Por otro lado se requiere capacidad de negociación y de establecer relaciones con actores públicos y privados, que tenga experiencia y manejo de proyectos de desarrollo regional y local. Por último que tenga una alta vocación de servicio público.

Perfil de los Directores: La dirección debe estar integrada por actores locales estratégicos, públicos y privados los que estarán orientados al cumplimiento de objetivos estratégicos a partir de una planificación participativa, contando siempre con el respaldo técnico de SERNATUR.



4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

4.1.4 Modelo de Gestión

Para lograr una robusta institucionalidad se cuenta con el apoyo de organizaciones de alta representatividad en el territorio, en los ámbitos ciudadano, cultural y empresarial, para lo cual se propone la siguiente estructura:

Funciones propias de la Gestión de la Organización:

Desarrollo de Proyectos

Esta función se relaciona con el cumplimiento de los planes y proyectos que permitan consolidar al territorio como un espacio turístico reconocido nacional e internacionalmente, esta área se encargará de las diversas tareas que ello involucra, las cuales se enumeran a continuación:

- **Infraestructura y áreas verdes:** Velar por las condiciones de la infraestructura pública y sus respectivas áreas verdes, esto en conjunto con los actores afines, se propondrán planes para su conservación y mejoramiento.
- **Equipamiento turístico:** Apoyar el desarrollo del equipamiento turístico necesario para lograr una adecuada experiencia turística, algunos de los elementos que son necesarios desarrollar son: módulos de auto-atención, señalética y centros de información turística entre otros.
- **Promoción y difusión:** Desarrollar iniciativas que permitan posicionar a la zona declarada en un destino turístico reconocido nacional e internacionalmente, para ello se deberán utilizar tanto soportes online como offline.
- **Oferta turística:** Diseñar e implementar la oferta turística del sector, encadenando y empaquetando distintos prestadores para a su vez, asociarlos a los atractivos presentes en la ZOIT y con ello se logra ofrecer productos turísticos integrados.
- **Fortalecimiento de la competitividad:** Mejorar las condiciones de la oferta empresarial, mediante la capacitación y transferencias de conocimientos al sector.

4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

Captación de Recursos (fomento)

Todo lo anterior requiere de recursos, tanto humanos como financieros, por esto se deberán apalancar recursos que aseguren la permanencia en el tiempo de la entidad, para ello se deberá recurrir a fondos disponibles en diversas entidades, como se indica a continuación:

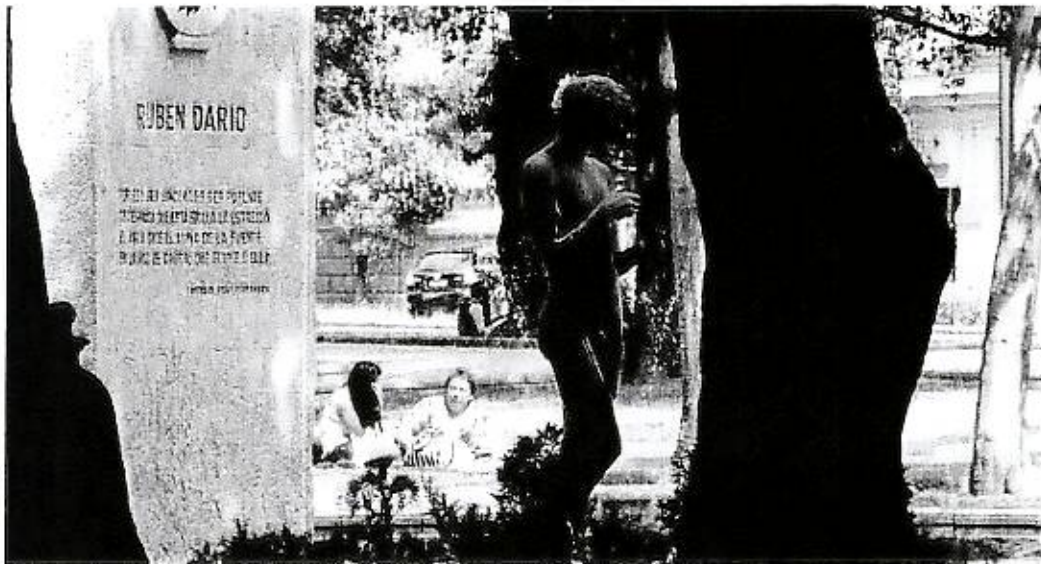
- Fondos concursables y “ventanilla abierta”: Fondos propios de los Servicios Públicos, que mediante sus Líneas de Fomento y otros, se busca el desarrollo de PYMES y asociatividad en la zona. También se integrarán otras necesidades como el fomento a: cultura, deporte, accesibilidad, seguridad etc. Algunos de dichos fondos pueden ser:
 - CORFO
 - SERCOTEC
 - FONDART (CNCA)
 - FONDEPORTE (IND)
 - SENADIS
 - FPA (MMA)
 - FNDR
 - FIC
 - Subsecretaría de Prevención del Delito



4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

Todas estas instituciones cuentan con recursos útiles para los diversos fines de la corporación, para lo cual en algunos casos se puede postular directamente o con alguna institución asociada.

- Cuotas sociales: Recursos levantados por los aportes periódicos de todos los asociados, si bien es un recurso valioso, siempre es insuficientemente para acometer todas las tareas necesarias de la corporación.
- Donaciones y Responsabilidad Social Empresarial: Dada la condición de organización sin fines de lucro, se debiera explorar la posibilidad de ser entidad receptora de fondos por líneas de RSE, dado el desarrollo de proyectos conjuntos y también a través de ley de donaciones como pudieran ser los casos siguientes:
 - Programas Educativos y Entidades de Bien Público (Art. 31 N° 7 Ley de Impuesto a la Renta).
 - Fines Educativos, Sociales, Artísticos y Científicos (Art. 46 del DL 3.063, Ley de Rentas Municipales).
 - Fines Culturales "Ley Valdés" (Art. 8 de la Ley N° 18.985).
 - Fines Sociales (Arts. 1° a 7° de la Ley N° 19.885).
- Eventos y merchandising: Realización de eventos y venta de merchandising que permita recaudar recursos para la permanencia de la entidad, estas acciones deberán realizarse en plena coordinación con las otras áreas de la entidad.



4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

Administración

Esta función se relaciona con el correcto funcionamiento de diversas áreas de la corporación, esto no implica la creación de unidades, ni la contratación de numerosas personas. Se busca establecer, en la concepción de la Entidad Gestora, las áreas necesarias para el correcto funcionamiento administrativo y contable de la organización. Las áreas administrativas son las siguientes:

- Contabilidad y finanzas: encargada de la clasificación, registros e informes de las operaciones cuantificables en dinero realizadas por la entidad.
- Recursos humanos: encargada de la gestión de selección, contratación y formación de los empleados y colaboradores de la entidad.
- Legal: encargada de brindar asesoría en materia legal, en ámbitos de la normativa interna y externa de la entidad gestora, celebración de contratos y convenios con personas naturales y jurídicas. Velando siempre por el fiel cumplimiento de las leyes y normativas existentes.
- Abastecimiento y materiales: encargada del suministro de bienes y servicios necesarios para el correcto funcionamiento de la entidad.
- Soporte computacional y tecnológico: encargada de proporcionar asistencia en el software y hardware para el correcto funcionamiento administrativo de la entidad.
- Base de datos e informática: encargada de administrar la información necesaria para la comunicación interna y externa de la entidad, además de proporcionar las herramientas necesarias para la recolección de datos y estadística de la entidad gestora.
- Mantenimiento, trámites y limpieza: encargada de la correcta mantención de los espacios físicos de la entidad, además de la realización de trámites. Es un elemento de apoyo fundamental al área administrativa.

4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

Conclusión

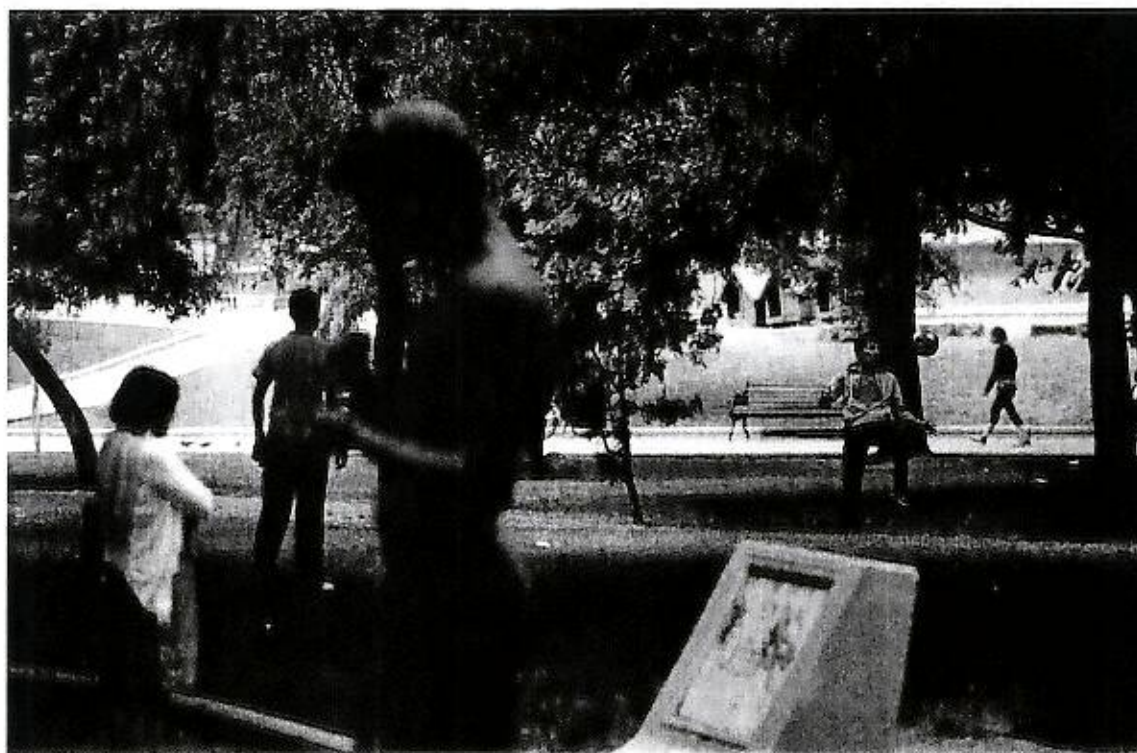
Al quedar definido el tipo de organización que liderará el desarrollo de la ZOIT, se plantea el desafío de cumplir con los objetivos constitutivos de la corporación, y por otro, la forma de como se obtendrán los recursos necesarios para cumplirlos, ambas acciones deberán desarrollarse en conjunto, teniendo además el soporte administrativo que los sustente.



4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

4.2 Plan de Finanzas: Presupuesto y Financiamiento⁵

La Corporación se financiará en una primera etapa con aportes de los socios que la conformarán, sin embargo, lo que se busca es lograr un modelo de financiamiento que implique: aportes de los miembros, fondos de programas estatales y generación de recursos a través de elementos de marketing.



⁵ Ver Anexo N° 1 "Presupuesto y Financiamiento"

4 GOBERNANZA DE LA ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO

4.3 Seguimiento y evaluación

El seguimiento y evaluación del plan estratégico se materializa a través del control de indicadores y metas en función de reuniones periódicas establecidas una vez que se cree la entidad gestora.

Se propone la creación de un comité evaluador compuesto por los miembros del directorio y el gerente, además, de los encargados de las áreas de apoyo para analizar los avances en las líneas de acción del plan para el desarrollo de la estrategia.

El seguimiento y la evaluación se realizarán en base a dos líneas de control: presupuesto y ejecución.

- Seguimiento de presupuesto: Se enfoca en control de gastos, ingresos y financiamiento de las líneas de acción, además del levantamiento de necesidades de financiamiento para los proyectos fuera del presupuesto.
- Seguimiento de Ejecución: Se enfoca en el control de indicadores y metas establecidas por línea de acción, y evalúa la implementación de los objetivos.





5 ANEXOS

		mes 14	mes 15	mes 16	mes 17	mes 18	mes 19	mes 20	mes 21	mes 22	mes 23	mes 24	
Gestión	Gestión administrativa	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	
	Gestión comercial	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	
	Gestión logística	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	
Área de Servicios	Comunicación y Marketing	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	
	Operaciones de proyectos*	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	
	Reserva de datos	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	
	Total mes	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	2,450,000	
	Total acumulado	18,400,000	20,100,000	21,350,000	23,000,000	24,450,000	26,420,000	28,500,000	30,890,000	33,500,000	36,350,000	39,450,000	
* Se presenta en cuando hay, se considera cuando variable incluido en la gestión de áreas													
Proyectos													
	Implementación		mes 14	mes 15	mes 16	mes 17	mes 18	mes 19	mes 20	mes 21	mes 22	mes 23	mes 24
6.1.1	Creación de reportes												
6.1.1	Desarrollo tecnológico de implementación de información e indicadores												
6.1.1	Levantamiento de información y análisis de datos												
	Actualización de información e análisis de datos												
6.1.1	Formar estrategias de transmisión de datos			5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000						
6.1.1	Desarrollo de programas comerciales												
6.1.1	Forma de desarrollo de producción e implementaciones de programas												
6.1.1	Encuentro de material off line a on-line, como Factoria												
6.1.1	Creación social web y generar el contenido de producción digitales												
6.1.1	Seguridad												
6.1.1	Taller de "Educación y Conciencia Política de Seguridad"												
6.1.1	Plan de Acción/Iniciativa para servicios con desarrollo												
6.1.1	Sesión de estudio												
6.1.1	Capacitaciones a trabajadores del sector												
6.1.1	Apoyo a los Q.W'S												
6.1.1	Certificación de competencias cofrade												
6.1.1	Taller Educación Ambiental												
6.1.1	Reunión a ICE												
6.1.1	Reunión a ICE												
	Total mes	14,000,000	15,500,000	16,500,000	17,500,000	18,500,000	19,500,000	20,500,000	21,500,000	22,500,000	23,500,000	24,500,000	
	Total acumulado	131,000,000	147,000,000	163,000,000	179,000,000	195,000,000	211,000,000	227,000,000	243,000,000	259,000,000	275,000,000	291,000,000	

PLAN DE ACCIÓN

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN TERRITORIAL Y RED DE VALOR
ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICOS

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

Tabla de contenido

1. ANTECEDENTES GENERALES.....	4
2. IDENTIFICACION TERRITORIAL DE LA ZONA A POSTULAR	5
2.1 Información de Planificación y/o Regulación Territorial.....	5
2.2 Entorno territorial	6
2.3 Ubicación Geográfica.....	8
3. SERVICIOS BÁSICOS Y CONECTIVIDAD.....	10
3.1 Servicios básicos.....	10
3.2 Transporte.....	10
3.3 Vías de acceso terrestres.....	11
3.4 Accesibilidad	11
3.5 Señalización para llegar a la zona.....	11
3.6 Otros servicios.....	12
4 ANTECEDENTES DEL SECTOR TURISMO.....	13
4.1 Atractivos turísticos de la zona.....	13
4.2 Servicios culturales.....	14
4.3 Áreas protegidas privadas (APP)	15
4.4 Rutas turísticas.....	15
4.5 Festividades Culturales (turísticas).....	16
4.6 Planta turística.....	18
4.7 Capacidad instalada de los servicios de alojamiento y restaurantes turísticos.....	20
5 ÁMBITO SUSTENTABILIDAD.....	22
5.1 Conservación del patrimonio cultural.....	22
ZCH A4 – Santa Lucía	26
5.2 Gestión del territorio turístico.....	28
5.3 Gestión del agua.....	29
5.4 Gestión de la energía.....	31
5.5 Gestión de residuos sólidos.....	33
6 ÁMBITO ECÓNOMICO.....	36
6.1 Viabilidad económica.....	36
6.2 Prosperidad Local.....	38
6.3 Empleos relacionados con el turismo.....	40

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.4	Calidad y satisfacción del visitante y residente.....	40
6.5	Política de abastecimiento.....	43
7	RED DE VALOR: Identificación de actores locales y otros actores relevantes.....	43
7.1	Principales prestadores de servicios turísticos.....	43
7.2	Asociaciones gremiales y organizaciones comunales relacionadas al turismo.....	48
7.3	Autoridades locales.....	48
7.4	Comunidad.....	48
7.5	Turistas.....	49
7.6	Empresas y Servicios no turísticos.....	49
7.7	Asociaciones de productores.....	49
	ANEXO:.....	50

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

1. ANTECEDENTES GENERALES

NOMBRE DE LA ZONA A POSTULAR:	Barrio Lastarria - Bellas Artes - Esmeralda
Región:	Metropolitana de Santiago
Provincia:	Santiago
Comuna (s) insertas dentro del territorio propuesto:	Santiago
Principales localidades visitadas:	
Centros de Estadía de la zona:	
Distancia a ciudad principal más cercana(km):	119 km de distancia a la ciudad de Valparaíso.
Es considerada zona aislada ¹ :	No
Superficie aproximada de la zona[ha]:	
Cantidad de habitantes. Declarar fuente de esta información:	200.792 habitantes en la comuna de Santiago. Fuente: censo 2002.
Temporada alta (meses):	Todo el año

¹ Según clasificación Subdere.

2. IDENTIFICACION TERRITORIAL DE LA ZONA A POSTULAR

2.1 Información de Planificación y/o Regulación Territorial

Señalar si la Zona a postular cuenta con instrumentos de planificación y regulación vigentes. Además, se debe indicar el año de elaboración de dichos documentos, autores e instituciones involucradas en su elaboración. En el caso del Plan Regulador Intercomunal (PRI) y del Plan Regulador Comunal (PRC), indicar si estos instrumentos están orientados a potenciar el aspecto turístico del territorio. En todos los casos señale explícitamente como se aborda el desarrollo turístico en cada caso.



INSTRUMENTO	SI	NO	REFERENCIA AL DESARROLLO TURÍSTICO	OBSERVACIONES/ DESCRIPCIÓN
Plan Regional de Desarrollo Turístico	X			Rige desde el 31 de mayo de 2008, en que fue publicado en el Diario Oficial la modificación del PRCS en todo el Triángulo Central. Hubo un Seccional del sector Santa Lucía Forestal, que se derogó en la misma fecha antes mencionada, debido a que la normativa establecida por dicho seccional se incorporó a la modificación.
Plan Regulador Intercomunal	X			
Plan Regulador Comunal	X			
Plan Seccional	X			
Pladeco	X			
Pladetur				
Ordenanzas Turísticas				
Instrumento de Promoción turística*				
Instrumento de medición**				
Plan Regulador Sector Santa Lucía Forestal	X			

*Planes de Marketing, proyectos promocionales

** Observatorio turístico u otros

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

2.2 Entorno territorial

Descripción del entorno territorial, identificando situación geográfica, geológica, condiciones climáticas, hidrografía, flora y fauna. Lo anterior debe ser representativo del atractivo turístico del territorio.

En caso de ser procedente, se deben señalar los elementos o componentes ambientales que puedan constituir condiciones especiales para la atracción turística.

En este punto se deben indicar:

- a- Características físicas del entorno territorial:
 - i. geomorfología
 - ii. geología
 - iii. clima
 - iv. hidrología
 - v. medio marino
 - vi. otros.

En general, la flora de Santiago es del tipo esclerófilo, más conocido como matorral chileno, el cual ha sido fuertemente modificado a lo largo de los años, debido a la degradación de los suelos, urbanización, siendo este último punto uno de los principales causantes de la poca vegetación que hoy afecta a la ciudad. Sin embargo, dentro de la zona propuesta encontramos dos de los pulmones de la Región Metropolitana, el Cerro Santa Lucía, además del Parque Forestal.

Con respecto al clima, este es principalmente templado-cálido, con lluvias invernales y seco prolongado en los veranos.

- b- Relación con otros destinos, barrios y atractivos turísticos cercanos a la Zoit, pero ajenas a esta.

Cercano a la zona propuesta encontramos el Barrio Italia y Barrio Bellavista, cada uno de ellos con sus respectivos atractivos turísticos, similares en geografía, flora y fauna a nuestra zona.

- c- Comunidad local, en lo referido a: composición poblacional, porcentaje población urbana y rural, estadísticas laborales, grupos etarios, proyección de crecimiento poblacional (según INE), etc. www.ine.cl

En la comuna de Santiago, la totalidad de su población es urbana y según el censo del año 2002 existen 200.792 habitantes, de los cuales 99.155 son hombres y 101.637 son mujeres. Respecto a grupos etarios, se desprenden las siguientes cifras:

- De 0 a 17 años: 37.631 habitantes.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

- De 18 a 64 años: 138.738 habitantes.
- De 65 años en adelante: 24.423 habitantes.

Las estadísticas laborales de la comuna de Santiago son las siguientes*:

- Fuerza de trabajo %: 69,1
- Ocupados: 93,8
- Desocupados: 6,2

*Encuesta CASEN, Ministerio de Planificación (MIDEPLAN), 2006

Dentro de la zona propuesta se encuentran diferentes sectores productivos, tales como restaurantes, pubs, salones de té o café.

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

2.3 Ubicación Geográfica

Se deben identificar los límites con las coordenadas geográficas del área propuesta*, y su representación cartográfica geo-referenciada formato A2, a escala 1:2.000 a 1:10.000 para área urbana y 1:25.000 a 1:50.000, para área rural o interurbano, además, se deberá adjuntar archivo digital (kmz, shape o similar) con la delimitación de la ZOIT.

En cuanto a los límites de la zona, encontramos las siguientes calles: desde Plaza Italia, bordeando Cardenal José María Caro hasta Enrique Mc Iver y luego desde la alameda hasta topar nuevamente con Plaza Italia. (En el mapa se aprecia delimitado en líneas color rojo)



ZOIT Lastarria – Bellas Artes

En caso de ser procedente, la ubicación geográfica deberá incorporar la ubicación georeferenciada de:

- a) comunidades indígenas;

La zona propuesta no cuenta con comunidades indígenas.

- b) sitios de significación cultural y patrimonial;

La zona cuenta con diferentes sitios de significación cultural, dentro de ellos encontramos: El Museo Bellas Artes y el Museo de Santiago- Casa Colorada, Centro Cultural Gabriela Mistral, la Biblioteca Nacional y el Archivo Nacional, los cuales presentan un gran aporte en cuanto a su valor histórico y patrimonial.

- c) áreas de desarrollo indígena (ADI);

No cuenta con áreas de desarrollo indígena.

- d) atractivos naturales y culturales (según catastro SERNATUR 2012);

7 museos (Museo Bellas Artes, Museo de Artes Visuales, Museo Arqueológico de Santiago, Museo de Arte Popular Americano, Museo de Santiago- Casa Colorada, Museo de arte Contemporáneo y el Museo La Marced); 5 galerías de arte (Galería Plop, Galería Moro, Galería BECH, González y González y la Sala de exposiciones); 4 centros culturales (Centro Cultural Gabriela Mistral, Centro Arte Alameda, Centro Cultural Posada el Corregidor y el Instituto Cultural Banco Estado); 3 bibliotecas (Biblioteca Nacional, Biblioteca GAM y el Archivo Nacional). Además encontramos el Parque Forestal y el Cerro Santa Lucía. No cuenta con circuitos turísticos.

- e) proyectos en ejecución, tanto de inversión como turísticos

No cuenta con proyectos en ejecución.

Esta información también deberá estar incluida en el archivo digital respectivo, identificando los elementos relevantes considerados en el Plan.

* Las coordenadas (latitud/longitud), sistema de referencia y datum deberán estar en una planilla.

Describe claramente los límites establecidos para la zona y los sustentos metodológicos de tal delimitación.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

3. SERVICIOS BÁSICOS Y CONECTIVIDAD²

Análisis de las redes de servicios básicos, transporte, comunicación y otras.

3.1 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS		SI	NO	OBSERVACIONES GENERALES
1	Agua Potable	X		
2	Alcantarillado	X		
3	Alumbrado Público	X		
4	Recolección de residuos sólidos	X		
5	Relleno sanitario			X
6	Planta tratamiento aguas servidas			X
7	Telefonía	X		
8	Electricidad--	X		
9	Reciclaje de residuos sólidos			X
10	Acceso a Internet	X		

3.2 Transporte

TRANSPORTE	SI	No	CANTIDAD	OBSERVACIONES GENERALES
1 Puertos/caletas/otros		X		A pesar de no contar con un aeropuerto en el territorio, el Aeropuerto Arturo Merino Benítez es la principal entrada de turistas a la zona propuesta.
2 Aeropuertos/Aeródromos		X		
3 Pasos fronterizos		X		
4 Terminales de buses		X		
5 Buses	X			
6 Taxis	X			
7 Otro				

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

3.3 Vías de acceso terrestres

Señale las características de las principales vías de acceso (pavimento, ripio, tierra, sendero). Indicar si son caminos de acceso público y/o restringido (por ejemplo, privado).

CAMINOS	SI	NO	ESTADO	KMS.
1 Pavimento	X			Cerro Santa Lucía: Superficie de 65.300 m ² . Parque Forestal que en su totalidad mide 171.910 metros cuadrados.
2 Ripio		X		
3 Tierra	X			
4 Senderos	X			
5 Ciclovías-ciclorutas		X	Bueno	

3.4 Accesibilidad

¿Existe alguna época del año donde la zona o parte de la zona cuente con problemas de conectividad y acceso? En caso de existir dificultades, favor describa la época en que ocurren, causas y consecuencias de ésta.

Lugar de fácil acceso a través de distintos medios y de fácil ubicación ya que está conectado con calles principales de Santiago, Incluso cercano a sectores más conocidos y estaciones de metro. Además, no tiene dificultades de estacionalidad en épocas del año sin embargo presenta horarios en los que no hay mucho flujo de turistas.

3.5 Señalización para llegar a la zona.

Señale la señalética con la que cuenta la zona e indique si esta presenta características especiales.

SEÑALÉTICA	SI	NO	OBSERVACIONES/DESCRIPCIÓN
1 Vial	X		Sólo presenta la señalética vial, carece de señales turísticas asociadas a su patrimonio.
2 Turística		X	

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

3.6 Otros servicios

Señale si los siguientes servicios se encuentran dentro de la zona o cercana a ella.

	OTROS SERVICIOS	SI	NO	CANTIDAD	OBSERVACIONES GENERALES
1	Comercios	X			
2	Salud	X		8	
3	Educación	X		4	Manpower, Instituto Chileno- Suizo, Universidad de Chile, Universidad Católica.
4	Comunicaciones	--	--		
5	Seguridad Policial	X		1	Tenencia Metro Baquedano
6	Cajeros	X		18	
7	Bancos	X		6	Bancos: Santander, BCI, Itaú, de Chile y Scotiabank.
8	Bencineras		X	--	
9	Baños públicos	X		6	Parque Forestal y GAM Oficina Turismo Cerro Sta.Lucía.
10	Oficinas de información Turística	X		2	Centro Cultural Gabriela Mistral en conjunto con la Dirección Metropolitana de Sernatur han pactado la edificación de una OIT, que abrirá a público en dicho Centro Cultural, durante el primer semestre de 2014.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

4 ANTECEDENTES DEL SECTOR TURISMO.

4.1 Atractivos turísticos de la zona.

Complete la siguiente tabla³, mencionando y describiendo los atractivos turísticos presentes en la zona (utilice como base el Catastro de Atractivos Turísticos de SERNATUR, vigente al 2012, disponible en www.sernatur.cl). Señale 3 atractivos que ud. priorizaría.

NOMBRE	CÓDIGO	JERARQUÍA	CATEGORÍA
Cerro Santa Lucía	R13077	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Museo Nacional Bellas Artes	R13908	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Biblioteca Nacional	R13806	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Centro de exposición de arte Indígena.	R13842	Regional	Folklore
Avenida Libertador Bernardo O'Higgins	R13811	Regional	Realización Técnica, científica o artística contemporánea
Iglesia de la Veracruz	R13864	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Museo Arqueológico de Santiago.	R13890	Regional	Museo o Manifestación Cultural
Museo de Arte Popular Americano.	R13894	Regional	Museo o Manifestación Cultural
Museo de Artes Visuales.	R13896	Regional	Museo o Manifestación Cultural
Barrio Santa Lucía, Mulato Gil de Castro y Parque Forestal	R13802	Regional	Realización Técnica, científica o artística contemporánea
Palacio Bruna.	R13913	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Plaza Mulato Gil de Castro.	R13932	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Sede Nacional del Colegio de Arquitectos de Chile.	R131024	Nacional	Museo o Manifestación Cultural
Parque Forestal	R13083	Regional	Centro o lugar de esparcimiento
Archivo Nacional (MH)	R13A806	Local	Museo o Manifestación Cultural

³ La institucionalidad turística proveerá la información para la o las comunas de la zona..

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

NOMBRE	CÓDIGO	JERARQUÍA	CATEGORÍA
Castillo Hidalgo	R13836	Regional	Museo o Manifestación Cultural
Casa de Santo Domingo 627 (MH)	R13A801	Local	Museo o Manifestación Cultural
Casa del ex presidente Manuel Montt (MH)	R13989	Nacional	Museo o Manifestación Cultural

Si existiesen atractivos que a juicio de la parte interesada tuviesen potencial y que no estén en el Catastro de Atractivos Turísticos de Sernatur, señale y describa.

No Aplica

4.2 Servicios culturales.

La información solicitada a continuación debe ser entregada de acuerdo a levantamientos de información propia y diversas fuentes de información. Se deben señalar las fuentes y metodología utilizada, las cuales serán verificadas. Se recomienda consultar para esto a información disponible en la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (www.dibam.cl / www.museoschile.cl / www.biblioredes.cl).

TIPO DE SERVICIO	FUENTE	TOTAL	NOMBRE
1 Museos	Fichas - atractivos Metropolitana	7	-Museo Bellas Artes -Museo de Artes Visuales -Museo Arqueológico de Santiago. -Museo de Arte Popular Americano. -Museo de Santiago- Casa Colorada. -Museo de arte Contemporáneo. -Museo La Marced
2 Galerías de arte	Lastarria Vive- Barrio Lastarria.com	5	-Galería Plop. -Galería Moro. -Galería BECH. -González y González. -Sala de exposiciones.
3 Centro cultural	Lastarria Vive.	4	-Centro Cultural Gabriela Mistral.

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

TIPO DE SERVICIO	FUENTE	TOTAL	NOMBRE
4	Mundo Vitivinícola	Lastarria Vive.	-Centro Arte Alameda. -Centro Cultural Posada el Corregidor. -Instituto Cultural Banco Estado -BBVinos -Bocanariz -Tienda Santiago Wine Club
5	Bibliotecas	Fichas - atractivos Metropolitana	-Biblioteca Nacional. -Biblioteca GAM. -Archivo Nacional.
6	Artesanías	Fichas - atractivos Metropolitana	Centro de exposición de Arte Indígena

4.3 Áreas protegidas privadas (APP)

En caso de aplicar, complete la siguiente tabla mencionando y describiendo las Áreas Protegidas Privadas, presentes en la zona. No se consideran las Áreas Silvestres Protegidas del Estado, por cuanto éstas están incluidas en el catastro de atractivos turísticos antes mencionado.

No Aplica

4.4 Rutas turísticas.

Indique si alguna de la Rutas Turísticas⁴ de SERNATUR, coincide con el territorio de la zona.

RUTA SERNATUR	REGIÓN (ES)	MARCAR CON UNA X	OBSERVACIONES/DESCRIPCIÓN
Ruta Capital	Metropolitana	X	Circuito urbano implementado por el Ministerio de Bienes Nacionales, conformado por siete barrios de la ciudad, los que están emplazados en las comunas céntricas de la capital, y se encuentran próximas al centro cívico, teniendo como principales referentes el río Mapocho, la Alameda y los cerros San Cristóbal y Santa Lucía. La Ruta agrupa los barrios Bellavista, Lastarria, París y Londres, República,
Ruta Patrimonial Santiago "Frangmentos de una ciudad" Ministerio de Bienes Nacionales	Metropolitana	X	

⁴ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

	Concha y Toro, Yungay-Brasil, y Quinta Normal.
--	--

Indique cualquier otro circuito turístico que coincida con el territorio de la zona.

No Aplica

4.5 Festividades Culturales (turísticas).

Mencione las principales festividades culturales (turísticas) que se desarrollan en la zona. Agenda Cultural desarrollada por el CNCA y SERNATUR.

NOMBRE DE LA FESTIVIDAD	COMUNA	TIPO*	DESCRIPCIÓN	FECHA DE DESARROLLO
Muestra Objetos chilenos	SANTIAGO GAM	Cultural	Reúne 54 piezas destacadas con el Sello de Excelencia Artesanía del programa del Área de Artesanía del CNCA.	10 de agosto 2012 al 13 de enero 2013
Exposiciones de fotografía y arte en el Centro de Extensión de la Universidad Católica	SANTIAGO Centro de Extensión U. Católica (Alameda 390, Santiago)	Cultural	Exposición fotográfica No hay paisaje sin mirada de Francisca Eluchans y Natalia Holvoet; y Espectro con obras de Camila Pino Gay y Andrea Domínguez	14 de diciembre 2012 al 26 de enero 2013
Ciclo de cine "Otras vidas; otras miradas"	SANTIAGO MAVI (Museo de Artes Visuales) (José Victorino Lastarria 307, Santiago)	Cultural	Ciclo de cine presentado en el marco de la exposición Canto Visual (2 al 27 de enero), una exposición ideada específicamente para el Museo de Artes Visuales (MAVI) que surge a partir de la residencia que hace la artista Francisca Benítez durante tres meses en Gasworks, Inglaterra.	14 de diciembre 2012 al 26 de enero 2013
Cine en el Centro de extensión de la Universidad	SANTIAGO Centro de Extensión U. Católica	Cultural	Ciclo de cine "David Lean: A 50 años de Lawrence de Arabia" (2 al 13 de enero), con motivo de cumplirse 50	2 de enero al 17 de marzo, 2013

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

NOMBRE DE LA FESTIVIDAD	COMUNA	TIPO*	DESCRIPCIÓN	FECHA DE DESARROLLO
Católica	(Alameda 390, Santiago)		años desde el estreno de Lawrence de Arabia; 37º Festival Cine UC (17 de enero al 10 de febrero); y ciclo de cine "Homenaje a Ingrid Bergman" (5 al 17 de marzo).	
	SANTIAGO		Sala didáctica para los más chicos, taller de video clip para adolescentes, otros de introducción a la ópera para público general y de dibujo arquitectónico para adultos mayores.	5 de enero al 10 de febrero, 2013
Escuela de Verano	GAM (Alameda 227, Santiago)		Gaspar y Rosario se juntan para hacer un trabajo del colegio y al subir al ático a buscar libros descubren un mágico volantín que perteneció a su bisabuelo, el cual los llevará a recorrer el espacio y el tiempo.	
Teatro infantil El volantín mágico	Centro de Extensión U. Católica (Alameda 390, Santiago)	Cultural		16 de marzo al 28 de abril, 2013

* Cultural, deportiva, contemporánea u otra.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

4.6 Planta turística.

Indique cómo está compuesta la planta turística⁵ la zona, considerando: prestadores de servicios turísticos registrados, cantidad aproximada de aquellos no registrados y certificación de calidad y sustentabilidad turística de SERNATUR (se recomienda consultar www.sernatur.cl).

SERVICIO TURÍSTICO	TIPO DE SERVICIO TURÍSTICO	CANTIDAD				Total	
		SIN REGISTRO ⁶	CON REGISTRO	Sello Q	Sello S		
Alojamiento	Albergue/Refugio/Hostel		0	0	0	0	
	Alojamiento Familiar o Bed&Breakfast		1	1	0	1	
	Apart-Hotel	9	1	1	0	10	
	Camping		0	0	0	0	
	Lodge o Centro de turismo naturaleza		0	0	0	0	
	Complejo turístico o Resort		0	0	0	0	
	Departamentos ejecutivos y turísticos y suites ejecutivas		7	0	0	7	
	Hacienda o Estancia		0	0	0	0	
	Hospedaje Rural		0	0	0	0	
	Hostal y Residencial	1	2	0	0	1	
	Hosteria		0	0	0	0	
	Hotel	7	4	0	0	11	
	Motel o Cabañas		0	0	0	0	
	Termas		0	0	0	0	
	Subtotal		17	15	2	0	30
	Restaurantes y Similares	Discoteca		0	0	0	0
		Pub		0	0	0	0
Bar		7	0	0	0	7	
Peña			0	0	0	0	
Fuente de soda			0	0	0	0	
Restaurante		14	6	0	0	20	
Comida rápida			0	0	0	0	
Picada			0	0	0	0	
Salón de té o café		13	2	0	0	15	
Cocinería			0	0	0	0	
Subtotal		34	8	0	0	42	
Agencias de viaje y tour operadores	Agencia de viajes receptiva		0	0	0	0	
	Agencias de viajes emisiva		1	1	0	1	
	Agencias de viaje emisiva y receptiva		0	0	0	0	
	Tour operador doméstico o interno		0	0	0	0	
	Tour operador emisivo		0	0	0	0	
	Tour operador receptivo		0	0	0	0	
Tour operador emisivo y receptivo		0	0	0	0		

⁵ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

⁶ VER ANEXO N° 3

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

SERVICIO	TIPO DE SERVICIO TURÍSTICO	CANTIDAD			
		1	1	0	1
	Subtotal	1	1	0	1
Transporte	Transporte de pasajeros por carretera interurbana	0	0	0	0
	Transporte de pasajeros por vía marítima	0	0	0	0
	Transporte de pasajeros por vía aérea	0	0	0	0
	Transporte de pasajeros al aeropuerto	0	0	0	0
	Transporte de pasajeros por ferrocarril	0	0	0	0
	Taxis y buses de turismo	0	0	0	0
	Arriendo de vehiculo	0	0	0	0
	Subtotal	0	0	0	0
Culturales	Museo (Arte/Historia natural y ciencias/Tecnológicos/Históricos)	0	0	0	0
	SNASPE (PN/RN/SN/MN/AP)	0	0	0	0
	Galería de arte	0	0	0	0
	Centro cultural	0	0	0	0
	Vifias y bodegas	0	0	0	0
	Subtotal	0	0	0	0
Turismo Aventura	Cicloturismo	0	0	0	0
	Deslizamiento sobre arena o Sandboard	0	0	0	0
	Observación de flora u fauna	0	0	0	0
	Descenso en balsa o Rafting	0	0	0	0
	Barranquismo, exploración de cañones o Canyoning	0	0	0	0
	Canotaje	0	0	0	0
	Cabalgatas	0	0	0	0
	Pesca recreativa	0	0	0	0
	Buceo recreativo autónomo	0	0	0	0
	Buceo en apnea	0	0	0	0
	Vuelo ultraliviano no motorizado	0	0	0	0
	biplaza o parapente biplaza	0	0	0	0
	Paseos náuticos	0	0	0	0
	Escalada en roca	0	0	0	0
	Deslizamiento sobre olas (Surf, Bodyboard, Kneeboard y similares)	0	0	0	0
	Deslizamiento sobre nieve en áreas no delimitadas	0	0	0	0
	Recorrido en vehiculos todo terreno u Off Road	0	0	0	0
	Desplazamiento en cables: Canopy, Tirolesa y Arborismo	0	0	0	0
	Motos acuáticas y Jetsky	0	0	0	0
	Alta montaña	0	0	0	0
	Montaña	0	0	0	0
	Senderismo o Hiking	0	0	0	0
	Excursionismo o Trekking	0	0	0	0

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

SERVICIO	TIPO DE SERVICIO TURÍSTICO	CANTIDAD			
	Paseos en banano	0	0	0	0
	Subtotal	0	0	0	0
Eparcimiento	Casino de juego	0	0	0	0
	Centro astronómico	0	0	0	0
	Centro de eventos	0	0	0	0
	Centro termal	0	0	0	0
	Parque de entretención	0	0	0	0
	Parque temático	0	0	0	0
	Sala de espectáculo (conciertos/teatro/ópera/teatro de variedad)	0	0	0	0
	Zona de picnic	0	0	0	0
	Zoológico y jardín botánico	0	0	0	0
	Cines	0	0	0	0
	Subtotal	0	0	0	0
Artesanía	Centro o feria artesanal	0	0	0	0
	Independiente	0	0	0	0
	Subtotal	0	0	0	0
Guías de turismo	General	1	0	0	1
	Local	0	0	0	0
	Sitio	0	0	0	0
	Especializada	1	0	0	1
	Subtotal	2	0	0	2

4.7 Capacidad instalada de los servicios de alojamiento y restaurantes turísticos.

Indique la capacidad instalada de los servicios de alojamiento turístico considerando: número de establecimientos, número de habitaciones y número de camas.

SERVICIO ALOJAMIENTO TURÍSTICO	ESTABLECIMIENTO	HABITACIONES	CAMAS
Albergue/Refugio/Hostel			
Alojamiento Familiar o Bed&Breakfast			
Apart-Hotel	19	0	365
Camping	No	no	No
Lodge o Centro de turismo naturaleza	No	no	No
Complejo turístico o Resort	No	No	No
Departamentos ejecutivos y turísticos y suites ejecutivas	19	No hay registro	365

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

SERVICIO ALOJAMIENTO TURÍSTICO	ESTABLECIMIENTO	HABITACIONES	CAMAS
Hacienda o Estancia	No	no	No
Hospedaje Rural	No	no	No
Hostal y Residencial	6	0	137
Hostería	No hay registro	No hay registro	No hay registro
Hotel	4	No hay registro	321
Motel o Cabañas	No	no	No
Termas	No aplica	No aplica	No aplica
Otros			

Indique la capacidad instalada de los servicios de restaurantes y/o similares considerando: número de establecimientos, capacidad y/o sillas.

SERVICIO	N°	N°
	ESTABLECIMIENTO	SILLAS/CAPACIDAD
Discoteca	0	0
Pub	0	0
Bar	0	0
Peña	0	0
Fuente de soda	0	0
Restaurante	6	260
Comida rápida	0	0
Picada	0	0
Salón de té o café	1	55
Cocinería	0	0
Otros	0	0

5 ÁMBITO SUSTENTABILIDAD.

5.1 Conservación del patrimonio cultural.

5.1.1 Figura de protección para la conservación del patrimonio tangible.

Indique si la zona cuenta con alguna figura de protección⁷ o reconocimiento relacionada con su patrimonio tangible.

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO
PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD (URBANO)	Zona Típica "Barrio Santa Lucía -Mulato Gil de Castro- Parque Forestal"	Tiene una superficie de 12.7 (Há), posee un trazado basado en la deformación de la trama fundacional de damero. Desde su fundación conviven en el barrio de forma armónica el uso cultural y residencial. Dentro de sus principales edificios se encuentran la Iglesia de la Veracruz y el Palacio Bruna.	D.E. N°123, MINEDUC, 21/02/19. D.O, 20/03/1996.y D.E. N°730, MINEDUC, 07/07/1998.D.O , 21/07/1998.
ZONAS TÍPICAS	Zona Típica "Parque Forestal"	Se encuentra fuertemente ligada a su condición geográfica, la que es influenciada directamente por río Mapocho y los distintos momentos de la evolución de su cauce. Los terrenos que actualmente ocupa, corresponden a parte del lecho original del río y existen gracias obras de canalización que hicieron posible la generación de este nuevo suelo urbano. El Parque Forestal corresponde a una de las más importantes áreas de parque público de la ciudad de Santiago. Fue inaugurado para el centenario de la Independencia de Chile. Como hito característico alberga el Museo Nacional de Bellas Artes. Las especies arbóreas que lo conforman, destacan por su edad y proporciones.	D.E. N°824, MINEDUC, 29/07/1997.D.O , 12/08/1997.
MONUMENTOS HISTÓRICOS	MH22 "Biblioteca Nacional"	Alameda Libertador Bernardo O'Higgins 651, Construido en el año 1925 y diseñado por Joaquín García del Postigo.	D.S. N° 1290 de 30/12/1976 Min. Educ. D.S. N° 424 de

⁷ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO
	MH23 "Museo Nacional de Bellas Artes"	Parque Forestal sin número, construido en el año 1910 y diseñado por Emile Jéquier.	05/11/1991 Min. Educ. D.S. N° 620 de 20/11/1996
	MH28 "Iglesia de La Merced y parte del convento"	Enrique Mac-Iver 353 - 381 esquina SO Merced, construido en el año 1760.	Min. Educ. D.S. N° 1290 de 30/12/1976 Min. Educ. D.S. N° 804 de 26/10/1977 Min. Educ.
	MH38 "Casa de Velasco"	Santo Domingo 689, construido aproximadamente en el año 1730 y diseñado por Victor A. Heal.	D.S. N° 6006 de 10/09/1981 Min. Educ.
	MH39 "Casa de calle Santo Domingo N° 627"	Santo Domingo 623 - 627, construido aproximadamente en la segunda mitad del siglo XVIII.	D.S. N° 6006 de 10/09/1981 Min. Educ.
	MH41 "Iglesia de la Veracruz y Casas Contiguas a ambos lados de la Iglesia"	José Victorino Lastarria 124- 138 y Padre Luis de Valdivia 309, construido entre los años 1852 y 1857, por los arquitectos Claude Brunet de Baines y Fermín Vivaceta.	D.S. N° 616 de 29/06/1983 Min. Educ.
	MH43 "Cerro Santa Lucía"	Alameda Libertador Bernardo O'Higgins entre Santa Lucía y Victoria Subercaseaux, implementación como paseo público entre los años 1872 y 1902.	D.S. N° 1636 de 16/12/1983 Min. Educ.
	MH54 "Archivo Nacional"	Miraflores 50, construido el año 1925 y diseñado por Gustavo García Postigo.	D.S. N° 444 de 21/11/1991 Min. Educ.
	MH57 "Palacio Bruna"	Merced 230, construido el año 1921 y diseñado por los arquitectos Julio Bertrand y Pedro Prado.	D.E. N° 481 de 16/08/1995 Min. Educ. D.E. N° 603 de 07/11/1996 Min. Educ.
	MH58 "Puentes Metálicos Río Mapocho (4)"	Puentes sobre el Río Mapocho que enfrentan las calles Purísima, Veintiuno de Mayo y la Fuente Alemana, construidos entre 1890 y 1891 y diseñados por Schneider & Creusot.	D.E. N° 824 de 29/07/1997 Min. Educ.
	MH68 "Sede del Colegio de Enfermeras A.G."	Miraflores 563, construido el año 1934 y diseñado por Alberto Cruz Montt.	D.E. N° 909 de 12/05/2007 Min. Educ.
	MH73 "Sede Nacional del	Alameda Libertador Bernardo O'Higgins 115, construido el año 1920 y diseñado por Luciano	D. N° 410 de 13/10/2010

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO
MONUMENTOS ARQUEOLÓGICOS	Colegio de Arquitectos de Chile A.G."	Kulczewsky.	Min. Educ.
	1. Ermita de Benjamín Vicuña,	Interior Cerro Sta Lucía	Diciembre de 1874
	2. Busto Abate Juan Ignacio Molina	Jardín Biblioteca Nacional	Desconocido
	3. Monolito de Jorge Luis Borges	Calle Moneda, costado B. Nacional	Mayo de 1999
	4. Diego Barros Arana	Jardín Biblioteca Nacional	Desconocido
MONUMENTOS PÚBLICOS	5. Busto de Alejandro Puschkin	Jardín Biblioteca Nacional	Inauguración 1999
	6. Carta de Pedro de Valdivia a Carlos V	Exterior Cerro Sta Lucía	Septiembre de 1946
	7. Gisella	Exterior Cerro Sta Lucía	Agosto de 1957
	8. Mural Gabriela Mistral	Exterior Cerro Sta Lucía	Desconocido (1970)
	9. A la Ciudad de Buenos Aires	Interior Cerro Sta Lucía	Septiembre 1874
	10. A la Ciudad de Caracas	Interior Cerro Sta Lucia	Septiembre 1874
	11. Caupolicán	Interior Cerro Sta Lucia	Desconocido
	12. José Victorino	Exterior Cerro Sta Lucia	Enero de 1952

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO	DE
	Lastarria			
	13. Raza Chilena	Exterior Cerro Sta Lucía	1924	
	14. Arzobispo Manuel Vicuña Larraín	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocido	
	15. Pedro de Valdivia	Interior Cerro Sta Lucía	Febrero de 1875	
	16. Los Estudiantes	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	17. El niño agrícola	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	18. Dos niños con cántaros	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	19. Grecque y Romaine	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	20. Dios Pan o Fauno	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	21. Benjamín Vicuña Mackenna	Plaza B. Vicuña Mackenna	Septiembre de 1908	
	22. A los expatriados del cielo y la tierra	Interior Cerro Sta Lucía	Septiembre de 1874	
	23. Tablilla de la suerte	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	24. El perro	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	25. Dos leones de bronce	Exterior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	26. Dios Neptuno	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	
	27. Joven sobre pedestal	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida	

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO
	28. Polimnia	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	29. Diana	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	30. Piedra conclusión diques Mapocho	Interior Cerro Sta Lucía	1782
	31. Escudo Real de Andina y Varela	Interior Cerro Sta Lucía	1805
	32. Piedra de Escudo de Armas	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	33. Portada y Lámparas Jardín Japonés	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	34. Juan Gutemberg	Exterior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	35. Rogelio Van Der Weiden	Exterior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	36. Cuatro Cañones	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	37. Placa Darwin	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	38. Javiera Carrera	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	39. proyectiles del Huáscar	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
	40. El Vendimiador	Interior Cerro Sta Lucía	Desconocida
ZONAS DE CONSERVACIÓN HISTÓRICAS	41. Adán y Eva ZCH A4 – Santa Lucía	Merced/ Sta Lucía Con una superficie de 22 (Há), alberga el Cerro Santa Lucía como hito principal, se caracteriza por su vocación residencial y cultural, contiene edificios de alto valor arquitectónicos, espacios públicos de	Desconocida Dec. Secc. 2da. N°111 ,D.O 23/08/2002

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO
EN PLANOS REGULADORES COMUNALES.	ZCH A7 - Borde sur Parque Forestal	Escalera peatonal y una marcada vida social y de barrio. Con una superficie de 8.3 (Há), constituye la cara sur de la Zona típica Parque Forestal. Contiene edificios de gran valor histórico y arquitectónico como la Posada del Corregidor y obras de connotados arquitectos como Martin Noel y Luciano Kulczewsky.	Dec. Secc. 2da. N°900 ,D.O 31/05/2008
OTRO			

5.1.2 Figura de protección para la conservación del patrimonio intangible.

Indique si la zona cuenta con alguna figura de protección⁸ o reconocimiento relacionada con su patrimonio intangible.

TIPO DE PROTECCIÓN/RECONOCIMIENTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO DE INICIO
Sello de Excelencia de Artesanía	Tiendas en GAM	Tiendas de artesanías en GAM	
Tesoros humanos vivos		No tiene	
Otro	"Corporación Cultural Organilleros de Chile"	Es a nivel Regional y de paso en los sectores del Barrio como en los sectores de la Región Metropolitana.	Más de 100 años de oficio

⁸ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

5.2 Gestión del territorio turístico

5.2.1 Gestión Municipal.

Refiérase a la gestión territorial del municipio en la zona, señalando si este cuenta con Departamento de Turismo y/o Encargado de Turismo y con Departamento de Patrimonio y Cultura y/o Encargado de Patrimonio y Cultura.

NOMBRE DE LA MUNICIPALIDAD	MARQUE CON UNA X			
	ENCARGADO DE TURISMO	DEPARTAMENTO DE TURISMO	ENCARGADO DE PATRIMONIO Y CULTURA	DEPARTAMENTO DE PATRIMONIO Y CULTURA
Municipalidad de Santiago	X	X	X	X

Indique si alguno (s) de/los municipios de la zona, han comenzado el proceso para alcanzar la Certificación Ambiental Municipal⁹ (CAM) del Ministerio de Medio Ambiente y/o ya lo tienen.

NOMBRE DE LA MUNICIPALIDAD	AÑO DE COMIENZO DEL PROCESO	MARQUE CON UNA X				OBSERVACIONES
		CAM				
		BÁSICA	INTERMEDIA	EXCELENCIA	NO TIENE	
Municipalidad de Santiago	2011			X		Se recibe certificación 28 de noviembre 2013

5.2.2 Organización de la zona.

Indique si la zona cuenta con algún organismo de gestión turística, de ser así indique su modo de financiamiento y años de funcionamiento.

Sin Información

5.2.3 Coordinación público privada.

Indique si la zona cuenta con alguna instancia de coordinación público privada en materias de turismo. Si no existe, señale si existe una instancia de iguales características donde se pudieran canalizar la temática.

Sin Información

⁹ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

5.2.4 Acuerdos de Producción Limpia (APL).

En caso de que aplique refiérase a los Acuerdos de Producción Limpia¹⁷ (APL) implementados y/o en desarrollo en la zona.

No Aplica

5.2.5 Proyectos de inversión aprobados por el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA)

Indique los proyectos de inversión aprobados por el SEIA en los últimos cinco años, y que se están desarrollando y/o se han desarrollado en la misma zona y/o sectores aledaños (se recomienda utilizar la información proporcionada por el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental – SEIA).

En la zona del presente plan no se ha ingresado ningún proyecto al sistema de Evaluación de Impacto Ambiental en los últimos 5 años.

5.3 Gestión del agua:

5.3.1 Disponibilidad de agua potable.

Indique si la zona asegura la cantidad y calidad de agua potable, señalando el nombre de la empresa proveedora:

MARQUE CON UNA X		NOMBRE DE LA EMPRESA: PROVEEDORA ¹⁸	OBSERVACIONES ¹⁹
Centro de estadía	Resto de la zona		
X	X	Aguas Andinas	

¹⁷ En caso de que aplique, puede indicar más de una.

¹⁸ Mencione si la disponibilidad es homogénea para todo el año y/o se restringe en meses de mayor demanda y escasez.

¹⁹ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

5.3.2 Saneamiento.

Indique si la zona cuenta con sistema de alcantarillado a la vez que dispone de un sistema de tratamiento de aguas servidas (Se recomienda consultar con Municipios y/o revisar el Informe Anual de Medio Ambiente del IME)

	MARQUE CON UNA X		OBSERVACIONES
	Centro de estadía	Resto de la zona	
Sistema de alcantarillado	Si	Si	
Sistema de tratamiento de aguas servidas	Si	Si	
Otros (mencione cuáles)			

5.3.3 Programas o planes de gestión del uso eficiente del agua.

Indique si en la zona se están desarrollando y/o se han desarrollado programas o planes de gestión sobre el uso eficiente del agua

	ETAPA	PERÍODO DE VIGENCIA	INSTITUCIÓN GESTORA	OBSERVACIONES
<p>Ordenanzas municipales sobre el uso eficiente del agua.</p> <p>Programas de sensibilización y educación a la comunidad y pequeñas y medianas empresas.</p> <p>Reutilización de aguas grises y pluviales.</p> <p>Instalación de mecanismos de eficiencia en la infraestructura de la zona(plazas, parques, playas, áreas protegidas, otros), como: grifos con temporizador, aireadores de flujos de agua, baños secos, riego por goteo, entre otros.</p> <p>Programa de prevención de la contaminación del recurso hídrico (aguas superficiales y subterráneas).</p>	En aplicación	2013	<p>Municipalidad de Santiago</p> <p>Municipalidad de Santiago</p>	<p>No existe ordenanza de este tipo</p> <p>Trabajo ambiental en reciclaje de inorgánicos, aceites y otros.</p>

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

	ETAPA*	PERÍODO DE VIGENCIA	INSTITUCIÓN GESTORA	OBSERVACIONES
Otros (mencione cuáles).		2013		Fondo concursable para punto limpio en plaza Veracruz

*Aplicado, en aplicación y/o en proyección.

5.4 Gestión de la energía.

5.4.1 Disponibilidad del recurso energético.

Indique si la zona asegura el suministro eléctrico permanente y el abastecimiento de combustible, señalando el nombre de la empresa proveedora.

	MARQUE CON UNA X		NOMBRE DE LA EMPRESA PROVEEDORA	OBSERVACIONES**
	Centro de Estadía	Resto de la zona		
Suministro Eléctrico	X	X	CHILECTRA	
Suministro de combustible	X	X	Varias compañías	Gas

* En caso de que aplique, puede indicar más de una.

** Mencione si la disponibilidad es homogénea para todo el año y/o se restringe en meses de mayor demanda y escasez.

5.4.2 Tipo de energía generada en la zona.

Describa qué tipo de energías se producen en la zona misma y/o sectores aledaños (se recomienda revisar las estadísticas del sector eléctrico en Chile, disponibles en www.cne.cl).

TIPO DE ENERGÍA	NOMBRE DE LA CENTRAL	AÑO DE PUESTA EN MARCHA	POTENCIA BRUTA TOTAL KIW	OBSERVACIONES
Energía Convencional Petróleo y sus derivados Térmica (Carbón) Gas Natural	No	No	No	

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

Energía renovable no convencional	Hídrica (> 20 MW)
	Biomasa
	Hídrica (< 20 MW)
	Geotérmica
	Solar
	Eólica
	Otras

* Mencione comunas.

5.4.3 Fuentes de abastecimiento en base a energías renovables.

Mencione cuáles de las siguientes fuentes de abastecimientos en base a energías renovables están comenzando a ser implementadas en los servicios de alimentación y alojamiento turístico y en el sector inmobiliario de la zona:

TIPO DE ENERGÍA	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y ALOJAMIENTO TURÍSTICO	INMOBILIARIOS**	OBSERVACIONES
EÓLICA			
SOLAR*		X	Edificios en el sector con paneles solares para calentar el agua sanitaria.
OTROS			

* Paneles fotovoltaicos y/o termosolares.

** Casas, departamentos, condominios, entre otros.

5.4.4 Sistema de calefacción de la zona.

Enumere en orden decreciente los tres tipos de combustibles mayormente utilizados en la zona para calefacción (si considera la leña, menciónela en la columna de observaciones, si existen en la zona proveedores de leña certificada).

	1 NUMERO DE 1 A 3	OBSERVACIONES
GAS	1	
PARAFINA O KEROSENE	3	
ELECTRICIDAD	2	
LEÑA	No	
OTROS (MENCIONE CUÁLES)		

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

5.4.5 Plan de eficiencia energética.

Indique si en la zona se están desarrollando y/o se han desarrollado programas o planes de gestión sobre el uso eficiente de la energía.

ETAPA*	PERIODO DE VIGENCIA	INSTITUCIÓN GESTORA	OBSERVACIONES	
Ordenanzas municipales sobre el uso eficiente de la energía.				
Programas de sensibilización y educación a la comunidad y pequeñas y medianas empresas sobre el uso eficiente de la energía.	En aplicación	Todo el año	Municipalidad de Santiago	Trabajo con ECOCHILECTRA en reciclaje y educación ambiental
Programa de la eficiencia energética en el alumbrado público (incorporando nuevas tecnologías, recambio de luminarias, entre otros).	Aplicado	2009 2013	Municipalidad de Santiago	Recambio luminarias Parque Forestal. Recambio de óptica luminarias Cerro Santa Lucía.
Otros (mencione cuáles).				

*Aplicado, en aplicación y/o en proyección.

5.5 Gestión de residuos sólidos

5.5.1 Saneamiento y disposición final de residuos sólidos.

Indique con que sistema cuenta la zona para la disposición final de residuos sólidos.

Disposición final	NOMBRE	MARQUE CON UNA X		OBSERVACIONES
		Destino	Sector Aledaño*	
Relleno sanitario Vertedero autorizado Vertedero no autorizado	KMD. S.A.		QUILICURA	

*Mencione las comunas.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

5.5.2 Puntos limpios.

Indique si la zona cuenta con algún (os) punto (s) limpio (s) en operación e indique la institución que los administra.

NOMBRE PUNTO LIMPIO	TIPOS DE RESIDUOS RECOLECTADOS*	INSTITUCIÓN ADMINISTRADORA	UBICACIÓN**	AÑO DE INICIO
Campana de Beneficencia	Vidrio	Coaniquem	Plaza del Bombero (frente al Museo de Arte Contemporáneo)	
Campanas de Beneficencia	Vidrio	Codeff	Villavicencio (a metros de Namur)	
Estación Médica Parque Forestal	Pilas domésticas	Municipio	Juan Ramón Gutierrez N°80 (calle trasera del GAM)	
Ecochilectra	Papel, cartón, plástico PET, vidrio, tetrapak, lata	Ecochilectra	Ismael Valdes Vergara con Monjitas	2013

* Vidrios, latas, papel, plásticos, residuos peligrosos (pilas, medicamentos vencidos, etc.) entre otros.

** Mencione comuna o punto de referencia

5.5.3 Cantidad de residuos reciclados.

Indique la cantidad anual de reciclaje según tipo que se acumula en la (las) comunas que engloban la zona.

TIPO DE RESIDUO	CANTIDAD ANUAL (TON/AÑO)
VIDRIO	1131 ton/2013 a octubre (dato de la comuna)
LATAS	0,01859 ton/ 2013 a octubre (dato de la zona)
PAPEL PLÁSTICO CHATARRA	1040 ton/2013 a octubre (dato de la comuna) 25 ton/ 2013 a octubre (dato de la comuna)
OTROS	0,01122 ton / 2013 a octubre (dato de la zona)

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

5.5.4 Plan de manejo de residuos sólidos domiciliarios.

Indique si en la zona se desarrollan o implementan programas o planes de gestión para el manejo de residuos sólidos domiciliarios.

	ETAPA*	PERIODO DE VIGENCIA	INSTITUCIÓN GESTORA	OBSERVACIONES
Ordenanzas municipales sobre la eliminación de los residuos sólidos.	En aplicación	1998	Municipalidad de Santiago	Ordenanza N° 77
Sensibilización y educación a la comunidad y a las pequeñas y medianas empresas sobre el manejo de residuos sólidos.	En desarrollo			
Programas de recolección segregada de residuos domiciliarios (aparatos eléctricos y electrónicos, despojos vegetales, escombros, otros).	No en la zona			
Valorización de residuos orgánicos (compostaje).	No en la zona			
Valorización de residuos no orgánicos (reciclaje).	No en la zona			
Valorización energética de residuos (Co-incineración).	No			
Otros (mencione cuáles).				

*Aplicado, en aplicación y/o en proyección.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6 ÁMBITO ECÓNOMICO.

6.1 Viabilidad económica.

6.1.1 Llegadas y pernoctaciones de pasajeros nacionales a Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT).

Indique el número de llegadas¹¹ y de pernoctaciones aproximadas de los visitantes nacionales que acuden a la zona (se recomienda utilizar como base el documento de EAT disponible en SERNATUR). Utilice como referencia el último año disponible.

COMUNA (S) DE LA ZONA	NÚMERO TOTAL DE LLEGADAS	NÚMERO TOTAL DE PERNOCTACIONES	AÑO A LA QUE CORRESPONDE LA INFORMACIÓN
Región Metropolitana	336.767	624.682	2013

6.1.2 Llegada y pernoctaciones de pasajeros internacionales a Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT).

Indique el número de llegadas y de pernoctaciones aproximadas de los visitantes internacionales que acuden a la zona¹² (se recomienda utilizar como base el documento de EAT disponible en SERNATUR). Utilice como referencia el último año disponible.

COMUNA (S) DE LA ZONA	NÚMERO TOTAL DE LLEGADAS	NÚMERO TOTAL DE PERNOCTACIONES	AÑO A LA QUE CORRESPONDE LA INFORMACIÓN
Región Metropolitana	611.895	1.317.863	2013

¹¹ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

¹² La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.1.3 Indique la tasa de ocupabilidad de habitaciones y camas para cada mes, en Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT) por comuna de la zona, para el año previo.

MESES	TASA DE OCUPABILIDAD MENSUAL	
	N° DE HABITACIONES	N° DE CAMAS
Enero	Santiago y Providencia	81,8 %
Febrero	Santiago y Providencia	79,0 %
Marzo	Santiago y Providencia	54,4 %
Abril		
Mayo	Santiago y Providencia	46,5 %
Junio		
Julio	Santiago y Providencia	63,2 %
Agosto	Santiago y Providencia	51,8 %
Septiembre	Santiago y Providencia	32,5 %
Octubre		
Noviembre	Santiago y Providencia	49,1 %
Diciembre		

6.1.4 Perfil del visitante nacional.

Indique el tiempo de estadía y gasto promedio de los visitantes nacionales en la zona diferenciando según región o ciudad (se recomienda utilizar el estudio de Turismo interno de SERNAATUR u otros)

REGIÓN (NOMBRE HASTA 5 EN ORDEN DECRECIENTE)	TIEMPO PROMEDIO DE ESTADÍA (DÍAS)	GASTO PROMEDIO DE LOS VISITANTES (PESOS)
ABC1	3,22	77.645,07
C2	4,5	70.336,29
C3	6,03	82.564,03
D	4,83	40.769,53
ABC1	3,22	77.645,07

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.1.5 Perfil del visitante extranjero.

Indique el tiempo de estadía y gasto promedio de los visitantes extranjeros en la zona, diferenciando según:

PROCEDENCIA (NOMBRE HASTA 5 EN ORDEN DECRECIENTE)	TIEMPO PROMEDIO DE ESTADÍA (DÍAS)	GASTO PROMEDIO DE LOS VISITANTES (DOLÁRES)
ARGENTINA	8,4	DIARIO 35,6
BOLIVIA	5,3	DIARIO 23,4
PERU	4,2	DIARIO 50,3
BRASIL	9,4	DIARIO 91,0
EE.UU	13,3	DIARIO 84,1
MEXICO	12,4	DIARIO 95,5
CANADA	21,1	DIARIO 61,1
ALEMANIA	19,2	DIARIO 57,9

6.2 Prosperidad Local.

6.2.1 Sectores productivos

Indique cuáles sectores productivos son relevantes en la región y cuál es su proporción en cuanto a la generación de divisas. Señale si la importancia regional está relacionada con la realidad local.

Sin Información

6.2.2 Fuerza laboral

Señale la fuerza laboral regional, porcentaje poblacional vinculado directamente al turismo, y las actividades principales desde el punto de vista del empleo. Señale si estas antecedentes regionales están relacionados con la realidad local.

Sin Información

6.2.3 Oficinas de Información Turística (OIT).

Entregue información de la (S) OIT presente (S) y/o más cercana a la zona, considerando las siguientes variables: ubicación, dependencia, periodicidad, servicios, material, idiomas, otros.

¹³ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

UBICACIÓN OIT (COMUN A)	DEPENDENCIA *	PERIODO DE ATENCIÓN **	SERVICIOS DISPONIBLES ***	MATERIAL DISPONIBLE ****	MANEJO DE IDIOMAS	CANTIDAD DE INFORMACIONES TURISTICAS	REGISTRO DE ATENCIONES EN EL AÑO PREVIO
Santiago o (Cerro Santa Lucía)	Municipal	Anual	Circuitos gratuitos	Folletería, mapas	Inglés Portugués	1	6474
Santiago o (Plaza de Armas)	Municipal	Anual	Circuitos gratuitos Internet Tienda	Folletería, mapas	Inglés Portugués	4	52082
GAM	GAM	En período de implementación.				2	En implementación

* Servicio público (Seratur, Monjilio, otro), sector privado u organización sin fines de lucro

** Mensual, sólo temporada alta, anual, otro

*** Wifi, baños públicos, puntos limpios, otros

**** Folletería, mapas, otros.

6.2.4 Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) local.

Refiérase a los instrumentos de apoyo a PYMES con los que la zona ha contado en los últimos 5 años. Como por ejemplo: Capital Semilla de CORECO, Turismo Rural de INDAP, Apoyo al micro emprendimiento de FOSIS, entre otros.

Sin Información

* Servicios de alojamiento, gastronómicos, otros

6.2.5 Programas de promoción y fomento al turismo local.

Mencione las empresas que ejecutan y/o ejecutaron programas de RSE u otros, para promover el turismo local (considere los últimos cinco años) en la zona.

Sin Información

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.2.6 Programas sociales de SERNATUR.

Indique si alguno de los programas sociales ofrecidos por SERNATUR¹⁴ se ha ejecutado o se encuentra en ejecución en la zona durante el año previo. Señale además si la zona en evaluación es receptor o emisor de tales programas.

PROGRAMA	MARQUE CON UNA X		CANTIDAD PROMEDIO DE BENEFICIARIOS
	ZONA EMISORA	ZONA RECEPTORA	
GIRA DE ESTUDIO	No hay programas de Sernatur para la comuna de Santiago		Fuente: Jenny Riquelme, (Encargada de Programas Sociales SERNATUR)
VACACIONES			
TERCERA EDAD			
TURISMO MUJER			
OTROS			

6.3 Empleos relacionados con el turismo.

6.3.1 Tipos y oferta de empleos.

Refiérase a los tipos de empleos relacionados al turismo que se generan en la zona.

Sin Información

6.3.2 Capacitación y promoción laboral.

Refiérase a las actividades de capacitación y/o promoción laboral relacionadas al turismo, que se hayan desarrollado con fondos públicos en el año previo y/o se encuentren en ejecución y/o planificación.

Sin Información

6.4 Calidad y satisfacción del visitante y residente.

6.4.1 Aplicación de encuestas a los visitantes y residentes, respecto de su satisfacción con el desarrollo del turismo.

Indique si en el presente alguna institución pública y/o privada relacionada con turismo, se encuentran monitoreando la satisfacción de los visitantes.

Sin Información

¹⁴ La institucionalidad turística proveerá la información oficial para la o las comunas de la zona.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.4.2 Seguridad turística.

Reférase a los Delitos de Mayor Connotación Social (DMCS) que ocurrieron en la zona el año previo, señalando en caso de que aplique el número de ocurrencias. Se sugiere consultar la fuente de información proporcionadas por el Ministerio del Interior y Seguridad Pública

DELITOS DE MAYOR CONNOTACIÓN SOCIAL	CANTIDAD DE OCURRENCIA	
	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA BAJA
Robos con violencia o intimidación	22	14
Robos por sorpresa	4	3
Robos de Vehículo	1	0
Robos en lugar habitado	8	5
Robos en lugar no habitado		
Homicidios		
Violaciones		
Otros		

6.4.3 Sistemas de prevención y emergencia.

Indique si la zona tiene a su disposición los sistemas de prevención y emergencia mencionados a continuación:

	MARQUE CON UNA X	OBSERVACIONES
CARABINEROS Y/O SEGURIDAD CIUDADANA	X	1 era Comisaría y Seguridad Vecinal
CENTROS DE ATENCIÓN MÉDICA	X	Estación Médica, ubicada en José Ramón Gutiérrez 200
COMPAÑÍAS DE BOMBEROS	X	1era. Cía. Ubicada en J. M. de la Barra 411.
PROTOCOLOS DE ACCIÓN ANTE DESASTRES NATURALES	X	Dirección de Emergencia
OTROS		

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.4.4 Accesibilidad para personas con capacidad reducida.

Indique si la zona cuenta con la infraestructura y/o equipamiento apto para el desplazamiento de personas con capacidad reducida (niños, embarazadas y adultos mayores).

INFRAESTRUCTURA Y/O EQUIPAMIENTO	MARQUE CON UNA X	OBSERVACIONES
Pasarelas, rampas, rebajes de veredas y cruces peatonales aptos para personas con capacidad reducida.	X	Los servicios públicos del lugar si cuentan con servicios para personas con capacidad reducida.
Servicios higiénicos en espacios de gran afluencia de público, con acceso independiente para personas con capacidad reducida.	X	Sernatur, no cuenta con información de vías públicas.
Áreas protegidas, parques, plazas, senderos turísticos u otros, con pavimentos compactos, áreas de descanso, barra guía, entre otros.		
Playas con pasarelas de acceso desde los estacionamientos hasta la orilla y/o parte del mar.		
Juegos infantiles adecuados para niños con y sin discapacidad en un mismo espacio.	X	
Muelles y embarcaderos que permitan su uso a personas en silla de ruedas, coches de niños, adultos mayores, otros.		
Sectores de camping y picnic (Porcentaje de mesas accesibles, miradores y puntos de observación adecuados).		
Accesibilidad para personas con capacidad reducida en espacios culturales como museos, zonas patrimoniales y otros.		
Otros.		

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

6.5 Política de abastecimiento.

6.5.1 Grandes, medianos y pequeños proveedores de abastecimiento.

Indique la cantidad de proveedores (supermercados, mini mercados, almacenes, ferias libres, otros) que se encuentran disponibles a la vez que refiérase a su periodicidad de operación.

Sin Información

6.5.2 Promoción de productos locales.

Señale qué tipo de productos locales se producen, promocionan y comercializan dentro y/o fuera de la zona. Ejemplos: artesanías, productos culinarios, etc.

Sin Información

7 RED DE VALOR: Identificación de actores locales y otros actores relevantes

7.1 Principales prestadores de servicios turísticos

Refiérase a los principales prestadores de servicios turísticos de la zona. Es decir, a aquellos más activos a la hora de planificar el desarrollo turístico de la zona.

ACTORES PÚBLICOS	ACCIONES EN EL ÁMBITO TURÍSTICO
Museo Arqueológico de Santiago	Museo encargado de la difusión de los valores de las culturas precolombinas y la plástica contemporánea nacional, una línea a través del tiempo que conecta el pasado y el presente.
Cerro Santa Lucía	Importante atractivo turístico por su valor histórico y arquitectónico.
Centro de exposición de arte indígena	Por su valor histórico este centro resulta tremendamente atractivo para quienes visitan la zona.
Museo de Arte Popular Americano	Museo de la cultura genuina americana, ubicado en el GAM es una de las salas más visitadas.
Museo de Artes Visuales	Museo encargado de dar a conocer diferentes obras representativas de la actividad plástica tanto nacional como internacional.
Museo Nacional Bellas Artes	Preserva el patrimonio artístico nacional, lo cual lo convierte en un importante atractivo turístico.
Biblioteca	Encargada de preservar la mayor parte del material bibliográfico de

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

ACTORES PÚBLICOS	ACCIONES EN EL ÁMBITO TURÍSTICO
Nacional	nuestro país.
Archivo Nacional	Organismo público encargado de reunir, preservar y organizar el patrimonio documental de Chile, visitado por su gran valor arquitectónico e histórico.
Iglesia de San Pedro	Por su valor arquitectónico es una parada obligada por los turistas que visitan la zona.
Iglesia de la Veracruz	Para los turistas que visitan el Barrio Lastarria, esta es una parada obligada debido a su valor histórico y arquitectónico.
Plaza Multado Gil de Castro	Lugar turístico posee tiendas de artesanía y libros, un pequeño Museo Arqueológico y una amplia oferta de restaurantes y cafés.

ACTORES PRIVADOS	CATEGORÍA	ACCIONES EN EL ÁMBITO TURÍSTICO
Café del Mar	Cafetería	
Lola Barcelona	Tienda Diseño	
Confitería Lastarria	Minimarket	
Kabala	Pizzería	
Babalú	Tienda	
Hechaenc hile	Diseño	
Casa Lastarria	Restaurant	
Ulices	Librería	
La Junta	Restobar	
Pez Toro	Restaurant	Estos actores del ámbito privado están estrechamente relacionados con el turismo, ya que la zona propuesta es un flujo
Urriola	Restaurant	
Nolita	Restaurant	
Sur	Restaurant	
Patagónico	Restaurant	
Utopía	Cafetería	importante de visitantes nacionales y extranjeros, entregándoles una
El Callejón de Mesías	Cafetería	variada oferta en productos y servicios.
Gato Pardo	Restaurant	
Casa Observatorio	Restaurant	

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

ACTORES PÚBLICOS		ACCIONES EN EL ÁMBITO TURÍSTICO
Bocanaris	Vinoteca	
Mulato	Restaurant	
Zabo	Gastronomía	
Ogus	Diseño ropa	
Fusina	Diseño ropa	
Cepaz	Diseño ropa	
Berry	Bar	
Caleta	Restobar	
Lastarria		
Café del Museo	Gastronomía	
Ocho	Accesorios	
Fortuna	decoración	
Café Utopía	Cafetería	
Tienda Aji	Accesorios- Joyas	
BbVinos	Tienda vinos	
Santiago	Tienda vinos	
WineCub		
Colmado	Cafetería	
Café		
Plop	Galería,	
Galería	tienda	
Miniatura	Tienda de ropa infantil	
Bikram		
Yoga	Yoga	
Santiago		
GAM	Centro Cultural	
Nueva escuela de Yoga	Yoga terapias	
Castillo	Centro de	
Hidalgo	eventos	

Alojamiento

NOMBRE	UBICACIÓN	CAMAS OBSERVACIONES
ALTURA SUITES (MERCED)	MERCED 562 OF 1204	18

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

ANDES HOSTEL AND APARTMENTS	MERCED 562	17
ANDES HOSTEL AND APARTMENTS	MONJITAS 506	60
NEXO OPTIMO	MONJITAS 360 DEPTO 1005	1
APART BUTIQUE BELLAS ARTES (MERCED)	MERCED 562	9
APART BUTIQUE BELLAS ARTES (MIRAFLORES)	MIRAFLORES 455	8
APART BUTIQUE BELLAS ARTES (MONJITAS)	MONJITAS 360	1
APART HOTEL PRINCE	SANTO DOMINGO 664	13
APART PARQUE FORESTAL	SABTO DOMINGO 664 DPT. 808 A	9
APART URBANO	PASEO HUERFANOS 547 1202	20
BELLAS ARTES APART	HUERFANOS 547	35
BELLAS ARTES SUITE	MAC-IVER 551	60
CHILEAPART	HUERFANOS 547	60
COSTA	MERCED 562	30
DEPT AMOBLADOS COSTA SUECIA	PASEO HUERFANOS 547	10
DEPTOS PLAZA MAYOR	SANTO DOMINGO 760	10
HAPARTS (MERCED)	MERCED562	5
HORIZONGRUP	MERCED 562	12
HOSTAL DE LA BARRA	JOSE MIGUEL DE LA BARRA 449	3
HOSTAL DE LA BARRA	JOSE MIGUEL DE LA BARRA 451	24
HOSTEL LUCIA SUITES	SANTA LUCIA	38
HOTEL CIUDAD DE VITORIA	MONJITAS 527	75
HOSTAL FORESTA	VICTORIA SUBERCASEAUX 354	58
HOTEL MONTECARLO SANTIAGO	VICTORIA SUBERCASEAUX 209	128
LASTARRIA 43-61	LASTARRIA 43	
LASTARRIA 42-61 (61)	LASTARRIA 61	26
MG APARTMENTENTS (MERCED)	MERCED 562	10
PARK APARTMENTS FOR RENT	HURFANOS 545	50
PLAZA SUITES	HUERFANOS 547	3
RIVIERA HOTEL	MIRAFLORES 106	60
SANTIAGO BACKPACKERS	ENRIQUE MAC IVER 661	46
SOL AMOBLADOS (MERCED)	MERCED 691	1
WINDSOR SUITE	CICTORIA SUBERCASEAUX	82

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

65

Restaurantes

NOMBRE	UBICACIÓN	SILLAS	OBSERVACIONES
La Antigua Bodeguita	Miraflores 282	SIN REGISTRO	2
LA CASONA	MORANDE 538	600	
LA CASONA DE CATEDRAL LTDA.	CATEDRAL 2228	100	
LA CEBOLLA	LA CEBOLLA 2222	120	
Restaurant Vichuquén	San Antonio 65	SIN REGISTRO	

Tour Operadores y Arriendos de vehículos

NOMBRE	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
ACCUARIO VIAJES	CATEDRAL	
Banca de Turismo	1009. OF 906 Huérfanos 886	
Explorer Turismo	Paseo Huérfanos 1490	
FREETOUR	CATEDRAL 1289	
FUJIYAMA TOUR	SAN ANTONIO 378	
Intertour turismo	Huerfanos 635	
Mi Tour	HURFANOS 502	
MI VIAJE POR CHILE	HURFANOS 574	
MI VIAJE POR CHILE	HURFANOS 886	
Personal Experiences tour	HURFANOS 903	
Personal Experiences tour	HURFANOS 886	
Personal Experiences tour	HURFANOS 1022	

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

TRAVEL TIEMPO MAYOR	HURFANOS 1178
Turismo Into-Chile E.I.R.L.	HURFANOS 1294
TURISMO SANTIAGO FREAK LTDA	HURFANOS 1160
Viajes Noyer	SAN ANTONIO 220

7.2 Asociaciones gremiales y organizaciones comunales relacionadas al turismo

Refiérase a las principales asociaciones gremiales y organizaciones comunales locales que tienen relación con el desarrollo turístico de la zona. Favor señalar su relación con la Zoit (participa activamente y pertenecerá a la corporación; apoya a la zona; no participa; se opone)

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN/ORGANIZACIÓN	AÑO DE FORMACIÓN	TOTAL ASOCIADOS	RELACION
Chilesetur	2009	40	Alojamiento y Servicios Turísticos
Agebla	2011	20	

7.3 Autoridades locales

Refiérase a las autoridades y servicios locales presentes en la zona y señale su relación con la Zoit (participa activamente y pertenecerá a la corporación; apoya a la zona; no participa; se opone). Al menos debe señalar las entidades representadas.

MUNICIPALIDAD	RELACION	CONTACTO	OBSERVACIONES
Municipalidad de Santiago	Apoya y participa	Isabel Borquez	Directora, Departamento de turismo

7.4 Comunidad

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

Refiérase a las unidades vecinales y juntas de vecinos presentes en la zona y señale su relación con la Zoit (participa activamente y pertenecerá a la corporación; apoya a la zona; no participa; se opone).

Sin Información

Respecto de la percepción de la comunidad respecto de la actividad turística, se recomienda la aplicación de una encuesta que será provista por la institucionalidad turística.

7.5 Turistas

Mediante la aplicación de encuestas¹⁵ y/o focus groups señale las principales características del turista nacional y del turista internacional de la zona (por separado), según las siguientes variables.

Sin Información.

7.6 Empresas y Servicios no turísticos

Refiérase a los principales productores de la zona, en especial si desarrollan productos relacionados con el turismo (V. Viñas, señale su relación con la Zoit (participa activamente y pertenecerá a la corporación; apoya a la zona; no participa; se opone).

Sin Información

7.7 Asociaciones de productores:

Indique si en la zona existen asociaciones de productores locales, mencionando el nombre de la asociación, el número de productores asociados, el principal rubro, año de formación y zona y su relación con la Zoit (participa activamente y pertenecerá a la corporación; apoya a la zona; no participa; se opone).

Sin Información

¹⁵ Indicar ficha técnica del instrumento utilizado señalando al menos la representatividad de la muestra. Se propondrá una encuesta a utilizar.

ZOIT Lastarria – Bellas Artes

ANEXO N° 3:

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	EMAIL/SITIO WEB
BARES			
EL DIABLITO	Merced 336, local 2	56 2 26383 512	www.eldiablito.cl - reservas@eldiablito.c l
BAJO LLAVE	Nueva Rosal 344, subterráneo	56 2 26648 053	n/a
BAR LA JUNTA	José Victorino Lastarria 70, local 5	56 2 26386 864	www.barlajunta.cl - reservas@barlajunta. cl
OPERA CATEDRAL	José Miguel de la Barra esquina Merced	56 2 26643 048	www.operacatedral.c l - info@operacatedral.c l
BAR DE CLINIC	Monjitas 578	56 2 26399 548	www.bartheclinic.cl -
BOCA NARIZ	José Victorinio Lastarria 276	56 2 26389 893	www.bocanariz.cl - contacto@bocanariz. cl
BUDAPEST RESTOBIER	Santo Domingo 528	56 2 26395 843	n/a
RESTAURANTES			
GABRIELA RESTAURANT	Av. Libertador Bernardo O'Higgins 227	56 2 26386 643	www.gabrielarestaur ante.cl -
GATOPARDO	José Victorinio Lastarria 192	56 2 26336 420	<a href="http://www.restaurantgato
pardo.cl">www.restaurantgato pardo.cl
LES ASSASSINS	Merced 297 - B, frente calle Lastarria	56 2 26384 280	<a href="mailto:contaco@lesassassins
.cl">contaco@lesassassins .cl
LUCÍA BISTRÓ	Padre Luis de Valdivia 338	56 2 26331 859	www.luciabistro.cl
RESTAURANT CALETA LASTARRIA	Villavicencio 395	56 2 26325 764	n/a
RESTAURANT	Avenida Libertador Bernardo	56 2	restaurant@crownes

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

CARUSO	O'Higgings 136	26855 030	antiago.cl
RESTAURANT CASA LASTARRIA	Lastarria 70	56 2 26383 236	contacto@casalastarria.cl
RESTAURANT EL TXOKO ALAVÉS	Mosqueto 485	56 2 26382 494	n/a
RESTAURANT FUENTE ALEMANA	Avenida Libertador Bernardo O'Higgings 58, Plaza Italia, Metro Baquedano	56 2 26393 231	n/a
RESTAURANT GEOMÉTRICO	Padre Luis de Valdivia 328	56 2 66426 38	n/a
RESTAURANT KINTARO	Monjitas 460	56 2 26382 448	www.kintaro.cl
RESTAURANT MALAS ARTES	José Ramón Gutiérrez 277, local B	56 2 26339 781	n/a
RESTAURANT PEZTORO	José Victorinio Lastarria 70, local 6	56 2 26646 411	www.peztoro.com
RESTAURANT SUR PATAGÓNICO	José Victorinio Lastarria 92	56 2 26386 651	sur.patagonico@yahoo.com
RESTAURANT URRIOLA	Lastarria 70	56 2 26325 393	n/a
RESTAURANT ZABO SUSHI	José Victorinio lastarria 307	56 2 26393 604	n/a
SQUADRITTO	Rosal 332	56 2 26322 121	www.squardittoristorante.cl
VICTORINO BAR & RESTAURANT	José Victorino Lastarria 138	56 2 26395 263	n/a
RESTAURANT CENTRO VASCO	Vicuña Mackenna 547	56 2 22228 068	
KINPAI	Monjitas 467	56 2 26330 110	n/a

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

CAFÉS Y TETERÍAS			
CAFÉ BOMBÓN ORIENTAL	Merced 345	56 2 26391 069	n/a
CAFÉ CONCEPTO	José Miguel de la Barra 456	56 2 26396 269	cafeconcepto.wordpr ess.com
CAFÉ DE LA BARRA	José Miguel de la Barra 455	56 2 26641 472	n/a
CAFÉ DEL MUSEO	José Victorinio Lastarria 305, plaza Mulato Gil	56 2 26332 291	n/a
CAFÉ EL CALLEJÓN DE MESÍAS	José Victorino Lastarria 169	56 2 26648 721	n/a
CAFÉ EL OBSERVATORIO	José Victorino Lastarria 203	56 2 26391 627	contacto@cafeo.cl
CAFÉ EMPORIO LA ROSA	Merced 291	56 2 26389 257	clientes@emporiolarosa.cl
Café Flores Mosquito	Mosquito 434.	56 2 26385 196	floresmosquito@gm ail.com
Café La Antigua Bodeguita	Miraflores 282.	56 2 26337 508	info@laantiguabodeg uita.cl
Café Mosquito	Mosquito 440.	56 2 26640 273	n/a
Café Utopía	José Victorino Lastarria 105 – A.	56 2 66414 72	afe_utopia@yahoo.c om
El Biógrafo Café Restaurant	Villavicencio 394 – 398.	56 2 26393 499	contacto@transeuropafilms.cl
SOMA Café Sensorial	José Miguel de la Barra 454.	56 2 26390 442	n/a
Té con té	smael Valdés Vergara 490, costado Sur Museo Bellas Artes.	n/a	n/a
Wonderful Café	José Victorino Lastarria 90	56 2 26390	n/a

ZOIT Lastarria - Bellas Artes

		103	
Hoteles			
Ah Hotel	Ismael Valdés Vergara 740.	56 2 26337 980	reservas@ahhotel.cl
Hotel Bellas Artes Suite & Apartments	Mac - Iver 551.	56 2 26809 200	reservas@bellasartes suites.cl
Hotel Ciudad de Vitoria	Monjitas 527	56 2 27839 000	info@ciudaddevitoria .cl
Hotel Crowne Plaza	Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 136	56 2 26855 000/	ales@crownesantiag o.c
Hotel Foresta	Victoria Subercaseaux 353	56 2 26396 261	www.hotelforesta.cl
Hotel Montecarlo	Victoria Subercaseaux 209	56 2 26339 905	www.hotelmontecarlo.cl
Hotel Riviera	Miraflores 106	56 2 26331 176	www.rivierahotel.cl
Hotel Santa Lucía	San Antonio 327 o Paseo Huérfanos 779	56 2 26398 201	hotelsantalucia@hotmail.com
Hotel Windsor Suite	Victoria Subercaseaux Nº 65	56 2 24693 100	www.hotelwindsor.cl
Lastarria Boutique Hotel	Coronel Santiago Bueras 188	56 2 28403 700	nfo@lastarriahotel.com
Su Merced Hotel	Merced 120	56 2 25847 230	www.sumercedhotel.cl
Hostal Andes Hostel	Monjitas 506, Barrio Bellas Artes	56 2 26329 990	info@andeshotel.com
Hostal de la Barra	José Miguel de la Barra 451	56 2 26392 384	info@hostaldelabarra .com
Hostal Forestal	Coronel Santiago Bueras 122	56 2 26381 347	info@hostalsantalucia.cl

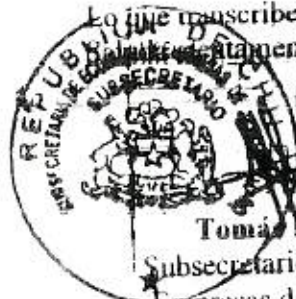
ZOIT Lastarria – Bellas Artes

Apart Hotel Carlton	Máximo Humbser 574	56 2 26383 130	<a href="mailto:carlton@hotelsantalu
cia.cl">carlton@hotelsantalu cia.cl
Apart Hotel Cerro Urbano	Merced esquina Mosquito, metro Bellas Artes	56 9 77765 145	info@cerrourbano.cl
Apart Hotel Chileapart	Merced 562 oficina 409 C, metro Bellas Artes	56 2 26325 786	www.chileapart.com
Apart Hotel Mela Blu	José Victorino Lastarria 70	56 2 26394 475	<a href="mailto:info@mosquetoapart
ments.c">info@mosquetoapart ments.c
Apart Hotel Mosquito Apartment	Mosquito 429, Barrio Bellas Artes.	56 9 81387 513	<a href="mailto:info@mosquetoapart
ments.cl">info@mosquetoapart ments.cl
Apart Hotel Lastarria Tourist Apartments	José Victorino Lastarria 43-61	56 2 26383 230	<a href="mailto:contacto@apartment
santiago.c">contacto@apartment santiago.c
Los Andes Suite	José Victorino Lastarria 70	56 9 80281 62	<a href="mailto:contacto@losandess
uites.cl">contacto@losandess uites.cl
Apart Hotel Plaza Suites	Huérfanos 547, oficina 1510 C	56 2 23521 000	<a href="mailto:contacto@plazasuite
s.cl">contacto@plazasuite s.cl
Apart Hotel Santiago Suite Apartments	Merced 562 oficina 822 torre A, metro Bellas Arte	56 2 26324 290	<a href="mailto:contacto@santiagosu
iteapartment.cl">contacto@santiagosu iteapartment.cl
Apart Boutique Bellas Artes	Mosquito 403 B, esquina Merced, Barrio Bellas Artes	56 2 26332 132	<a href="http://www.apartboutiqueb
ellasartes.cl">www.apartboutiqueb ellasartes.cl

ANÓTESE Y NOTIFIQUESE.


REPUBLICA DE CHILE
SUBSECRETARÍA DE TURISMO
[Handwritten Signature]
MANUEL PARDO LÓPEZ
SECRETARIO DE TURISMO

Lo que transcribe, para su conocimiento
y cumplimiento, se entrega a Usted.


[Handwritten Signature]
Tomás Flores Jaña
Subsecretario de Economía y
Empresas de Menor Tamaño