



**PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE GESTION
SISTEMA DE GESTION TERRITORIAL
ETAPA 1**

**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
DICIEMBRE 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 AYSEN : 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

Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)				
Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
<p>Producto 1 INFORMACIÓN SECTORIAL</p> <p>Información Turística</p> <p>Información Especializada turismo</p> <p>Información Cuantitativa y cualitativa</p> <p>Documentación Técnica</p>	<p>Asociados al diseño y/o características del producto 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>En materia de coordinación y / o complementariedad: 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"> 1. Mejorar u optimizar la programación o planificación territorial del producto /servicio. 2. Abrir los sistemas de información territorial para facilitar la Gestión Territorial 3. Intercambio de información para la toma de decisiones y mayor difusión de ésta. 	<ol style="list-style-type: none"> 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 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. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la difusión de la oferta de atractivos y servicios turísticos de las áreas turísticas regionales. 2. Aplicar indicadores de demanda turística a nivel nacional - regional y en las comunas localizadas en los territorios correspondientes.
--	--	---	--	---

	<p>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos: 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>	<p>1. Lograr mayor interrelación con otros Servicios que elaboran información complementaria con SERNATUR.</p> <p>2. Intercambio de información presupuestaria de las instituciones que participan en el desarrollo de la actividad turística</p>	<p>1. Disponer de documentación técnica para satisfacer las demandas del sector.</p> <p>2. Disponer de información turística y /o promocional en los medios de información establecidos.</p> <p>3. Trabajo de coordinación previa a las discusiones presupuestarias a fin de optimizar mejor los recursos institucionales</p>	<p>1. Elaborar orientaciones estratégicas para apoyar las decisiones del sector público y privado en los territorios.</p>
--	--	---	---	---

<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>Asociados al diseño y/o características del producto</p> <p>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>En materia de coordinación y / o complementariedad:</p> <p>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>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos: 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>Asociados al diseño y/o características del producto</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>En materia de coordinación y / o complementariedad:</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>	<p>1. Mejorar u optimizar la programación o planificación territorial del producto /servicio.</p> <p>2. Desarrollar el turismo utilizando investigaciones de mercado.</p> <p>Incentiva la asociatividad de los empresarios en un territorio.</p>	<p>1. Mejorar la oferta de productos y servicios del turismo interno por parte del sector privado a través de una investigación de mercado.</p> <p>2. Mejorar la difusión de productos y servicios del turismo interno a través de estrategias comunicacionales.</p>	<p>Mejorar la competitividad turística del país y optimizar la contribución del turismo al desarrollo socio-económico nacional.</p>
--	---	--	--	---

	<p>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos:</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"> 1. incrementar las relaciones con los empresarios privados para establecer alianzas que permitan comercializar sus productos 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. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesorar en la organización y diseño de la oferta de los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos. 2. Financiar aprox. el 70% de un paquete turístico de viaje de estudio. 	<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</p>	<p>Asociados al diseño y/o características del producto</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</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>
--	--	---	--	---

Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.	de calidad y que cumple con las normas técnicas oficiales de calidad.			
	<p>En materia de coordinación y / o complementariedad:</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>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos:</p> <p>A través del Sello Turístico de Calidad se permitirá establecer mayores</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>1. Comprometer en los ámbitos de Certificación del Sistema de Calidad para los servicios turísticos, a un total nacional de 90 empresas.</p>	<p>Lograr el compromiso del empresariado turístico para la implementación y certificación de Normas Técnicas en empresas y servicios turísticos.</p>

	<p>beneficios en la difusión de servicios turísticos y dar transparencia al mercado de los servicios turísticos, 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>2. Sensibilizar al empresariado turístico sobre beneficios del Sistema de Certificación de Calidad.</p> <p>3. Definición de zonas con valor turístico y / o paisajístico en cada una de las regiones</p>	<p>2. Difundir a través de talleres, seminarios o reuniones de trabajo a nivel regional, el Sistema 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>Mejorar la competitividad turística del país y optimizar la contribución del turismo al desarrollo 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			
<i>(Objetivo 3 del Diagnóstico)</i>			
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	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.

		<p>en la región.</p> <p>Principalmente dicha información sirve de insumo para la cuenta regional del Intendente</p>	
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.

INDICE

Materia	Página
CUADRO SINÓPTICO QUE ACTUALIZA EL DIAGNÓSTICO GT – INFORME DE LA ETAPA 1	03
Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (<i>Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico</i>)	03
Cuadro I. N° 2 : Objetivos recomendados al Plan en materia de mejoras a los sistemas de información institucional (<i>Objetivo 3 del Diagnóstico</i>)	14