



**PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE GESTION  
SISTEMA DE GESTION TERRITORIAL  
ETAPAS 1- 2 Y DISEÑO ETAPA 3**

**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO  
ABRIL 2009**

**EQUIPO DE TRABAJO SISTEMA GESTION TERRITORIAL  
DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO**

**DIRECTOR NACIONAL RESPONSABLE : SR. OSCAR SANTELICES ALTAMIRANO  
: CECILIA ARIAS DE POL**

**ENCARGADA DEL SISTEMA : SRA. NATACHA ZAMORANO PAVEZ**

**ENCARGADOS REGIONALES:**

**REGION ARICA Y PARINACOTA : GUSTAVO CUEVAS  
REGION DE TARAPACÁ : MANFREDO THIELE  
REGION DE ANTOFAGASTA : MIGUEL QUEZADA  
REGION DE ATACAMA : SOLANGE FUSTER  
REGION DE COQUIMBO : ALDO CARPANETTI  
REGION DE VALPARAÍSO : JAVIER GOMEZ  
REGION DE O'HIGGINS : GIOVANNA AMAYA  
REGION DEL MAULE : SUSAN CANALES R.  
REGION DEL BIOBIO : OLGA PICARTE R.  
REGION DE LA ARAUCANÍA : ALEJANDRO JEREZ  
REGION DE LOS RIOS : GLADYS PADILLA A.  
REGION DE LOS LAGOS : NANCY VERA  
REGION DE AYSÉN : LUIS PEREZ V.  
REGION DE MAGALLANES : KLAUS THORMANN F.  
REGION METROPOLITANA : MARIA ELENA VERDEJO**

**LEY QUE RIGE A SERNATUR: DECRETO LEY N° 1.224 DE 1975.**

## **CUADRO SINÓPTICO QUE ACTUALIZA EL DIAGNÓSTICO GT – INFORME DE LA ETAPA 1**

<b>Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos</b> <i>(Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)</i>				
<b>Producto/subproductos estratégicos</b> Nota (1)	<b>Avance existente aplicando la PT</b> (2)	<b>Mejora prevista que se proyecta lograr</b> (3)	<b>Medidas necesarias que acompañen las mejoras</b> (4)	<b>Objetivo recomendado al Plan GT</b> (5)
<p style="text-align: center;">Producto 1 INFORMACIÓN SECTORIAL</p> <p style="text-align: center;">Información Turística</p> <p style="text-align: center;">Información Especializada en turismo</p> <p style="text-align: center;">Información Cuantitativa y cualitativa</p> <p style="text-align: center;">Documentación Técnica</p>	<p><b>Asociados al diseño y/o características del producto</b></p> <p>Diseño del producto Acceso al producto</p> <p>Las Unidades Regionales actualizan y concilian las bases de información tanto del portal web como del Sistema Cartográfico Digital Turístico (SIG_SERNATUR), a cargo del Departamento de Planificación. Se realiza la recopilación, actualización y estandarización de información, tanto de servicios como de atractivos turísticos.</p>	<p>1. Incorporar mejoras en el acceso al producto / servicio</p> <p>2. Entregar decisión específica del modo de provisión o acceso al producto /servicio a usuarios en cada región</p>	<p>1 Facilitar el acceso a la información con que cuenta SERNATUR, principalmente a través del portalweb.</p> <p>2. Incrementar la difusión de información sobre estadísticas del turismo</p> <p>3. Elaborar documentos técnicos para facilitar la toma de decisiones del sector</p>	<p>1. Mejorar la difusión de la oferta de atractivos y servicios turísticos de las áreas turísticas regionales.</p> <p>2. Elaborar orientaciones estratégicas para apoyar las decisiones del sector público y privado en los territorios priorizados.</p>

	<p><b>En materia de coordinación y / o complementariedad:</b> Desagregación de información por territorios</p> <p>La elaboración de material informativo y promocional se realiza generalmente con el concurso de fondos regionales, ya sea en formato escrito o digital, (cuartillas en extensión JPG).</p>	<p>El mejoramiento está dado en disponer en forma oportuna de información actualizada y difundirla a través de las redes pertinentes, teniendo presente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejorar u optimizar la programación o planificación territorial del producto /servicio.</li> <li>2. Abrir los sistemas de información territorial para facilitar la Gestión Territorial</li> <li>3. Intercambio de información para la toma de decisiones y mayor difusión de ésta.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fortalecer la coordinación interna y externa para recopilar e intercambiar información técnica y de prestación de servicios, en conjunto con otros Servicios Públicos y privados a nivel regional</li> <li>2. Mantener Convenio entre Sernatur e Ine, para el análisis de la demanda turística y dotar a las Direcciones Regionales de información estadística, principalmente, a nivel comunal cuando procede.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejorar la difusión de la oferta de atractivos y servicios turísticos de las áreas turísticas regionales.</li> <li>2. Aplicar indicadores de demanda turística a nivel nacional - regional y en las comunas localizadas en los territorios correspondientes.</li> </ol>
--	--	---	--	---

	<p><b>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos:</b>  Satisfacción de los usuarios  Operación del servicio</p> <p>La distribución del material técnico, turístico y promocional, está definida a través de Atención directa en Oficinas de Información Turística Regional, OIT en convenio, OIT Dirección Nacional, red de bibliotecas en regiones, agencias de viajes, ferias, exposiciones y sitio web institucional.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lograr mayor interrelación con otros Servicios que elaboran información complementaria con SERNATUR.</li> <li>2. Intercambio de información presupuestaria de las instituciones que participan en el desarrollo de la actividad turística</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponer de documentación técnica para satisfacer las demandas del sector.</li> <li>2. Disponer de información turística y /o promocional en los medios de información establecidos.</li> <li>3. Trabajo de coordinación previa a las discusiones presupuestarias a fin de optimizar mejor los recursos institucionales</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar orientaciones estratégicas para apoyar las decisiones del sector público y privado en los territorios.</li> </ol>
--	--	--	--	--

<p>Producto 2 PROMOCIÓN DEL TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL</p> <p>2.1 Participación en de actividades difusión</p> <p>2.2 Realización de de actividades promoción</p>	<p><b>Asociados al diseño y/o características del producto</b> Diseño del producto Acceso al producto</p> <p>Los empresarios regionales participan en las acciones promocionales internacionales programadas en mercados meta</p>	<p>1. Establecer mecanismos de información para el empresariado regional sobre la programación de acciones promocionales al exterior</p>	<p>1. Realizar a través de las Unidades Regionales de Turismo, difusión de las acciones promocionales programadas a nivel internacional, de acuerdo a lo establecido en el Plan de Marketing respectivo.</p>	<p>1. Mejorar el acceso de información a los empresarios turísticos sobre las campañas de acción promocional de Chile en el exterior.</p>
	<p><b>En materia de coordinación y / o complementariedad:</b> Ofrecer una oferta integrada en cada territorio</p> <p>Disponer de información sobre las empresas prestadoras de servicios turísticos en forma regionalizada, tanto en las Unidades Regionales como en la página web institucional.</p>	<p>1. Actualización de base de datos a nivel de cada región de los empresarios turísticos regionales que cuentan con oferta turística internacional.</p>	<p>1. Generar documento Directorio de Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos 2009, a nivel nacional.</p>	<p>1. Mejorar la información de los empresarios turísticos regionales.</p>
	<p><b>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos:</b> Provisión del producto Convocar a empresas turísticas que cuenten con ofertas turísticas de nivel internacional.</p>	<p>1. Favorecer la participación del empresariado que cuente con ofertas turísticas internacionales</p>	<p>1. Realizar actividades de promoción en conjunto con el sector público y privado regional.</p>	<p>1. Mejorar el acceso de información a los empresarios turísticos sobre las campañas de acción promocional de Chile en el exterior.</p>

<p>Producto 3 TURISMO INTERNO</p> <p>3.1 Programas Especiales para distintos segmentos de la población</p> <p>3.1.1 Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida</p> <p>3.1.2 Turismo Juvenil</p> <p>3.2 Investigación de Mercado</p> <p>3.3 Desarrollo de Productos</p> <p>3.4 Estrategias comunicacionales</p>	<p><b>Asociados al diseño y/o características del producto</b></p> <p>Acceso al producto</p> <p>En forma programada, se desarrollan las acciones de difusión de los programas especiales, en los territorios o mercados respectivos.</p> <p>El Programa Turismo Juvenil está dirigido para jóvenes de segundo año medio de establecimientos educacionales municipalizados diurnos. El Programa Adulto Mayor está dirigido a personas mayores de 60 años.</p>	<p>1. Entregar decisión específica del modo de provisión o acceso al producto/ servicio a usuarios en cada región</p> <p>2. Abrir los sistemas de información territorial para facilitar la Gestión Territorial</p>	<p>1. Optimizar la coordinación entre las acciones de turismo interno con las correspondientes acciones de las regiones.</p> <p>2. Lograr una mayor difusión de los productos y servicios que ofrece la región.</p>	<p>1. Ampliar la cobertura en la difusión de los Programas Especiales, como asimismo, cubrir la oferta de cupos del Programa de Vacaciones Tercera Edad a nivel nacional y Turismo Juvenil a través de las Giras de Estudio.</p>
--	--	---	---	--

	<p><b>En materia de coordinación y / o complementariedad:</b></p> <p>La elaboración de dos Estudios sobre el Comportamiento del Turismo Interno tiene por objetivo conocer el comportamiento del turista nacional respecto de la organización de viajes, destinos visitados, uso de servicios turísticos y gastos efectuados, y realizar análisis comparativos de algunas ciudades emisoras.</p> <p>La estrategia comunicacional permitirá crear interés en usar los servicios incorporados en paquetes turísticos ofertados por las empresas, e incrementar los flujos turísticos internos en temporada baja y media</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejorar u optimizar la programación o planificación territorial del producto /servicio.</li> <li>2. Desarrollar el turismo utilizando investigaciones de mercado.</li> </ol> <p>Incentiva la asociatividad de los empresarios en un territorio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejorar la oferta de productos y servicios del turismo interno por parte del sector privado a través de una investigación de mercado.</li> <li>2. Mejorar la difusión de productos y servicios del turismo interno a través de estrategias comunicacionales.</li> </ol>	<p>Mejorar la competitividad turística del país y optimizar la contribución del turismo al desarrollo socio-económico nacional.</p>
--	---	---	---	---

	<p><b>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos:</b></p> <p>El desarrollo de productos en los territorios promueve e impulsa el turismo interno</p> <p>El Programa Gira de Estudio usa preferentemente las instalaciones de los micro, pequeños y medianos empresarios, y contempla además, traslado en buses y pensión completa. El viaje tiene una duración de 6 días 5 noches en el destino. Incluye además, seguro de viaje y un guía acompañante.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. incrementar las relaciones con los empresarios privados para establecer alianzas que permitan comercializar sus productos</li> <li>2. Otorgar el beneficio a las regiones Metropolitana, Valparaíso, Maule, Bío-Bío y Los Lagos con destinos a la Regiones de Coquimbo, Bio-Bio, Araucanía y Los Lagos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asesorar en la organización y diseño de la oferta de los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos.</li> <li>2. Financiar aprox. el 70% de un paquete turístico de viaje de estudio.</li> </ol>	<p>Fortalecer la capacidad regional para impulsar el desarrollo turístico en el territorio.</p> <p>Facilitar el acceso de los jóvenes a los beneficios del turismo y potenciar la ocupación de los servicios turísticos en temporada media y baja</p>
--	---	--	---	---

<p>Producto 4 DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA OFERTA TURÍSTICA</p> <p>4.1.Ordenamiento territorial</p> <p>4.2.Desarrollo de destinos turísticos</p> <p>4.2.1 Coordinación público Privado.</p> <p>4.2.2 Diseño de planes de desarrollo turístico de los destinos</p> <p>4.2.3 Difundir e incentivar a los servicios turísticos para la implementación y certificación de normas de Calidad Turística</p> <p>4.2.4 Coordinar la creación y participación para la generación de normas de calidad</p> <p>4.3 Informes de estudios y/o declaratorias del Sistema de Evaluación de</p>	<p><b>Asociados al diseño y/o características del producto</b></p> <p>Distribución del Producto</p> <p>Satisfacción de los usuarios</p> <p>Operación del servicio</p> <p>La aplicación de un modelo de gestión de destinos turísticos en cada una de las regiones comenzó el 2005, y se continúa trabajando para aplicarlo en el sistema de evaluación de impacto ambiental</p> <p>En conjunto con el INN, Sernatur elaboró un cuerpo normativo establecido por 17 normas técnicas para empresas de alojamiento turístico, 2 normas técnicas para agencias de viajes y tour operadores y 24 normas técnicas para empresas de actividades de aventura. Adicionalmente 5 normas técnicas dirigidas a la certificación de personas</p> <p>El instrumento permite avalar el compromiso empresarial voluntario que es establecimiento o servicio se ha sometido a un sistema de certificación de calidad y que cumple con las normas técnicas</p>	<p>1. Elaborar en cada región Plan Anual de Promoción y Planificación, evaluado técnicamente por las unidades pertinentes</p> <p>2. Impartir capacitación en conciencia turística a los gestores territoriales</p> <p>3. Otorgar Sello mediante Resolución del Servicio Nacional de Turismo, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas oficiales de calidad turística e informe de un Organismo Certificador acreditado por el INN para las respectivas normas de turismo.</p>	<p>1. Elaboración de Planes Anuales de Promoción y Planificación en cada Región</p> <p>2. Capacitar al sector público y privado a través de talleres de conciencia turística regional.</p> <p>3. Difundir e incentivar a los servicios turísticos para la Implementación y Certificación de normas de calidad Turística en los territorios</p>	<p>Fortalecer la capacidad regional para impulsar el desarrollo turístico comunal.</p> <p>Lograr el compromiso del empresariado turístico para la implementación de normas técnicas en empresas y servicios turísticos.</p>
---	--	---	--	---

Impacto Ambiental.	<p>oficiales de calidad.</p> <p><b>En materia de coordinación y / o complementariedad:</b></p> <p>Otorgar un incentivo a las empresas que se someten a los sistemas de certificación de calidad en servicios como alojamiento turístico, agencias de viajes, tour operadores, actividades de turismo aventura y guías de turismo, entre otras.</p> <p>Trabajo desarrollado en forma sistemática, de acuerdo a solicitudes de CONAMA.</p> <p>La articulación territorial y cumplimiento de compromisos se verifica a través del Programa de Complementariedad Regional</p>	<p>1. Las empresas certificadas gozarán de beneficios adicionales por parte del Servicio Nacional de Turismo, tales como promoción turística y difusión en el portal web, entre otras.</p> <p>2. Elaboración de informes a través del sistema en red Conama.</p> <p>3. Elaboración y seguimiento del Programa de Complementariedad realizado con otros servicios públicos y sector privado.</p>	<p>1. La empresa o servicio integrará el Registro Nacional de Entidades Certificadas en Calidad Turística del Servicio Nacional de Turismo.</p> <p>2. Informar en forma oportuna y sistemática las evaluaciones de impacto ambiental de estudios y declaratorias solicitadas por CONAMA.</p> <p>3. Ejecutar Programa de Complementariedad con otros Servicios Públicos.</p>	<p>1. Lograr el compromiso del empresariado turístico para la implementación de normas técnicas en empresas y servicios turísticos.</p> <p>2. Incorporar la variable turística en la dimensión ambiental de los proyectos que ingresan al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental</p> <p>3. Fortalecer la capacidad de los actores regionales para impulsar el desarrollo turístico en el territorio.</p>
	<p><b>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos:</b></p> <p>A través del Sello Turístico de Calidad se permitirá establecer mayores beneficios en la difusión de servicios turísticos y dar transparencia al mercado de los servicios turísticos,</p>	<p>1. Mejorar los estándares de calidad y seguridad en las empresas y alcanzar mayores índices de competitividad en la industria a nivel internacional.</p> <p>2. Sensibilizar al empresariado turístico sobre beneficios del Sistema de Certificación de</p>	<p>1. Comprometer en los ámbitos de Certificación del Sistema de Calidad para los servicios turísticos, a un total nacional de 90 empresas.</p> <p>2. Difundir a través de talleres, seminarios o reuniones de trabajo a nivel regional, el Sistema</p>	<p>Lograr el compromiso del empresariado turístico para la implementación y certificación de Normas Técnicas en empresas y servicios turísticos.</p> <p>Mejorar la competitividad turística del país y optimizar la contribución del turismo al desarrollo</p>

	<p>entregando a los usuarios una herramienta eficaz para elegir entre la variada oferta turística, en función de parámetros homogéneos y objetivos.</p> <p>A través de la definición de zonas con valor turístico y paisajístico, se accede equitativamente al desarrollo de destinos</p>	<p>Calidad.</p> <p>3. Definición de zonas con valor turístico y / o paisajístico en cada una de las regiones</p>	<p>de Calidad de Servicios Turísticos</p> <p>3. Seguimiento y actualización de las Zonas con valor turístico y paisajístico para efectos de ingreso de proyectos al SEIA</p>	<p>socio-económico nacional.</p>
--	---	--	--	----------------------------------

- (1) Usar el listado completo de productos y subproductos vigentes en el 2009 según A-1 aprobado por DIPRES
- (2) Reseñar el avance existente aplicando la perspectiva territorial en cada tipo de causal -si es pertinente- en cada producto/subproducto.
- (3) Identificar la mejora prevista que se proyecta viable de incorporar al Plan GT y Programa Anual de Trabajo GT.
- (4) Identificar medidas de la autoridad necesarias para garantizar la aplicación de las mejoras (incluir medidas identificadas en actividades I.1.2. I.1,3, I.1,4 y I.1.5.
- (5) A partir de las columnas anteriores redactar objetivo que exprese el desarrollo deseable.

**Cuadro I. N° 2 : Objetivos recomendados al Plan en materia de mejoras a los sistemas de información institucional**

*(Objetivo 3 del Diagnóstico)*

Información	Medidas para proveer información a jefatura regional	Medidas para proveer información al GORE	Objetivo recomendado al Plan GT con mejoras a los sistemas
Oferta productos/subproductos en la región o territorios.	Disponible en la totalidad de las jefaturas regionales	<p>Durante los años 2007 - 2008, se estableció mecanismo de información para proveer diversos antecedentes a los Gore en todas las regiones.</p> <p>Durante el presente año, se suscribieron acuerdos con los Gore respecto de la información requerida, formato y periodicidad de entrega de información, cuyos resultados se indican regionalizadamente en la Actividad III. 3 del presente informe.</p>	Mantener informado al Gore sobre la oferta de productos /subproductos del Servicio en la región, en forma permanente.
Localización y características de clientes, usuarios o beneficiarios atendidos por producto en la región o territorios	Disponible en la totalidad de las jefaturas regionales	Las Direcciones Regionales deben proveer a los Gore de información sobre las atenciones a usuarios de las oficinas de información turística y de las estadísticas de flujos turísticos por temporada producidas en la región.	Mantener informado al Gore sobre las atenciones en las oficinas de información turística ubicadas en cada región, como asimismo, las estadísticas de movimientos por temporada.

		Principalmente dicha información sirve de insumo para la cuenta regional del Intendente	
Programa de gasto o inversión en la región.	Disponible en la totalidad de las jefaturas regionales	Establecido mecanismo de información para proveer a los Gore del programa de gastos de las Direcciones Regionales.	Mantener informado al Gore sobre el programa anual de gastos de las Direcciones Regionales de Turismo.
Compromiso de gasto o inversión formalizados en convenios o programas de complementariedad territorial	Disponible en la totalidad de las jefaturas regionales	La mayoría de las Direcciones Regionales de Turismo trabajan con financiamiento público externo, razón por la cual dicha información es proveída al Gore, conforme la periodicidad requerida.	Mantener informado al Gore sobre las actividades establecidas en el programa anual de inversiones de la Región, cuando proceda.

Cambios menores que ajustan sistemas ampliando variables o bases de datos se tratan como mantenimiento; no se reportan al PMG-GT.

## FORMATOS DE LA ETAPA 2 : FORMULACIÓN DEL PLAN GT Y PROGRAMA DE TRABAJO GT 2008

*OBJETIVO 4: La institución elabora el Plan para incorporar la perspectiva territorial en la entrega de sus productos, y para incorporar modificaciones o mejoras del sistema de información para el registro de sus productos estratégicos y clientes/usuarios/beneficiarios por región, en base a los resultados del diagnóstico.*

*OBJETIVO 5. La institución define los indicadores de desempeño para evaluar los resultados del Plan elaborado para incorporar la perspectiva territorial.*

### II. 1. OBJETIVO GENERAL

OBJETIVO GENERAL	RESULTADOS ESPERADOS	PLAZO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FUENTE Y REGISTRO DE LA INFORMACIÓN
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Fortalecer la capacidad de SERNATUR para coordinar las acciones de promoción y planificación del turismo en los territorios.	<p>Contar con material informativo y promocional del territorio.</p> <p>Contar con Planes de Promoción y Planificación en cada una de las 15 Regiones del país.</p> <p>Fomentar el desarrollo integral de la gestión territorial, a través de la capacitación, elaboración de documentación técnica, actualización y difusión de oportunidades de</p>	<p>Al término de tres años, el 80% de los destinos turísticos contarán con productos turísticos fortalecidos, con un programa de trabajo en territorios con complementariedad entre instituciones afines y con equipos de trabajo capacitados.</p>	<p>(Elaboración de material escrito o en formato digital/ 1 folleto ó cartilla programado elaborar) * 100</p> <p>(Nº de Planes de Promoción y Planificación elaborados / 15 Regiones con Planes de Promoción y Planificación Regional elaborados) *100</p> <p>(Nº de reuniones de asesoramiento sobre diseño, organización y/o promoción del</p>	<p>Planes de Promoción y Planificación de cada Región</p> <p>Nómina de asistencia</p>	<p>Las Direcciones Regionales de Turismo se constituyen en la fuente de información.</p> <p>El registro de recepción de los antecedentes está definido en la Subdirección de Regiones a nivel central</p>

	<p>inversión en los territorios, como asimismo, de la aplicación de instrumentos que contribuyan a la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos turísticos y del trabajo público - privado.</p>		<p>producto turístico comunal / N° de reuniones programadas con actores regionales, comunales y/o microempresarios turísticos) * 100</p> <p>(N° de talleres efectuados / N° de talleres programados en Conciencia Turística en el período) * 100</p> <p>(N° de documentos técnicos elaborados y disponibles en página web y/o biblioteca de Sernatur / N° de documentos técnicos programados para la web y/o biblioteca institucional) * 100</p> <p>Informe de inversión turística del territorio nacional elaborado</p> <p>(N° de estudios sobre el Comportamiento</p>	<p>Nómina de asistencia</p> <p>Documentos elaborados en sistema digital y/ o en papel</p>	<p>Las Direcciones Regionales de Turismo se constituyen en la fuente de información.</p> <p>El registro de información y seguimiento está incorporado en el Plan del Sistema Gestión Territorial de Sernatur</p>
--	--	--	---	---	--

			<p>del Turismo Interno elaborados / N° de estudios sobre el Comportamiento del Turismo Interno programados) *100</p> <p>(N° de áreas turísticas prioritarias descritas en el Sistema de Información Geográfico /Total de áreas turísticas prioritarias identificadas) * 100</p> <p>(N° de Informes técnicos de calidad de empresas y servicios emitidos dentro del plazo establecido / Total de Informes técnicos emitidos, en relación a las cartas compromiso de empresas ingresadas a la Unidad Regional) x 100</p> <p>(N° de estudios y declaratorias de</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>impacto ambiental con requerimiento opinión de Sernatur ingresados al sistema / N° de estudios informados por Sernatur) x 100</p>		
--	--	--	--	--	--

- (1) Objetivo general: propósito alcanzable del Plan GT considerando dos a tres años de ejecución.
- (2) Resultados esperados: logros esperados de la aplicación del plan (deben guardar relación con las mejoras identificadas en el diagnóstico a los productos estratégicos y que luego se trabajan a nivel de objetivos específicos)
- (3) Plazo: fecha en que el plan debe estar concluido.
- (4) Indicadores: indicadores que evaluarán los resultados esperados del plan. Señalar el nombre y la formula de cálculo.
- (5) Medios de Verificación: Señalar el medio a través del cual se probará o acreditará la realización de los resultados.
- (6) Fuente y registro de la información: fuente de los datos de los indicadores y el instrumento que utiliza el servicio para sistematizar la información de estos indicadores (ejemplo: cuadro de mando, plan operativo, el mismo plan pmg-gt). Piense que la fuente y el registro pueden ser auditables.

## II. 2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN PLURIANUAL DE GT

REGIÓN: A NIVEL NACIONAL						
PRODUCTOS O SUBPRODUCTOS ASOCIADOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PLAZO	META ANUAL	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Nota (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<p>Producto 1 INFORMACIÓN SECTORIAL</p> <p>Información Turística</p>	<p>Mejorar la difusión de la oferta de atractivos y servicios turísticos de las áreas turísticas regionales</p>	<p>Objetivo permanente</p>	<p>Parcial</p>	<p><b>Material informativo y/ o promocional</b></p> <p>(Elaboración de material escrito o en formato digital/ 1 folleto ó cartilla programado elaborar) * 100</p> <p>(Nº de medios de difusión utilizados / Nº de medios de difusión programados para dar a conocer material programado) * 100</p>	<p>CD, impresión de página web o documento físico del material elaborado</p> <p>Relación de medios de difusión utilizados y material difundido</p>	<p>Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana</p>
<p>Producto 1 INFORMACIÓN SECTORIAL</p> <p>Información Especializada en Turismo</p> <p>1.2.1 Información cualitativa y</p>	<p>Aplicar indicadores de demanda turística en las comunas donde se localicen más de 3 establecimientos de alojamiento turístico</p>	<p>Objetivo permanente</p>	<p>Parcial</p>	<p><b>Demanda turística comunal</b></p> <p>(Nº de llegadas de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico de la Comuna según</p>	<p>Documento "Estadísticas de Alojamiento Turístico según comuna" año 2008, elaborado con la información proporcionada</p>	<p>Departamento Planificación Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana</p>

cuantitativa				<p>período / N° de llegadas de turistas nacionales y extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico de la Región período ) *100</p> <p>(N° de llegadas de turistas extranjeros a establecimientos de alojamiento turístico de la Comuna / N° de llegadas a la región de turistas extranjeros ) * 100</p> <p>Nota 1: período 2008</p>	<p>por el INE. Documento "Turismo Informe Anual" 2008, elaborado en conjunto con el INE.</p>	
<p>Producto 1 INFORMACIÓN SECTORIAL</p> <p>1.3 Documentación Técnica</p>	<p>Elaborar orientaciones estratégicas para apoyar las decisiones del sector público y privado en los territorios priorizados.</p>	<p>Objetivo permanente</p>	<p>Parcial</p>	<p><b>Elaboración documentos técnicos</b> (N° de documentos técnicos disponibles en pagina web y /o Biblioteca de Sernatur / N° de documentos técnicos programados para la web y/ o Biblioteca institucional) *100</p>	<p>Documento elaborado y disponible en portal institucional y/o en Biblioteca.</p> <p>Medios de difusión</p>	<p>Departamento Planificación Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana</p>

				(N° de medios de difusión utilizados/ N° de medios de difusión programados) *100  Nota: elaboración 2009	utilizados	
<p>Producto 2 PROMOCIÓN DEL TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL</p> <p>2.1 Participación en actividades de difusión</p> <p>2.2 Realización de actividades de promoción.</p>	<p>Mejorar la participación y ejecución de las acciones promocionales de Chile en el exterior</p>	Anual	Anual	<p><b>Promoción del turismo a nivel internacional</b> (N° de envíos a las Direcciones Regionales de Turismo del Plan de Acción 2009/ Total de envíos programados) * 100</p> <p>(N° de proyectos presentados al FNDR / N° de proyectos programados) * 100</p> <p>(N° de acciones promocionales realizadas / N° de acciones promocionales programadas) * 100</p> <p>Directorio de Empresas elaborado</p>	<p>Plan de Acción 2009</p> <p>Proyecto presentado</p> <p>Informe de la actividad</p> <p>Directorio de Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos elaborado</p>	<p>Departamento Promoción</p> <p>Direcciones Regionales de Turismo que cuenten con oferta turística internacional Oficina Región Metropolitana</p> <p>Departamento de Planificación</p>

<p>Producto 3 TURISMO INTERNO 3.1 Programas Especiales para distintos segmentos de la población  3.1.1 Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida</p>	<p>Ampliar la cobertura en la difusión de los Programas Especiales, especialmente, cubrir la oferta de cupos del Programa Vacaciones Tercera Edad a nivel nacional</p>	<p>Anual</p>	<p>Anual</p>	<p><b>Programa Vacaciones Tercera Edad</b> (N° de acciones de difusión realizadas a noviembre 2008 / N° de acciones programadas) * 100  (N° de usuarios que han hecho uso del programa último período /N° de usuarios programados para el mismo período) *100  Nota: período junio 2008 mayo 2009.</p>	<p>Nómina de asistentes a las acciones de difusión realizadas  Base de Datos Programa Vacaciones Tercera Edad</p>	<p>Unidad Turismo Social Programa Vacaciones Tercera Edad</p>
<p>Producto 3 TURISMO INTERNO 3.1 Programas Especiales para distintos segmentos de la población  3.1.2 Turismo Juvenil</p>	<p>Facilitar el acceso de los jóvenes a los beneficios del turismo y potenciar la ocupación de los servicios turísticos en temporada media y baja, a través del Programa Giras de Estudio</p>	<p>Anual</p>	<p>Anual</p>	<p><b>Programa Giras de Estudio</b> (N° de acciones de difusión realizadas a noviembre 2009 / N° de acciones programadas) * 100  (N° de usuarios que han hecho uso del programa último período /N° de usuarios programados para el mismo período) *100</p>	<p>Nómina de asistentes a las acciones de difusión realizadas  Base de Datos Programa Giras de Estudio</p>	<p>Unidad Turismo Social Programa Giras de Estudio</p>

<p>Producto 3 TURISMO INTERNO</p> <p>3.2 Investigación de Mercado</p>	<p>Mejorar la competitividad turística del país y optimizar la contribución del turismo al desarrollo socio-económico nacional.</p>	<p>Objetivo a medir en forma Trienal</p>	<p>Parcial</p>	<p><b>Investigación de Mercado</b></p> <p>(N° de estudios sobre el Comportamiento del Turismo Interno elaborados / N° de estudios sobre el Comportamiento del Turismo Interno programados) *100</p> <p>Meta: 2 Estudios</p> <p>(N° medios de difusión utilizados/ N° de medios de difusión programados) * 100</p>	<p>Documento "Comportamiento del Turismo Interno" con análisis de datos de abril 2009.</p> <p>Documento "Comportamiento del Turismo Interno" con análisis de datos de septiembre 2009.</p> <p>Relación de medios de difusión utilizados</p>	<p>Departamento de Promoción</p>
<p>Producto 3 TURISMO INTERNO</p> <p>3.3 Desarrollo de Productos</p>	<p>Fortalecer la capacidad de los actores regionales para impulsar el desarrollo turístico en el territorio.</p>	<p>Objetivo permanente</p>	<p>Parcial</p>	<p><b>Asesoramiento y Capacitación en conciencia turística</b></p> <p>(N° de reuniones de asesoramiento sobre diseño, organización y/o promoción del producto turístico comunal / N° de</p>	<p>Nómina de reuniones de asesoramiento realizadas</p>	<p>Departamento Planificación Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana</p>

				reuniones programadas con los actores regionales, comunales y/o microempresarios turísticos) * 100  (Nº de talleres realizados / Nº de talleres programados en conciencia turística en el período) * 100	Nómina de asistentes a los talleres realizados	
--	--	--	--	--	--	--

<p>Producto 3 TURISMO INTERNO</p> <p>3.4 Estrategias comunicacionales</p>	<p>Mejorar la difusión de productos y servicios del turismo interno a través de estrategias comunicacionales</p>	<p>Anual</p>	<p>Anual</p>	<p><b>Campaña Motivacional</b></p> <p>(Plan de Medios para campaña motivacional elaborado y visado por Departamento de Promoción/ Plan de Medios elaborado por empresa adjudicataria) * 100</p> <p>(Informe sobre campaña motivacional realizada / Informe sobre campaña motivacional programado) * 100</p>	<p>Documento "Programa de fortalecimiento de la oferta turística para el mercado interno".</p> <p>Plan de Medios visado</p> <p>Informe Final sobre campaña motivacional realizada</p>	<p>Departamento de Promoción</p>
<p>Producto 4 DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURÍSTICA</p> <p>4.1 Ordenamiento territorial</p>	<p>Elaborar orientaciones estratégicas para apoyar las decisiones del sector público y privado en los territorios priorizados.</p>	<p>Objetivo permanente</p>	<p>Parcial</p>	<p><b>Ordenamiento Territorial</b></p> <p>(Nº de áreas turísticas prioritarias descritas en el Sistema de Información Geográfico /Total de áreas turísticas prioritarias</p>	<p>Sistema de Información Geográfico</p> <p>Antecedentes técnicos disponibles</p>	<p>Departamento Planificación Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana</p>

				identificadas) * 100  (Nº de áreas turísticas que cuentan con antecedentes técnicos / Nº total de potenciales ZOIT identificados por SERNATUR en año t) * 100	para consulta en formato digital (PC) y en formato papel en Biblioteca Institucional	
Producto 4 DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURÍSTICA  4.2 Desarrollo de destinos turísticos  4.2.1 Coordinación público privado	Ejecutar Programa de Complementariedad con otros servicios públicos y mantener informado al GORE sobre actividades de la Unidad Regional	Anual	Anual	<b>Programa de Complementarie dad e información al Gore</b>  (Nº de actividades realizadas / Nº de actividades establecidas en Programa de Complementariedad Regional) * 100  Meta: 100%  (Nº de informes enviados al Gore / Nº de informes programados) * 100 Meta: 100%	Programa de Complementarie dad elaborado y actividades comprometidas ejecutadas en a lo menos en un 90%.  Informes con envío registrado	Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana
	Actualización y difusión de inversiones turísticas a nivel nacional	Anual	Anual	<b>Inversión turística a nivel nacional</b>	Informe Unidad Regional emitido	Departamento Planificación Direcciones Regionales de

				(Informe de Inversión Turística del territorio nacional elaborado / Informe de Inversión Turística programado) * 100  (Nº de medios de difusión utilizados / Nº de medios de difusión programados) * 100	Informe Departamento Planificación a Subdirección Desarrollo  Documento que acredite difusión	Turismo y Oficina Región Metropolitana
<p>Producto 4 DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURÍSTICA</p> <p>4.2 Desarrollo de destinos turísticos</p> <p>4.2.2 Diseño de Planes de desarrollo turístico de los destinos</p>	Elaborar en cada Región, Programa de Actividades de Planificación y Promoción Regional.	Anual	Anual	<p><b>Plan Anual de Promoción y Planificación Regional</b></p> <p>(Elaboración de Programa de actividades de Planificación definidas por la Unidad Regional en su calendario anual/ Programa anual Regional de Promoción y Planificación elaborado) * 100</p> <p>(Nº de actividades de seguimiento de cumplimiento de metas Programa Anual/ Nº de</p>	<p>Programa de Actividades de Planificación Regional</p> <p>Estados de avance Sistema Gestión Territorial</p>	<p>Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana</p> <p>Departamento Planificación</p>

				actividades de seguimiento programadas) * 100		
<p>Producto 4 DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURÍSTICA</p> <p>4.2 Desarrollo de destinos turísticos</p> <p>4.2.3 Difundir e incentivar a los servicios turísticos para la implementación y certificación de normas de Calidad Turística.</p> <p>4.2.4 Coordinar la creación y participación para la generación de normas de calidad</p>	Lograr el compromiso del empresariado turístico para la implementación y certificación de normas técnicas en empresas y servicios turísticos.	Objetivo permanente	Parcial	<p><b>Certificación en Normas de Calidad</b></p> <p>(Nº de Informes técnicos de calidad de empresas y servicios emitidos dentro del plazo establecido / Total de Informes técnicos emitidos, en relación a las cartas compromiso de empresas ingresadas a la Unidad Regional) x 100</p> <p>(Nº de actividades de difusión realizadas / Nº de difusiones comprometidas realizar en Programa de actividades Regionales Planificación y Promoción) * 100</p>	Sello de Calidad Turística.	<p>Direcciones Regionales de Turismo y Oficina Región Metropolitana Unidad de Calidad</p>

<p>Producto 4 DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURÍSTICA</p> <p>4.3 Informes de estudios y/o declaratorias del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental</p>	<p>Incorporar la variable turística en la dimensión ambiental de los proyectos que ingresan al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental</p>	<p>Anual</p>	<p>Anual</p>	<p><b>Impacto Ambiental</b> (N° de estudios de impacto ambiental con requerimiento opinión de Sernatur ingresados al sistema / N° de estudios informados por Sernatur) x 100</p> <p>(N° de declaratorias de impacto ambiental con requerimiento opinión de Sernatur ingresados al sistema / N° de declaratorias informados por Sernatur) x 100</p>	<p>Reportes del Sistema</p> <p>Reportes del Sistema</p>	<p>Departamento Planificación, Direcciones Regionales de Turismo</p>
---	---	--------------	--------------	--	---	--

Si el Diagnóstico fue regionalizado, el Plan también debe serlo presentando todas las sedes regionales (a menos que se las agrupe por conveniencia/similitud de objetivos)

- (1) Producto o subproducto estratégico al cual se asocian las mejoras de gestión de cada objetivo específico, considerando lo anotado en el Cuadro Sinóptico N° 1 del Diagnóstico y otras fuentes. Algunas Subsecretarías pueden formular objetivos “transversales” que convocan la participación de instituciones del sector en torno a determinados instrumentos de planificación, programación y gestión presupuestaria, etc.
- (2) El enunciado de cada objetivo específico expresa el resultado buscado con cada tipo de mejoras, ya sea incidiendo en el diseño o **características** de productos; o avanzando en la **complementariedad** inter-institucional para generar una oferta común hacia los clientes/usuarios; o en la distribución territorial o la **forma de proveerlos** a los clientes/usuarios.
- (3) Plazo: Fecha en que el objetivo específico debe estar concluido.
- (4) Meta anual: resultado parcial, en el caso de que el objetivo sea plurianual. Si es anual, la meta es equivalente al cumplimiento del objetivo.
- (5) Indicador de resultado que permita medir el avance en el cumplimiento del objetivo. Señalar el nombre y la fórmula de cálculo
- (6) Medio de verificación: medio por el cual se acreditará el cumplimiento del objetivo.
- (7) Responsable: dependencia responsable de lograr cada objetivo específico, ya sea en una sede regional o en el nivel central.

**II. 3 VARIABLES EXTERNAS Y SITUACIONES QUE PUEDAN AFECTAR EL PLAN PLURIANUAL DE GT (análisis de riesgos)**

PRODUCTOS O SUBPRODUCTOS ASOCIADOS	VARIABLES EXTERNAS Y SITUACIONES QUE PUEDAN AFECTAR EL PLAN PLURIANUAL GT
(1)	(2)
<p>Producto 1 INFORMACIÓN SECTORIAL</p> <p>1.1 Información Turística</p> <p>1.2 Información Especializada en Turismo 1.2.1 Información cualitativa y cuantitativa</p> <p>1.3 Documentación Técnica</p>	<p>La preparación de información tanto para el portal turístico nacional como para la Biblioteca institucional no debiera verse afectada por variables externas, con excepción de disponibilidad de antecedentes específicos de la demanda turística (llegadas y pernотaciones) de parte del INE, para las comunas priorizadas por región.</p> <p>La documentación técnica se realiza en formato digital y su elaboración es interna. Sin embargo, el Anuario que contiene los flujos turísticos desde y hacia nuestro país, se elabora en conjunto con el INE, desarrollando éste, la diagramación con los datos de ambas instituciones, por lo tanto, puede afectar el resultado si dicha institución determina diagramar sólo sus propios datos.</p>
<p>Producto 2 PROMOCIÓN DEL TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL</p> <p>2.1 Participación en actividades de difusión</p> <p>2.2 Realización de actividades de promoción.</p>	<p>La promoción del turismo internacional cuenta con asignación presupuestaria de los gobiernos regionales para la participación en actividades de promoción internacional, a través del FNDR, por lo tanto, las Direcciones Regionales deben asegurar la participación del sector privado en las acciones de promoción lideradas por SERNATUR.</p>

<p style="text-align: center;">Producto 3</p> <p><b>TURISMO INTERNO</b></p> <p>3.1 Programas Especiales para distintos segmentos de la población</p> <p>    3.1.1 Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida</p> <p>    3.1.2 Turismo Juvenil</p> <p>3.2 Investigación de Mercado</p> <p>3.3 Desarrollo de Productos</p> <p>3.4 Estrategias comunicacionales</p>	<p>Una condición para el cumplimiento anual de los Programa de Vacaciones para la Tercera Edad y Turismo Juvenil, Investigación de Mercado, Desarrollo de Productos y Estrategias Comunicacionales dirigidos a ampliar las oportunidades para la práctica del turismo interno, es contar con la asignación de recursos especiales por parte del Gobierno para el Servicio Nacional de Turismo.</p>
<p style="text-align: center;">Producto 4</p> <p><b>DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA OFERTA TURÍSTICA</b></p> <p>4.1 Ordenamiento territorial</p> <p>4.2 Desarrollo de destinos turísticos</p> <p>    4.2.1 Coordinación público privado</p> <p>    4.2.2 Diseño de Planes de desarrollo turístico de los destinos</p> <p>    4.2.3 Difundir e incentivar a los servicios turísticos para la implementación y certificación de normas de Calidad Turística.</p> <p>    4.2.4 Coordinar la creación y participación para la generación de normas de calidad</p> <p>4.3 Informes de estudios y/o declaratorias del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental</p>	<p>Lograr un efectivo Desarrollo Sustentable en los destinos turísticos requiere que las instituciones que cuentan con financiamiento para fomento productivo reconozcan objetivos de trabajo análogos a los establecidos por SERNATUR.</p> <p>Desinterés de los empresarios regionales por implementar la normativa turística.</p> <p>Falta de financiamiento a través de instrumentos de fomento productivo (subvención) para apoyar la implementación y certificación de la norma por parte del sector privado.</p> <p>En la medida que CONAMA solicita el pronunciamiento de SERNATUR en los estudios y declaratorias de impacto ambiental, se responde dentro del plazo establecido. Cabe señalar que este trabajo no es menor si se responde a nivel nacional alrededor de 800 solicitudes al año, recayendo especialmente en las Regiones de Los Lagos y Aysén.</p> <p>La dificultad radica en las regiones con falta de profesionales para emitir los pronunciamientos respectivos dentro de los plazos establecidos.</p>

- (1) Examinar por cada producto o subproducto estratégico que aplica la PT con los riesgos / vulnerabilidad asociada a las mejoras propuestas.
- (2) Se entiende por variable externa aquella que alude a eventos, decisiones o acciones de terceros -fuera del control de la institución- que puede afectar el cumplimiento del Plan y sus objetivos. La idea es que la institución adopte resguardos o se mantenga alerta para neutralizar o mitigar efectos de esos factores de riesgo y vulnerabilidad y anote éstos en la sección II.1.4 a continuación.

**II. 4 MEDIDAS DE LA AUTORIDAD QUE ACOMPAÑEN LA APLICACIÓN DEL PLAN GT (medidas que neutralicen riesgos)**

**DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA LA APLICACIÓN DEL PLAN DE GT**

(1)

**Para asegurar el cumplimiento de todos los objetivos:**

Designar profesionales responsables de trabajar como contraparte técnica a nivel regional  
Capacitación al equipo responsable del GT en las regiones  
Emitir resolución de asignación de funciones para el trabajo regional del GT

**Para el objetivo vinculado a información sectorial:**

Evaluación periódica de la información de la planta turística, tales como: atractivos, servicios turísticos (establecimientos de hospedaje, camping, agencias de viaje, alimentación, transporte, esparcimiento y artesanía) e inversión turística regional.

**Para el objetivo vinculado a la promoción turística internacional:**

Intensificar la realización de actividades de promoción y difusión de acciones promocionales de Chile en el exterior.  
Elaborar directorio de empresas prestadoras de servicios turísticos  
Mejoramiento continuo del contenido del portal institucional

**Para el objetivo vinculado al turismo interno:**

Incorporar el Programa Gira de Estudios en la formulación presupuestaria anual de SERNATUR  
Establecer un programa de trabajo para apoyar a los actores localizados en los territorios turísticos a nivel regional  
Realizar campañas motivacionales de turismo interno

**Para el objetivo vinculado al desarrollo sostenible de la oferta turística**

Incorporar medidas de mitigación de impacto ambiental en los Estudios referidos a proyectos que ingresen a

consulta a SERNATUR en el marco del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

Declaración legal cuando corresponda de Zonas y Centros de Interés Turístico conforme a la atribución legal con que cuenta SERNATUR.

Difundir en el marco del proyecto INN – SERNATUR, el otorgamiento del Sello Turístico de Calidad.

Otorgar un incentivo a las empresas que se someten a los sistemas de certificación de calidad en servicios como alojamiento turístico, agencias de viajes, tour operadores, actividades de turismo aventura y guías de turismo, entre otras.

En Contratos de Convenios Marco de ChileCompra privilegiar a empresas que efectivamente tengan el sello turístico de Calidad.

(1) Son medidas que decida el Jefe Superior del Servicio para facilitar y acompañar la implementación del Plan. Por ejemplo: a) Resoluciones que designan Encargados GT; b) Instrucciones internas; c) Emisión de reglamentos o cambios en la normativa interna incluyendo capacitación y presentación de informes; d) secuencia de acciones para poner en marcha nuevos productos, cambios en la modalidad de atención a territorios prioritarios o a clientes/usuarios regulares con respecto a los nuevos, etc. Entre estas medidas se debe examinar de modo especial las que mejoren la complementariedad entre instituciones.

## II. 5 COMPROMISOS ANUALES INFORMADOS AL PROPIR 2009

<b>COMPROMISO PRESUPUESTARIO ANUAL INFORMADO AL PARTICIPAR LA REGIÓN EN EL PROPIR 2009</b> <b>--INVERSIONES, TRANSFERENCIAS, PROGRAMAS ESPECIALES DE SERVICIOS PÚBLICOS--</b>	<b>MONTO 2009</b> <b>EN MILES DE \$</b>
Nota (1)	(2)
Campaña de Promoción Comuna de Camarones(Arica Emprende) Construcción de medianero entre Sernatur y la Caja de Compensación Los Andes Desarrollo de una estrategia de Promoción Turística a partir de la Creación de una Oficina de Operación Turística en la ciudad de Santiago(Arica Emprende) Fiscalización del Programa Vacaciones Tercera Edad Programa Fomento al Turismo BID-Sernatur	3.000 2.235 18.000 880 241.000
Difusión Vial en Región Arica y Parinacota 2009(FNDR) Difusión y Promoción Destino Arica y Parinacota 2009(FNDR)	20.167 380.471
Programa de Conciencia Turística 2009, Región de Tarapacá En proceso de aprobación del GORE Suplemento Programa Difusión Rutas Turísticas Provincia de Iquique y Tamarugal	300.000 51.850
Programa de Fortalecimiento para el Desarrollo Turístico de la Región de Tarapacá 2009-2010-2011 En proceso de aprobación del GORE	709.490
Informes Mensuales de Ejecución que serán informados al Propir a través del Sistema Fénix, Respecto de la Ejecución para el año 2009 del Programa F.N.D.R. "Promoción Turística de la Región de Antofagasta en Zicosur y Mercado Nacional e Internacional"	400.000
Difusión de Productos Turísticos de Atacama en Mercados del Turismo de intereses especiales, Región de Atacama	409.124
Programa de Difusión de Conciencia Turística en Atacama	70.121
Programa Nacional de Turismo para el Adulto Mayor, Región de Atacama	1.120
Programa Nacional de Turismo Municipal, Región de Atacama	1.850
Programa Nacional de Conciencia Turística, Región de Atacama	2.100
Programa Nacional de Turismo Juvenil, Región de Atacama	50
AÑO 2009 PRESUPUESTO SERATUR REGIÓN DE COQUIMBO PROYECTO : " REIMPRESIÓN GUÍA OBSERVATORIOS TURÍSTICOS ASTRONÓMICOS " ; previa actualización de la Guía 2008 , se editará la versión 2009. El proyecto , considera un tiraje de 1000 unidades e involucra un monto de : \$ 750.000 ( Junio de 2009 ).	750
Promoción y difusión de la canasta del territorio. Secano Libertador (Chile Emprende)	6.000
Mundial de Surf. Secano Libertador (Chile Emprende)	15.000

Eventos Locales. Secano Libertador (Chile Emprende)	8.000
Concursos gastronómicos del Secano. Secano Libertador (Chile Emprende)	12.000
Observatorio Asistencia Técnica. Secano Libertador (Chile Emprende)	14.000
Programa de Turismo Municipal, Región del Maule	600
Programa de Conciencia Turística, Región del Maule	700
Programa de Turismo para el Adulto Mayor, Región del Maule	700
Promoción Turismo Interno e impresión de material, Región del Maule	4.260
Promoción Turismo Internacional, Región del Maule	400
Programa de Turismo Juvenil, Región del Maule	400
Sistema de Información Turística, Región del Maule	2.500
Sistema de Calidad de los Servicios Turísticos, Región del Maule	700
Sistema de Información Estadística, Región del Maule	500
Coordinación Interinstitucional y Privada, Región del Maule	4.000
Programa de Giras de Estudio	5.910
La Dirección Regional de Turismo de la Araucanía no administra ítem	
Programa de Fortalecimiento y Mejoramiento de la Oferta Turística Regional (Fotur), Región de Los Ríos	199.696
Adulto Mayor , Región de Los Ríos	500
Seminario Ley de Turismo	300
Programa de Cultura y Conciencia Turística, Región de Los Ríos	556
Turismo Juvenil, Región de Los Ríos	170
Programa de Turismo Municipal, Región de Los Ríos	680
Gestión Alianza Publico Privada, Región de Los Ríos	4.403
Difusión y capacitación para el incremento de la calidad de los servicios turísticos de la Región de Los Lagos. DICATUR II FNDR Regional Código BIP : 30068306-0	376.963
Programa de Promoción Turística de Aysén y de la Patagonia (En proceso) Años 2009-2011	1.844.317
Desarrollo de la Oferta Turística de Aysén año 2009 (En proceso)	149.000
Construcción Miradores Turísticos Camino Austral XI Región año 2009 aprobado	123.881
Proyecto "Mejoramiento Señalización Turística, XII Región" código EBI30069489-0"	140.000
Programa "Promoción y Comercialización Internacional de Magallanes y Antártica Chilena"	650.000

- (1) Se pide copiar los rubros del presupuesto aprobado 2009 como son informados durante la preparación del Programa Público de Inversiones -PROPIR- en cada región o como compromisos de la institución para inversiones, transferencias, subsidios o servicios a clientes/usuarios. Está orientado a conocer fines del gasto público en regiones y asumirlos igual que el resto del programa anual de actividades de la institución.
- (2) Monto presupuestado del año 2009 o lo que se haya aprobado por autoridades nacionales para aplicar en la región. No requiere actualizar.