

---

**BALANCE  
DE GESTIÓN INTEGRAL  
AÑO 2005**

**SERVICIO NACIONAL DE  
TURISMO**

**SANTIAGO DE CHILE**

Providencia 1550, Santiago, 731 84 18  
[www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)

---

# Índice

<b>1. Carta del Jefe de Servicio .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Identificación de la Institución .....</b>	<b>6</b>
• Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución .....	7
• Organigrama y Ubicación en la Estructura del Ministerio .....	8
• Principales Autoridades .....	9
• Definiciones Estratégicas .....	10
- Misión Institucional .....	10
- Objetivos Estratégicos.....	10
- Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos.....	11
- Clientes / Beneficiarios / Usuarios.....	12
- Productos Estratégicos vinculado a Clientes / Beneficiarios / Usuarios.....	13
• Recursos Humanos .....	14
- Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo .....	14
- Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo.....	15
- Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo.....	16
• Recursos Financieros .....	17
- Recursos Presupuestarios año 2005 .....	17
<b>3. Resultados de la Gestión .....</b>	<b>18</b>
• Cuenta Pública de los Resultados .....	19
- Balance Global .....	19
- Resultados de la Gestión Financiera .....	20
- Resultados de la Gestión por Productos Estratégicos .....	25
• Cumplimiento de Compromisos Institucionales .....	28
- Informe de Programación Gubernamental .....	28
- Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas.....	29
• Avances en Materias de Gestión.....	30
- Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión .....	30
- Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo .....	31
- Cumplimiento de otros Incentivos Remuneracionales .....	31
• Proyectos de Ley.....	32
<b>4. Desafíos 2006 .....</b>	<b>33</b>

---

<b>5. Anexos .....</b>	<b>34</b>
• Anexo 1: Indicadores de Desempeño Presentados en el Proyecto de Presupuestos año 2005.....	35
• Anexo 2: Otros Indicadores de Desempeño .....	38
• Anexo 3: Programación Gubernamental .....	39
• Anexo 4: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas.....	41
• Anexo 5: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005 .....	44
• Anexo 6: Transferencias Corrientes .....	45
• Anexo 7: Indicadores de Gestión de Recursos Humanos .....	46

## Índice de Cuadros

Cuadro 1: Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo.....	14
Cuadro 2: Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo.....	15
Cuadro 3: Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo.....	16
Cuadro 4: Ingresos Presupuestarios Percibidos año 2005.....	17
Cuadro 5: Gastos Presupuestarios Ejecutados año 2005.....	17
Cuadro 6: Ingresos y Gastos años 2004 – 2005.....	20
Cuadro 7: Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005.....	22
Cuadro 8: Indicadores de Gestión Financiera.....	24
Cuadro 9: Cumplimiento Convenio Colectivo año 2005.....	31
Cuadro 10: Cumplimiento de Indicadores de Desempeño año 2005.....	35
Cuadro 11: Avance Otros Indicadores de Desempeño año 2005.....	38
Cuadro 12: Cumplimiento Programación Gubernamental año 2005.....	39
Cuadro 13: Cumplimiento Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas.....	41
Cuadro 14: Cumplimiento PMG 2005.....	44
Cuadro 15: Cumplimiento PMG años 2002 – 2004.....	44
Cuadro 16: Transferencias Corrientes.....	45
Cuadro 17: Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos.....	46

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato.....	14
Gráfico 2: Dotación Efectiva año 2005 por Estamento.....	15
Gráfico 3: Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo.....	16

---

# 1. Carta del Jefe de Servicio

OSCAR SANTELICES ALTAMIRANO  
DIRECTOR NACIONAL DE TURISMO

La gestión 2005 del Servicio Nacional de Turismo estuvo marcada por el trabajo desarrollado en las áreas de Turismo Interno, Calidad de Servicios y Promoción Internacional, así como la elaboración de documentación y estudios que permitieran profundizar respecto del desarrollo e impacto de la actividad.

En el ámbito de la Promoción Internacional, el 2005 registró cifras positivas en los factores que miden el resultado del turismo receptivo, especialmente en cuanto al ingreso de turistas internacionales al país y a la generación de divisas. Resultados que claramente tienen que ver con las acciones desarrolladas a través de la Corporación de Promoción Turística de Chile, CPT, que buscan diversificar los mercados rompiendo con la dependencia que caracterizaba al país con naciones como Argentina, así también explorando y abriendo mercados de interés como Asia.

Una de las mayores preocupaciones del Servicio ha sido abrir oportunidades para que cada día más chilenas y chilenos puedan disfrutar de los beneficios físicos y psicológicos del turismo. En este ámbito, destaca la apertura en el Programa Vacaciones Tercera Edad de tres mil cupos para personas de escasos recursos, a través de un plan piloto aplicado en 36 comunas de la Región Metropolitana. Asimismo, los excelentes resultados del estudio de impacto de esa iniciativa, demostraron que, durante sus cinco temporadas, ésta logró posicionarse como una herramienta eficaz para la superación de la estacionalidad turística, justificando plenamente su prolongación en el tiempo.

La juventud chilena también estuvo en el centro del accionar de SERNATUR. En 2005, se publicó una versión renovada de la Guía de Turismo Joven, con el apoyo del Ministerio de Salud, CONACE y CONAMA, la cual se distribuyó en un medio de comunicación de circulación nacional, en las oficinas del Servicio y en el sitio Web institucional.

En tanto, la convocatoria de Ideas de Proyectos Ecoturísticos para Áreas Silvestres Protegidas superó las expectativas de SERNATUR y CONAF, recibándose 157 propuestas, de las cuales fueron aprobadas 117 ideas.

En materia de Calidad de los Servicios, durante el año 2005 se establecieron once nuevas normas de la República en el ámbito del turismo, a saber, de Alojamientos Turísticos - Hoteles (3), que establece requisitos para las cinco categorías, en el modelo internacional de 1 a 5 estrellas, y recoge la experiencia internacional en materia de normas hoteleras; de Guías Especializados; de Termas; de Apart Hotel; de Turismo Aventura - Alta Montaña; de Buceo Recreativo; de Bed and Breakfast; de Complejo Turístico Resort; y de Motel o Cabaña.

En cuanto a la realización de documentación y estudios, el Estudio de Turismo Interno permitió determinar, entre otras variables, que el 58,1% de la población viajó dentro del país, es decir, 6.580.090 personas, realizando viajes por el día (sin pernoctar). Viajes cortos (1 a 3 días), viajes largos (más de 3 días), viajes

---

de negocios; y viajes mixtos (combinación de cualquiera de los anteriores). Asimismo, el Estudio del Gasto y la Cuenta Satélite del Turismo entregaron resultados que reflejan la incidencia, cada vez mayor, del turismo en la economía nacional.

El Servicio Nacional de Turismo enmarca los desafíos de su gestión para el año 2006 en cuatro líneas prioritarias que corresponden al crecimiento del turismo interno, la promoción internacional, la generación de información y la coordinación pública para el desarrollo turístico.

En relación al turismo interno, una de las preocupaciones centrales debe ser el fomento y desarrollo integral de destinos turísticos, principalmente en zonas rurales, para lo cual se debe contar con herramientas que permitan apoyar los emprendimientos turísticos, pequeños y medianos, en el desarrollo de productos, capacitación, promoción, calidad, infraestructura, ordenamiento territorial, focalización de recursos públicos.

En el ámbito del turismo receptivo, es necesario acortar la brecha con los destinos que constituyen nuestra competencia, para ello deben buscarse los mecanismos que permitan incrementar los recursos para la promoción del Chile Turístico y fortalecer, a su vez, a la Corporación de Promoción Turística de Chile.

El futuro crecimiento turístico del país requiere necesariamente contar con servicios de calidad, con el objeto de contribuir a la transparencia del mercado y aportar a la certidumbre del consumidor turístico. Por ello, resulta imperativo concluir el proceso de elaboración de normas y comenzar a aplicar el sistema de certificación, motivando al empresariado turístico de todo el país a adherirse a este desafío.



**OSCAR SANTELICES ALTAMIRANO**  
**DIRECTOR NACIONAL DE TURISMO**

---

## 2. Identificación de la Institución

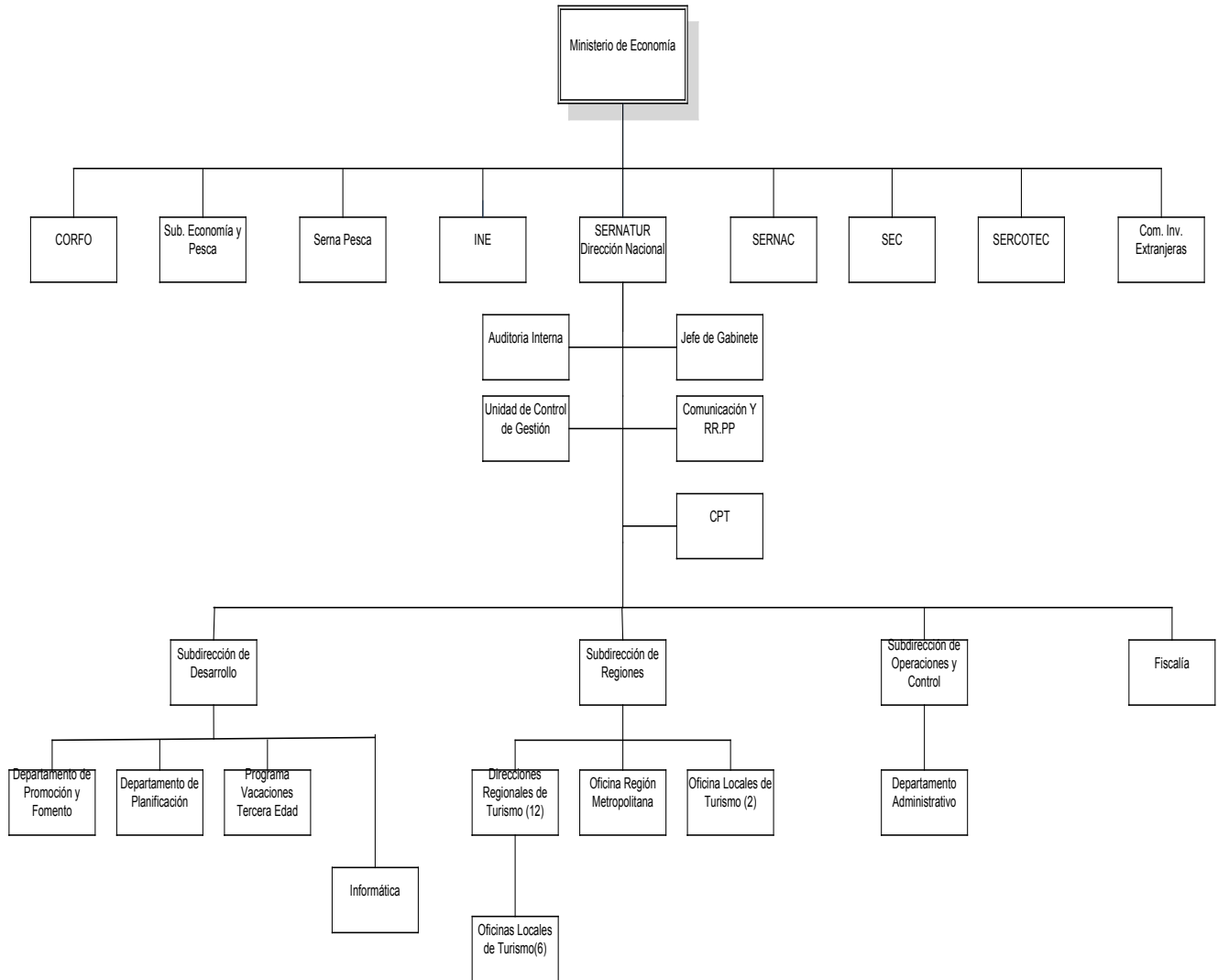
- Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución
- Organigrama y Ubicación en la Estructura del Ministerio
- Principales Autoridades
- Definiciones Estratégicas
  - Misión Institucional
  - Objetivos Estratégicos
  - Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos
  - Clientes / Beneficiarios / Usuarios
  - Productos Estratégicos vinculado a Clientes / Beneficiarios / Usuarios
- Recursos Humanos
  - Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo
  - Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo
  - Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo
- Recursos Financieros
  - Recursos Presupuestarios año 2005

---

## • **Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución**

- Decreto Ley N° 1.224, de 1975, Ley Orgánica del Servicio Nacional de Turismo.
- D.S N° 515, de 1977, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Reglamento del Servicio.
- Ley N° 19.255, de 1993 permite a SERNATUR participar en corporaciones sin fines de lucro, cuyo objetivo sea la promoción turística de Chile en el extranjero, y transferir recursos para dichos efectos.
- D.S. N° 227, de 1987 Reglamento de Calificación y Clasificación de Hoteles, Moteles y Apart-hoteles, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- D.S .N° 701, de 1993, Reglamento de Clasificación de Residenciales y Camping, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- Decreto N° 148, de 2003, Modificación D.S. N° 227, de 1987, ambos del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

## • Organigrama y Ubicación en la Estructura del Ministerio





---

## • Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Oscar Santelices Altamirano
Subdirector de Desarrollo	Sebastián Iglesias Ramírez
Subdirector Operaciones y Control	Luis Fernando Merino Jara
Subdirector de Regiones	Jaime Tohá Lavanderos
Fiscal	Pamela Sánchez Guzmán

---

## • Definiciones Estratégicas

### - Misión Institucional

Orientar, consolidar y dinamizar el desarrollo del turismo en Chile, en forma sustentable, generando más oportunidades para incorporar a la comunidad, estimulando la competitividad y transparencia del mercado turístico a través de líneas de acción, programas y proyectos que beneficien a los turistas, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades locales y al país en su conjunto.

### - Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Consolidar el rol de SERNATUR como generador de información turística para la toma de decisiones.
2	Posicionar en el ámbito internacional la oferta turística exportable de Chile en conjunto con el sector público y privado.
3	Incentivar la práctica del turismo interno, propiciando el uso sostenible de espacios públicos y privados a través del desarrollo de tipos de turismo y turismo dirigidos a segmentos especiales.
4	Contribuir al desarrollo de productos y servicios competitivos en destinos turísticos prioritarios, a través de la difusión y regulación de los productos y servicios y el traspaso de conocimiento y orientación a los sectores públicos y privados, para la priorización de programas y proyectos turísticos.

## - Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<u>Información Sectorial</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información Turística General</li> <li>• Información Turística Especializada               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema de Información Estadística</li> </ul> </li> </ul>	1
2	<u>Elaboración de Documentación Técnica</u>	1
3	<u>Turismo Interno</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de Turismo Interno</li> <li>• Programas Especiales               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adulto Mayor (Programa : Programa Vacaciones Tercera Turismo Juvenil</li> <li>- Turismo para Discapacitados</li> </ul> </li> </ul>	3
4	<u>Promoción del turismo a nivel internacional</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en actividades de difusión (Programa : Promoción de la Oferta Turística a Nivel Internacional ( Evaluación de Programas Gubernamentales ; Año= 1999))</li> </ul>	2
5	<u>Desarrollo sostenible de la oferta turística</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en desarrollo sostenible y ordenamiento territorial</li> <li>• Actualización y difusión de la normativa para servicios turísticos</li> <li>• Evaluaciones de impacto ambiental de proyectos vinculados al turismo (a través de CONAMA)</li> </ul>	4

---

## - Clientes / Beneficiarios / Usuarios

Número	Nombre
1	Visitantes nacionales.
2	Visitantes extranjeros.
3	Empresarios turísticos (hotelería, gastronomía, agentes de viaje, etcétera)
4	Inversionistas del sector turismo
5	Consultores especializados en evaluar proyectos turísticos e inmobiliarios
6	Instituciones públicas. Las 57 instituciones públicas contenidas en el mapa institucional (55 instituciones de 16 ministerios, una Superintendencia, y Banco Central)
7	Centros de Formación y Capacitación que imparten carreras de turismo a nivel superior (Universidades e Institutos Profesionales)
8	Jóvenes y estudiantes
9	Organismos internacionales
10	Gremios del sector turístico
11	Adultos Mayores.
12	Discapacitados

- **Productos Estratégicos vinculados a Clientes / Beneficiarios / Usuarios**

Número	Nombre – Descripción Producto Estratégico	Clientes/beneficiarios/usuarios a los cuales se vincula
1	<u>Información Sectorial</u>	<p>Visitantes nacionales.                      Visitantes extranjeros.                      Empresarios turísticos (hotelería, gastronomía, agentes de viaje, etcétera)                      Inversionistas del sector turismo                      Consultores especializados en evaluar proyectos turísticos e inmobiliarios                      Instituciones públicas. Las 57 instituciones públicas contenidas en el mapa institucional (55 instituciones de 16 ministerios, una Superintendencia, y Banco Central)                      Centros de Formación y Capacitación que imparten carreras de turismo a nivel superior (Universidades e Institutos Profesionales)                      Jóvenes y estudiantes                      Organismos internacionales                      Gremios del sector turístico                      Adultos Mayores.                      Discapacitados</p>
2	<u>Elaboración de Documentación Técnica</u>	<p>Empresarios turísticos (hotelería, gastronomía, agentes de viaje, etcétera)                      Inversionistas del sector turismo                      Consultores especializados en evaluar proyectos turísticos e inmobiliarios                      Instituciones públicas. Las 57 instituciones públicas contenidas en el mapa institucional (55 instituciones de 16 ministerios, una Superintendencia, y Banco Central)                      Centros de Formación y Capacitación que imparten carreras de turismo a nivel superior (Universidades e Institutos Profesionales)                      Jóvenes y estudiantes                      Organismos internacionales                      Gremios del sector turístico</p>
3	<u>Turismo Interno</u>	<p>Visitantes nacionales.                      Empresarios turísticos (hotelería, gastronomía, agentes de viaje, etcétera)                      Jóvenes y estudiantes                      Gremios del sector turístico                      Adultos Mayores.                      Discapacitados</p>
4	<u>Promoción del turismo a nivel internacional</u>	<p>Visitantes extranjeros.                      Empresarios turísticos (hotelería, gastronomía, agentes de viaje, etcétera)                      Instituciones públicas. Las 57 instituciones públicas contenidas en el mapa institucional (55 instituciones de 16 ministerios, una Superintendencia, y Banco Central)                      Gremios del sector turístico</p>
5	<u>Desarrollo sostenible de la oferta turística</u>	<p>Empresarios turísticos (hotelería, gastronomía, agentes de viaje, etcétera)                      Consultores especializados en evaluar proyectos turísticos e inmobiliarios                      Instituciones públicas. Las 57 instituciones públicas contenidas en el mapa institucional (55 instituciones de 16 ministerios, una Superintendencia, y Banco Central)                      Gremios del sector turístico</p>

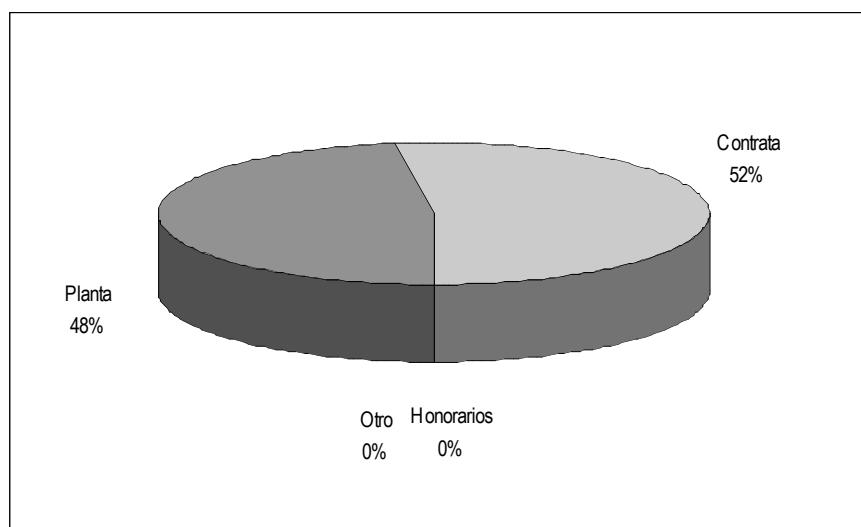
---

## • Recursos Humanos

### - Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo

Cuadro 1 Dotación Efectiva <sup>1</sup> año 2005 por tipo de Contrato y Sexo			
	Mujeres	Hombres	Total
Planta	40	47	87
Contrata	57	38	95
Honorarios <sup>2</sup>			
Otro			
TOTAL	97	85	182

**Gráfico 1: Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato**



---

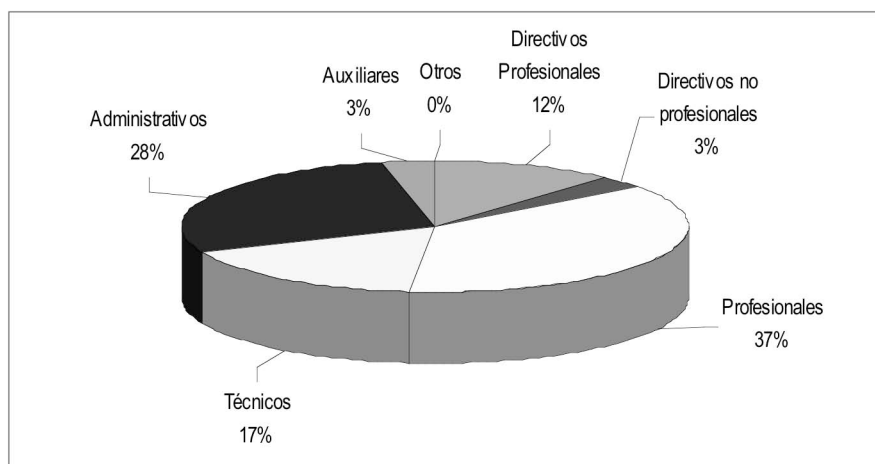
1 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

2 Considera sólo el tipo "honorario asimilado a grado".

- **Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo**

Cuadro 2 Dotación Efectiva <sup>3</sup> año 2005 Por Estamento y Sexo			
	Mujeres	Hombres	Total
Directivos Profesionales <sup>4</sup>	6	15	21
Directivos no Profesionales <sup>5</sup>	1	5	6
Profesionales <sup>6</sup>	39	28	67
Técnicos <sup>7</sup>	18	13	31
Administrativos	33	18	51
Auxiliares		6	6
Otros <sup>8</sup>			
<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>85</b>	<b>182</b>

**Gráfico 2: Dotación Efectiva año 2005 por Estamento**



3 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

4 Se debe incluir a Autoridades de Gobierno, Jefes superiores de Servicios y Directivos Profesionales.

5 En este estamento, se debe incluir a Directivos no Profesionales y Jefaturas de Servicios Fiscalizadores.

6 En este estamento, considerar al personal Profesional, incluido el afecto a las Leyes Nos. 15.076 y 19.664, los Fiscalizadores y Honorarios asimilados a grado.

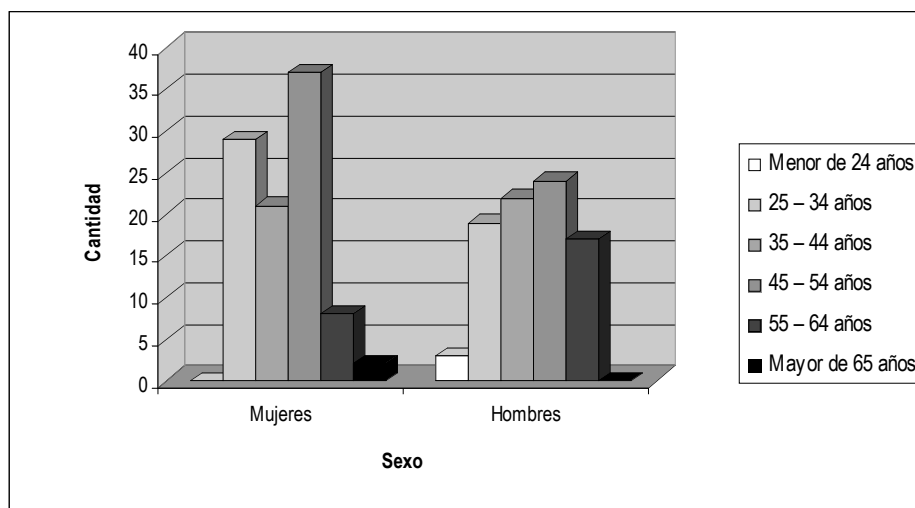
7 Incluir Técnicos Profesionales y No profesionales.

8 Considerar en este estamento los jornales permanentes y otro personal permanente.

- **Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo**

Cuadro 3 Dotación Efectiva <sup>9</sup> año 2005 por Grupos de Edad y Sexo			
Grupos de edad	Mujeres	Hombres	Total
Menor de 24 años		3	3
25 – 34 años	29	19	48
35 – 44 años	21	22	43
45 – 54 años	37	24	61
55 – 64 años	8	17	25
Mayor de 65 años	2		2
TOTAL	97	85	182

**Gráfico 3: Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo**



9 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.



---

## • Recursos Financieros

### - Recursos Presupuestarios año 2005

**Cuadro 4**  
**Ingresos Presupuestarios**  
**Percibidos<sup>10</sup> año 2005**

Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	6.203.149
Endeudamiento <sup>11</sup>	
Otros Ingresos <sup>12</sup>	1.420.665
<b>TOTAL</b>	<b>7.623.814</b>

**Cuadro 5**  
**Gastos Presupuestarios**  
**Ejecutados<sup>10</sup> año 2005**

Descripción	Monto M\$
Corriente <sup>13</sup>	6.202.750
De Capital <sup>14</sup>	63.620
Otros Gastos <sup>15</sup>	1.357.444
<b>TOTAL</b>	<b>7.623.814</b>

---

10 Esta información corresponde a los informes mensuales de ejecución presupuestaria del año 2005.

11 Corresponde a los recursos provenientes de créditos de organismos multilaterales.

12 Incluye el Saldo Inicial de Caja y todos los ingresos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

13 Los gastos Corrientes corresponden a la suma de los subtítulos 21, 22, 23 y 24.

14 Los gastos de Capital corresponden a la suma de los subtítulos 29, subtítulo 31, subtítulo 33 más el subtítulo 32 ítem 05, cuando corresponda.

15 Incluye el Saldo Final de Caja y todos los gastos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

---

## 3. Resultados de la Gestión

- Cuenta Pública de los Resultados
  - Balance Global
  - Resultados de la Gestión Financiera
  - Resultados de la Gestión por Productos Estratégicos
- Cumplimiento de Compromisos Institucionales
  - Informe de Programación Gubernamental
  - Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas
- Avance en materias de Gestión
  - Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión
  - Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo
  - Cumplimiento de otros Incentivos Remuneracionales
  - Avances en otras Materias de Gestión
- Proyectos de Ley

---

## • Cuenta Pública de los Resultados

### - Balance Global

La gestión 2005 exhibe importantes logros y algunos resultados insatisfactorios, ambos igualmente relevantes en esta cuenta pública y como experiencias que contribuyen al crecimiento institucional. En el ámbito del turismo interno destaca la ejecución del estudio de impacto del Programa Vacaciones Tercera Edad, el cual, efectuado en el último año del período original fijado en 5 años para su ejecución, proporciona valiosa información que justifica su prolongación como una eficaz herramienta para la superación de la estacionalidad turística, obstáculo de reconocida fuerza para el desarrollo del sector.

En este ámbito también encontramos un resultado insatisfactorio como es la frustrada ejecución del programa VEN, orientado al desarrollo de oferta turística de baja temporada, el cual debió suspenderse por desacuerdos insuperables con EFE, que había sido definido como el socio estratégico para su implementación. No obstante, la experiencia resultó exitosa en lo relativo a la convocatoria lograda con el sector privado, específicamente prestadores de servicios turísticos, que demostraron su capacidad para generar oferta adecuada a los requerimientos de su público objetivo.

Relacionado con turismo interno y también con el desarrollo sostenible de la oferta turística, fue exitoso el proyecto de desarrollo de actividades de ecoturismo en las áreas silvestres protegidas del estado, desarrollado conjuntamente con CONAF, que concluyó con un concurso abierto de proyectos, que deberá resolverse durante el presente ejercicio, previa identificación de 40 áreas donde es posible intervenir, la definición de productos y actividades adecuadas a esas áreas y el establecimiento de condiciones mínimas que deben cumplir los productos ecoturísticos para concesión fiscal.

Un logro destacable relacionado con el producto turismo interno está dado por los excelentes resultados obtenidos del estudio de impacto del Programa Vacaciones Tercera Edad, que proporciona indicadores robustos de que el Programa está logrando el objetivo de contribuir a potenciar el quiebre de la estacionalidad en la actividad turística, esto, tanto en lo relativo a la oferta como a la demanda, observándose efectos en el ámbito del consumo y la salud entre los adultos mayores y relacionados con empleo, inversión y oportunidades de negocios entre los prestadores de servicios turísticos participantes en el Programa.

En el ámbito de la promoción internacional, el año 2005 presentó resultados favorables en los indicadores que miden el desempeño del turismo receptivo, específicamente en el ingreso de divisas y personas al país, resultados que se relacionan con los esfuerzos efectuados en conjunto con la Corporación de Promoción Turística de Chile, CPT, para diversificar las llegadas de turistas, evitando la dependencia de mercados específicos y los efectos de sus dinámicas internas, y capturar el interés de turistas provenientes de mercados de altos ingresos y cuyos intereses se dirigen hacia los atractivos que Chile posee.

En la línea de diversificar mercados y capitalizar el ADS obtenido por Chile en China, en 2005 se efectuaron acciones de promoción en tres ciudades de ese país, con la participación de 13 empresas y el apoyo de Pro-Chile, para las cuales, por primera vez, se dispuso de material promocional en idioma chino.

Los resultados de estas acciones deberán evaluarse una vez transcurrido el plazo que se estima necesario para ver efectos sobre el turismo receptivo.

La generación de información especializada alcanzó un destacable logro durante 2005, puesto que se efectuó la Cuenta satélite del turismo, que permite medir el real impacto del turismo sobre la actividad económica y contribuye a la toma de decisiones desde los ámbitos público y privado.

Finalmente, el cumplimiento de compromisos contraídos con otros órganos de gobierno, como el Programa de Mejoramiento de la Gestión, el incentivo al Desempeño Colectivo y la Programación Gubernamental, demuestran los resultados de los esfuerzos efectuados durante el ejercicio por proveer servicios de calidad en los diversos ámbitos de la gestión.

## - Resultado de la Gestión Financiera

<b>Cuadro 6</b>			
<b>Ingresos y Gastos años 2004 - 2005</b>			
Denominación	Monto Año 2004 M\$ <sup>16</sup>	Monto Año 2005 M\$	Notas
<b>• INGRESOS</b>	<b>7.458.581</b>	<b>7.623.814</b>	
INGRESOS DE OPERACION	66		1
OTROS INGRESOS CORRIENTES	65.149	90.336	2
APORTE FISCAL	6.020.148	6.203.149	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS		1.706	3
RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS		1.023	
SALDO INICIAL DE CAJA	1.373.218	1.327.600	4
<b>• GASTOS</b>	<b>7.458.581</b>	<b>7.623.814</b>	
GASTOS EN PERSONAL	2.057.698	2.149.970	5
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	819.141	779.851	6
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	10.247	11.245	7
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	3.159.081	3.261.684	8
INTEGROS AL FISCO	131		
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	60.616	63.620	
PRESTAMOS		1.023	
SERVICIO DE LA DEUDA	1.341.226	1.317.343	9
SALDO FINAL DE CAJA	10.571	39.078	10

<sup>16</sup> Las cifras están indicadas en M\$ del año 2005. Factor de actualización es de 1,030594 para expresar pesos del año 2004 a pesos del año 2005.

---

**Notas:**

1. En el año 2004, el Servicio percibió en este subtítulo ingresos provenientes de la venta de fotocopias, demandada por usuarios de la Biblioteca institucional. En el ejercicio 2005, este servicio no fue entregado los usuarios.
2. El diferencial se explica por la devolución de recursos de la Corporación de Promoción Turística de Chile, por concepto de proyectos no efectuados, en el marco de la Aplicación de la Ley N°19.255, así como por recuperación de licencias médicas de los funcionarios.
3. La diferencia expresada corresponde a la venta de vehículo dado de baja, en el período 2005.
4. Corresponde, en ambos casos, a gastos devengados y no pagados en el período de ejecución, principalmente asociados al Programa Vacaciones Tercera Edad y Aplicación Ley 19.255.
5. Corresponden a funcionarios contratados en calidad de suplentes, como también por asignaciones profesionales a funcionarios que adquirieron el derecho a percibirla durante el año.
6. Corresponde a un incremento en los costos de operación, principalmente por concepto de reparaciones de oficinas en Santiago y Regiones.
7. Corresponde a bonificación por retiro para jubilaciones de funcionarios en el marco de la Ley N°19.882.
8. La diferencia es producto del no pago de traslados de los beneficiarios correspondiente al Programa Vacaciones Tercera Edad, en el período 2004, quedando devengado en la cuenta respectiva.
9. Son producto de devengaciones efectuadas en años anteriores, en su mayoría corresponde a compromisos del Programa Vacaciones Tercera Edad.
10. Corresponde a saldo pendiente de pago.

**Cuadro 7**  
**Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005**

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>17</sup> (M\$)	Presupuesto Final <sup>18</sup> (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados <sup>19</sup> (M\$)	Diferencia <sup>20</sup> (M\$)	Notas
			<b>INGRESOS</b>	6.008.765	7.619.912	7.623.814	-3.902	
07			INGRESOS DE OPERACIÓN	1.772	1.772		1.772	1
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	11.471	81.471	90.336	-8.865	2
	01		Recuperación y Reemb. Licencias Medicas	4.998	34.998	39.553	-4.555	
	99		Otros	6.473	46.473	50.783	-4.310	
09			APORTE FISCAL	5.990.526	6.203.149	6.203.149	0	
	91		Libre	5.990.526	6.203.149	6.203.149	0	
		001	REMUNERACIONES	1.873.360	2.085.983	2.985.983	0	
		002	RESTO	4.117.166	4.117.166	4.117.166	0	
10			VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	4.896	4.896	1.706	3.190	3
	03		Vehículos	4.896	4.896	1.706	3.190	
12			RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS		1.024	1.023	1	
	07		Por anticipos por cambio residencia		1.024	1.023	1	
15			SALDO INICIAL DE CAJA	100	1.327.600	1.327.600	0	
			<b>GASTOS</b>	6.008.765	7.619.912	7.623.814	-3.902	
21			GASTOS EN PERSONAL	1.873.360	2.156.280	2.149.970	6.310	4
22			SERVICIOS DE CONSUMO	800.875	799.489	779.851	19.638	5
23			PRESTACIONES DE SEG.SOCIAL		11.246	11.245	1	
	03		Prestaciones Sociales del empleador		11.246	11.245	1	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	3.268.061	3.268.061	3.261.684	6.377	6
	01		Al sector privado	3.268.061	3.268.061	3.261.684	6.377	
		131	Programa de promoción turística	1.050.085	1.023.832	1.019.534	4.298	
		132	Programa vacaciones tercera edad	2.217.976	2.244.229	2.242.150	2.079	
25			ÍNTEGROS AL FISCO	337	337		337	7
	01		Impuestos	337	337		337	
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	65.930	65.930	63.620	2.310	8

17 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

18 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2005

19 Ingresos y Gastos Devengados: incluye los gastos no pagados el 2005.

20 Corresponde a la diferencia entre el Presupuesto Final y los Ingresos y Gastos Devengados.

**Cuadro 7**  
**Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005**

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>17</sup> (M\$)	Presupuesto Final <sup>18</sup> (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados <sup>19</sup> (M\$)	Diferencia <sup>20</sup> (M\$)	Notas
	03		Vehículos	24.480	24.480	22.843	1.637	
	04		Mobiliario y otros	20.400	20.400	20.229	171	
	06		Equipos informáticos	21.050	21.050	13.573	7.477	
	07		Programas informáticos			6.975	-6.975	
32			PRESTAMOS		1.024	1.023	1	
	07		Por anticipos por cambio residencia		1.024	1.023	1	
34			SERVICIO DE LA DEUDA	102	1.317.445	1.317.343	102	<b>9</b>
	07		Deuda Flotante	102	1.317.445	1.317.343	102	
35			SALDO FINAL DE CAJA	100	100	39.078	-38.978	

**Notas:**

1. En el año 2004, el Servicio percibió en este subtítulo ingresos provenientes de la venta de fotocopias, demandada por usuarios de la Biblioteca institucional. En el ejercicio 2005, este servicio no fue entregado los usuarios.
2. Se recuperó montos superiores a lo presupuestado por concepto de recuperación de licencias médicas, e ingresos por diferencias en los proyectos de la Corporación de Promoción Turística de años anteriores.
3. El diferencial se explica por la no venta de vehículos dados de baja en el ejercicio.
4. La diferencia corresponde a ahorro en la asignación Comisión de Servicios en el Exterior, por no asistencia a eventos internacionales.
5. Al no contar con las disponibilidades presupuestarias adecuadas, no fue factible ejecutar, de acuerdo a lo planificado, la campaña promocional de turismo interno.
6. La diferencia está dada por el ahorro en los gastos operacionales del Programa Vacaciones Tercera Edad, así como por recursos no traspasados a la Corporación de Promoción Turística, debido a proyecto objetado.
7. Como consecuencia de la no venta de fotocopias en la Biblioteca institucional, no se produce movimiento en este subtítulo.
8. La diferencia se justifica, principalmente, por el menor costo en la adquisición de vehículos; por la no adquisición de mobiliario; y por menor costo a lo estimado de programa computacional para proceso de remuneraciones.
9. El monto diferencial corresponde a no pagos de compromisos de años anteriores, del nivel regional.

**Cuadro 8**  
**Indicadores de Gestión Financiera**

Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo <sup>21</sup>			Avance <sup>22</sup> 2005/ 2004	Notas
			2003	2004	2005		
Porcentaje de decretos modificatorios que no son originados por leyes	[N° total de decretos modificatorios - N° de decretos originados en leyes <sup>23</sup> / N° total de decretos modificatorios]*100	%	30.0	29.0	57.1	50.7	
Promedio del gasto de operación por funcionario	[Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22) / Dotación efectiva <sup>24</sup> ]	M\$	14.983	15.462	16.010	96,57	
Porcentaje del gasto en programas del subtítulo 24 sobre el gasto de operación	[Gasto en Programas del subt. 24 <sup>25</sup> / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100	%	3.43	63.63	111	174,4	
Porcentaje del gasto en estudios y proyectos de inversión sobre el gasto de operación	[Gasto en estudios y proyectos de inversión <sup>26</sup> / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100		n.c.	n.c.	n.c.		

21 Los factores de actualización de los montos en pesos es de 1,041394 para 2003 a 2005 y de 1,030594 para 2004 a 2005.

22 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.

23 Se refiere a aquellos referidos a rebajas, reajustes legales, etc.

24 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

25 Corresponde a las transferencias a las que se aplica el artículo 7° de la Ley de Presupuestos.

26 Corresponde a la totalidad del subtítulo 31 "Iniciativas de Inversión".



---

## - Resultado de la Gestión por Productos Estratégicos

### Producto Estratégico 1 Información Sectorial:

La producción y distribución de información turística es una actividad relevante para SERNATUR, puesto que mediante ella contribuye al alcance de los objetivos estratégicos institucionales, al mismo tiempo que la entrega de información al público resulta la cara más visible del Servicio ante la opinión pública. Por esas razones, durante 2005 SERNATUR orientó la producción y distribución de información hacia una mayor utilización del sitio Web por parte de sus usuarios, elaborando cartillas digitales de termas, centros de ski, desierto florido, Santiago y sus alrededores, Viña del mar, Valparaíso, Cajón del Maipo, Circuitos del Vino, Datos útiles de Santiago y Guía cultural; cuya selección respondió a las temáticas de información más demandadas por el público. Es interesante destacar también que, por primera vez, se elaboró una cartilla orientada específicamente a las temáticas de mayor interés de las mujeres, contribuyendo así a la incorporación del enfoque de género en un área de alta visibilidad.

De acuerdo a los indicadores que miden este producto, durante el año 2005 se atendió en el plazo establecido el 98% del total de consultas recibidas mediante el sitio Web, lo que ha permitido cumplir en un 101% la meta propuesta para el período. La resolución de reclamos subió de 90% en 2004 a 94% durante 2005, obteniéndose un logro de 104%.

### Producto Estratégico 2 Elaboración de Documentación Técnica:

En este ámbito se debe destacar los diversos estudios técnicos que elaborados durante el año 2005 como lo son:

Estudio del gasto: se realiza anualmente, mediante encuestas, para estimar el gasto que realizan los turistas que visitan Chile y de los chilenos y residentes en Chile que viajan al extranjero. Para el año 2005 SERNATUR aplicó una nueva metodología de cálculo del comportamiento del gasto y será considerado "año base" para los próximos años. El año base requería de levantamiento de encuestas durante todo el período, con muestras significativas para una gran cantidad de países de residencia de los visitantes extranjeros, así como de los residentes en Chile que viajan al extranjero. Para ello era necesario que las entrevistas fueran realizadas y procesadas en menor tiempo. Por esa razón fue necesario cambiar el formulario en papel por las pocket PC, que generan inmediatamente las bases de datos, permitiendo procesar los datos muestrales y realizar la inferencia estadística en menos tiempo. Los principales resultados cualitativos fueron el mejoramiento en la oportunidad de entrega de la información que genera el estudio, y el número de encuestas que fue posible captar (33.000 encuestas para turismo receptivo y 11.000 para turismo emisor), lo cual dio la posibilidad de abrir más países (por tener muestras representativas), para conocer su comportamiento.

Cuenta Satélite de Turismo (CST): Esta es una poderosa base de datos, formada por un conjunto de cuentas y tablas basadas en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos del turismo de manera interrelacionada para una fecha de referencia dada. Estas cuentas y tablas se refieren a distintas variables, tanto de la oferta como de la demanda turística y son útiles en sí mismas, ya que proporcionan información sobre algún aspecto relevante del turismo. Para abordar este trabajo, Sernatur conformó una plataforma interinstitucional con el Banco Central de Chile, Instituto Nacional de Estadísticas, Servicio Nacional de Turismo y sector privado turístico.

---

Las tres instituciones públicas trabajaron coordinadamente y colaboraron en la entrega de información necesaria para la CST; los resultados de este trabajo se encuentran aún en etapa de procesamiento.

#### Producto Estratégico 3 Turismo Interno:

En este ámbito, los esfuerzos se han concentrado principalmente en los programas especiales, específicamente Vacaciones Tercera Edad y Turismo Juvenil; en el primero de ellos destaca la actualización de ofertas para el adulto mayor en Web institucional, que permite poner a disposición de usuarios/as de este grupo etéreo, ofertas de servicios turísticos en las temporadas baja y media, durante 2005 se actualizó la información de 215 prestadores de servicios turísticos en todo el país.

En el mismo programa, durante 2005 viajó un total de 19.544 usuarios, que representan a un 73% de los cupos disponibles, que habrán viajado en mayo 2006 cuando finalice la quinta temporada de ejecución del programa. No obstante, el indicador de participación de adultos mayores en programas turísticos presenta una baja respecto al período 2004, la cual obedece a la menor participación de adultos mayores en el encuentro anual 2005, realizado en Antofagasta, que en el del año 2004 realizado en La Serena.

En el programa de Turismo Juvenil, durante 2005 se publicó una versión renovada de la Guía, con el apoyo del Ministerio de Salud, Conace y Conama y estuvo disponible en las Oficinas de Información Turística de todo el país y en el sitio Web institucional, para otorgar mayores posibilidades de acceso a sus potenciales usuarios.

#### Producto Estratégico 4 Promoción del turismo a nivel internacional:

Este producto exhibe resultados favorables a través de los indicadores que miden el desempeño del turismo receptivo, específicamente en el ingreso de divisas y personas al país. Así, se evidencia el éxito de las medidas tomadas para diversificar las llegadas de turistas, mediante acciones promocionales en mercados de altos ingresos, donde el producto turístico que ofrece Chile es valorado y hasta ahora, escasamente conocido.

Los indicadores que evalúan el desempeño en el ámbito de la promoción del turismo chileno a nivel internacional, realizada en alianza con el sector privado a través de la Corporación de Promoción Turística, CPT, alcanzaron favorables resultados, según se especifica a continuación:

- Ingreso de turistas provenientes de América del Norte alcanzó a 252.000 personas, cumpliéndose un 116% de la meta propuesta.
- Ingreso de turistas provenientes de Europa comprendió 362.650 personas, cumpliéndose un 97% de la meta propuesta
- Ingreso de turistas provenientes de América del Sur llegó 1.259.550 personas, cumpliéndose un 95% de la meta propuesta
- Ingreso de divisas por concepto de turismo receptivo, estimado en 1.220 millones de dólares, presenta un cumplimiento de 106% de la meta propuesta.
- Ingreso de participantes en congresos internacionales realizados en el país, alcanzó a 27.900 personas, lográndose un cumplimiento del 100% de la meta propuesta.

---

Por otra parte, durante 2005, el sector privado aportó 1.965.732 dólares a la promoción internacional, alcanzando un 51% respecto del total del valor de las campañas ( 3.857.432 dólares); así la meta del indicador que mide el aporte externo a la promoción internacional tuvo un logro de 102% en el período.

Producto Estratégico 5 Desarrollo sostenible de la oferta turística:

En este producto destacan los avances en el proyecto de normativa turística, el cual durante 2005 avanzó en la elaboración de normas oficiales de la República y borradores de normas, los cuales una vez finalizada la consulta pública y la instancia de comité técnico serán también sancionadas como normas oficiales.

Destaca también la elaboración de un Modelo de gestión para impulsar el desarrollo de destinos turísticos, que identifica destinos pilotos para la aplicación del modelo y la definición de líneas programáticas de trabajo, que a su vez involucran proyectos específicos para el desarrollo de los destinos; todo lo cual contribuye a un abordaje integral del desarrollo de oferta turística.

En el mismo sentido, el proyecto de desarrollo del ecoturismo en Áreas Silvestres Protegidas del Estado, desarrollado conjuntamente con CONAF, culminó con el lanzamiento de un concurso abierto de proyectos, que deberá concluirse durante el presente ejercicio.

Por otra parte, y puesto que a Sernatur le corresponde informar los Estudios y Declaraciones de impacto ambiental presentados por CONAMA correspondientes al sector turismo, se destaca que durante el año 2005, de un total de 688 solicitudes recibidas 687 informes fueron emitidos dentro del plazo establecido, lográndose así un cumplimiento del 99,8% sobre la meta propuesta.

---

## • **Cumplimiento de Compromisos Institucionales**

### - **Informe de Programación Gubernamental**

Durante los últimos años, SERNATUR ha impulsado el abordaje integral para el desarrollo de la oferta turística, situación determinante para que los objetivos de la programación gubernamental del ejercicio 2005 se vincularan a los productos estratégicos desarrollo sostenible de la oferta turística y turismo interno.

Para el caso del desarrollo sostenible de la oferta turística destaca el objetivo de elaborar un Modelo de gestión para impulsar el desarrollo de destinos turísticos, que implicó identificar destinos pilotos para la aplicación del modelo y la definición de líneas programáticas de trabajo, que a su vez involucran proyectos específicos para el desarrollo de los destinos; todo lo cual contribuye a un abordaje integral del desarrollo de oferta turística.

Orientado también al desarrollo y diversificación de oferta, el objetivo de estimular actividades de ecoturismo en las áreas silvestres protegidas del estado, desarrollado conjuntamente con CONAF, permitió el lanzamiento de un concurso abierto de proyectos, que deberá concluirse durante el presente ejercicio, previa identificación de 40 áreas donde es posible intervenir, la definición de productos y actividades adecuadas a esas áreas y el establecimiento de condiciones mínimas que deben cumplir los productos ecoturísticos para concesión fiscal.

En el ámbito del turismo interno, destaca un objetivo vinculado al Programa Vacaciones Tercera Edad, referido a la realización de una evaluación de su impacto en términos económicos y desde el punto de vista de los beneficios alcanzados. Estudio que fue adjudicado, mediante licitación pública a la Universidad de Chile, y cuyos resultados dan cuenta de que el Programa está logrando el objetivo de contribuir a potenciar el quiebre de la estacionalidad en la actividad turística. Desde el punto de vista de la oferta, se pueden destacar aumentos en el empleo y ocupación de camas en períodos distintos a la Temporada Alta. A su vez, los beneficiarios secundarios (adultos mayores), empiezan a modificar sus hábitos de consumo turístico otorgando creciente interés a modalidades y ocasiones de viaje diferentes a las convencionales.

La evaluación efectuada ha sido determinante para solicitar la continuación del programa más allá de su plazo original, que se cumplía el año 2005, puesto que los resultados han demostrado su eficacia en el logro de sus objetivos relativos al quiebre de la estacionalidad que caracteriza al sector.

En la misma línea, la elaboración de documentación técnica para apoyar la gestión municipal en turismo acerca de materias como la identificación de áreas turísticas, orientaciones para el desarrollo de viajes y orientaciones para las oficinas de información turística, contribuye al fortalecimiento de sus capacidades técnicas y al reconocimiento de su rol como actores relevantes en el desarrollo turístico por parte de otros actores regionales y locales, convirtiéndolos en fuertes impulsores del turismo interno.

También en el ámbito del turismo interno, y buscando dar continuidad al trabajo iniciado en 2004 para la creación de paquetes turísticos de baja temporada en conjunto con el sector privado, el Servicio comprometió el objetivo de diseñar un programa de desarrollo de turismo interno que incluía paquetes turísticos de temporada baja, incentivo a la cadena minorista y una campaña comunicacional a público

---

final, para contribuir a la organización de la oferta turística en el mercado nacional, objetivo que fue sólo parcialmente logrado, puesto que aún cuando se logró estructurar paquetes turísticos para la primera temporada en los destinos Ruta del vino (Cachapoal y Colchagua), Pucón-Villarrica y Valle de Las Trancas, con la participación de prestadores de servicios turísticos, el programa debió suspenderse por desacuerdos con EFE, que iba a actuar como socio en la ejecución del mismo. No obstante, al igual que en años anteriores se ejecutó con aportes regionales una campaña de promoción del turismo interno, orientada a incentivar a los chilenos a pasar sus vacaciones en el país.

**- Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/  
Instituciones<sup>27</sup> Evaluadas<sup>28</sup>**

Durante 2005 se efectuó la evaluación del Programa de Promoción Internacional, Aplicación Ley N°19.255, enmarcado en el Producto Estratégico Promoción del Turismo a Nivel Internacional. A partir de las recomendaciones del panel de expertos se suscribieron compromisos, entre los cuales destaca el diseño de un Reglamento Interno y Manual de Procedimiento para la Transferencia de la Ley N°19.255 que incorpora, entre otros, un procedimiento de presentación y aprobación de proyectos, transferencia de los recursos y su modalidad de pago.

Mayores antecedentes disponibles en Anexo N° 4.

---

27 Instituciones que han sido objeto de una Evaluación Comprehensiva del Gasto.

28 Los programas a los que se hace mención en este punto corresponden a aquellos evaluados en el marco de la Evaluación de Programas que dirige la Dirección de Presupuestos.

---

## • Avances en Materias de Gestión

### - Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión

El Servicio cumplió el 100% del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005, situación que implica el avance al Programa Marco Avanzado para el período 2006.

Entre los logros que se debe destacar se encuentra el trabajo desarrollado para dar cumplimiento a la Etapa II del Sistema de Gestión Territorial Integrada el cual, por sus características, exige una eficiente coordinación entre el nivel central y las Direcciones Regionales y de éstas con los Gobiernos Regionales y con otros servicios públicos que se convierten en socios estratégicos para la entrega de productos y servicios que incorporen la variable territorial.

Para el caso del Sistema de Planificación y Control de Gestión, se debe destacar que el Servicio ha completado el desarrollo y explotación de un sistema automatizado de recolección y procesamiento de información, que permite mejorar el tiempo de respuesta y minimiza la ocurrencia de errores en la medición de los indicadores establecidos en el Sistema. Relacionado también con este sistema surge como un logro, derivado de la evaluación efectuada por Dipres en 2005, el diseño de una batería de indicadores de desempeño de la promoción internacional, los cuales, una vez afinados con la medición en el presente año permitirán disponer de información eficaz para la toma de decisiones y el mejoramiento de la gestión institucional en este ámbito.

Por otra parte, el Sistema de Gobierno Electrónico, en etapa de implementación durante 2005, ha favorecido la implementación de proyectos que mejoran la atención de público y los tiempos de respuesta, tales como los proyectos ventanilla electrónica para solicitud de patrocinios, catálogo bibliográfico en Web, y terminal de autoconsulta para atención de usuarios en Oficina de Informaciones Dirección Nacional.

En el marco de la implementación del Sistema de Enfoque de Género, el Servicio desarrolló interesantes iniciativas para incrementar el conocimiento del comportamiento e intereses turísticos de mujeres y hombres, así, la variable sexo se consideró en las etapas de recolección y procesamiento de información en temáticas en que anteriormente no se consideraba, tales como turismo receptivo y empleo en establecimientos turísticos. Destaca también que, por primera vez, SERNATUR publica en Web una cartilla de servicios turísticos que responde a los intereses de las usuarias.

---

## - Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

En el marco del convenio de desempeño colectivo, SERNATUR ha implementado una dinámica de trabajo al interior de la institución que favorece la vinculación entre áreas que, aunque formalmente independientes, requieren relacionarse para alcanzar el cumplimiento de las metas establecidas. Esta dinámica es favorecida porque los equipos de trabajo se han conformado con un criterio funcional, agrupando a funcionarios de todo el país cuyo trabajo debe efectuarse de manera coordinada para el logro de las metas, las cuales a su vez, se desprenden de los objetivos estratégicos y de las líneas de acción priorizadas para cada período anual.

**Cuadro 9**  
**Cumplimiento Convenio Colectivo año 2005**

Equipos de Trabajo	Dotación Efectiva del Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
• Adulto Mayor	15	100,00%	4%
• Sistema normativo para la calidad de los servicios turísticos	16	100,00%	4%
• Sistema de Información	41	100,00%	4%
• Administración y recursos humanos nivel central	29	100,00%	4%
• Administración y recursos humanos nivel regional	24	95,54%	4%
• Coordinación nacional y regional	31	100,00%	4%
• Planificación	28	100,00%	4%
<b>Porcentaje de Cumplimiento Global Convenio Colectivo</b>		<b>97,72 %</b>	

## - Cumplimiento de otros Incentivos Remuneracionales

El servicio no incorpora otro tipo de incentivos remuneracionales.

---

- **Proyectos de Ley**

El Servicio no tiene proyectos de ley en trámite en el Congreso Nacional al 31 de diciembre de 2005.



---

## 4. Desafíos 2006

- Uno de los principales desafíos es contar con un sistema normativo y de certificación para la calidad de servicios turísticos en alojamientos, guías de turismo, turismo aventura, agencias y operadores turísticos, y con sello nacional de la calidad, con el objeto de contribuir a la transparencia del mercado y aportar a la certidumbre del consumidor turísticos.

Se estima que para el tercer trimestre, estará en ejecución un plan piloto que permitirá aplicar el sistema, beneficiando a treinta entidades del sector turístico. Adicionalmente, CORFO incorporó al turismo como un sector habilitado para postular al co-financiamiento de acciones de implementación y certificación de prestadores de servicios turísticos.

- En el ámbito de la promoción de la oferta turística exportable, una de las acciones comprometidas, para el ejercicio, es la ejecución de la primera etapa del Estudio de Impacto de Aplicación Ley N°19.255, referido al análisis de los efectos generados por la inversión en los mercados objetivos.
- En el marco del turismo interno, una de las tareas a abordar es la realización de un estudio de la Percepción del Programa Vacaciones Tercera Edad, Turismo Social, por parte de los beneficiarios en situación de vulnerabilidad social, que participaron en el plan piloto 2005.
- Implementar la primera etapa del Programa de Difusión para el Posicionamiento de la Región Metropolitana, como destino turístico y plaza de turismo de negocios.

---

## 5. Anexos

- Anexo 1: Indicadores de Desempeño presentados en el Proyecto de Presupuestos año 2005
- Anexo 2: Otros Indicadores de Desempeño
- Anexo 3: Programación Gubernamental
- Anexo 4: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas
- Anexo 5: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005
- Anexo 6: Transferencias Corrientes
- Anexo 7: Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

• **Anexo 1: Indicadores de Desempeño Presentados en el Proyecto de Presupuestos año 2005**

Cuadro 10 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2005										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2005	Cumple SI/NO <sup>29</sup>	% Cumplimiento <sup>30</sup>	Notas
				2003	2004	2005				
Información Sectorial	Porcentaje de consultas atendidas en a lo más 3 días hábiles a través del Sitio Web.	(N° de consultas atendidas en a lo más 3 días hábiles en año t/N° de consultas atendidas a través del sitio Web en año t)*100	%	99	99	98	96	Si	101,00	
		Hombres:		00	99	99	00			
		Mujeres:		00	99	99	00			
Turismo Interno	Tasa de variación de adultos mayores que participan en programas turísticos	((N° adultos mayores en programas turísticos año t/N° adultos mayores en programas turísticos año t-1)-1)*100	%	21 26.564	13 30.025	-07 28.052	02 28.500	Si	98,00	
		Enfoque de Género: No								
Turismo Interno	Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Vacaciones Tercera Edad como "Satisfactorio" o "Muy satisfactorio"	(N° beneficiarios que califica el Programa como "Satisfactorio" o "Muy satisfactorio"/N° total de beneficiarios encuestados)*100	%	097	098	088	088	Si	100,00	
Información Sectorial	Porcentaje de reclamos resueltos respecto al número de reclamos recibidos	(Número de reclamos resueltos año t/Número de reclamos recibidos año t)*100		NM	90	94	90	Si	104,0	

29 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2005 es igual o superior a un 95% de la meta.

30 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2005 en relación a la meta 2005.

**Cuadro 10**  
**Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2005**

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2005	Cumple SI/NO <sup>29</sup>	% Cumplimiento <sup>30</sup>	Notas
				2003	2004	2005				
Promoción del turismo a nivel internacional	Porcentaje de aporte efectivo de agentes privados a las campañas de promoción anual del sector turismo	(Suma (Montos aporte externo efectivo)/Suma (Valor de campañas))*100	%	51	57	51	50	Si	102,00	
	Enfoque de Género: No									
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de divisas al país por concepto de Turismo Receptivo.	((Monto total de divisas ingresadas al país en año t/Monto total de divisas ingresadas al país en año t-1)-1)*100	%	004 878	027 1.111	010 1.220	010 1.155	Si	106,00	
	Enfoque de Género: No									
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Norte	((Nº de turistas provenientes de América del Norte ingresados al país año t/Nº de turistas provenientes de América del Norte ingresados al país año t-1)-1)*100	%	18 200.826	14 228.714	10 252.000	10 217.000	Si	116,00	
	Enfoque de Género: No									
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de Europa	((Nº de turistas provenientes de Europa ingresados al país año t/Nº de turistas provenientes de Europa ingresados al país año t-1)-1)*100	%	25 293.496	11 326.688	11 362.650	11 374.647	Si	97,00	
	Enfoque de Género: No									
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Sur	((Nº de turistas provenientes de América del Sur ingresados al país año t/Nº de turistas provenientes de América del Sur ingresados al país año t-1)-1)*100	%	10 1.026.315	09 1.114.617	13 1.259.550	12 1.321.891	Si	95,00	
	Enfoque de Género: No									

**Cuadro 10**  
**Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2005**

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2005	Cumple SI/NO <sup>29</sup>	% Cumplimiento <sup>30</sup>	Notas
				2003	2004	2005				
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación bi-anual de participantes en congresos internacionales realizados en el país	$\left( \frac{\text{Número de participantes en congresos internacionales realizados en el país año } t}{\text{Número de participantes en congresos internacionales realizados en el país año } t-1} - 1 \right) * 100$	%	57 14.400	00 00	94 27.900	94 28.000	Si	100,00	
	Enfoque de Género: No									
Desarrollo sostenible de la oferta turística	Porcentaje de estudios de impacto ambiental informados por el servicio	$\left( \frac{\text{Nº de estudios de impacto ambiental informados por el servicio}}{\text{Nº de estudios de impacto ambiental presentados por CONAMA al servicio}} * 100$	%	100	100	100	100	Si	100,00	
	Enfoque de Género: No									

**Porcentaje global de cumplimiento: 100**

## • Anexo 2: Otros Indicadores de Desempeño

Cuadro 11 Avance Otros Indicadores de Desempeño año 2004								
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Avance <sup>31</sup> 2004/ 2003	Notas
				2002	2003	2004		
TURISMO INTERNO Programas Especiales: Vacaciones Tercera Edad	<u>Eficiencia / Proceso</u> Porcentaje de gasto administrativo en relación al gasto total del programa	(Gasto administrativo efectivo total del programa en el periodo de ejecución <sup>32</sup> / Gasto efectivo total de la asignación presupuestaria en el periodo de ejecución) * 100	%	n.m.	4,50	15,19		1
TURISMO INTERNO Campañas de Turismo Interno.	<u>Eficacia / Proceso</u> Porcentaje de acciones del Plan Promocional efectivamente realizadas respecto a las programadas.	(Cantidad de acciones realizadas <sup>32</sup> / Cantidad de acciones programadas ) x 100	%	n.m.	50	100		2

### Notas:

1. El incremento corresponde a una sugerencia del panel evaluador del programa, que recomendó incrementar el gasto administrativo
2. Obedece a una disminución de las actividades planificadas, debido a restricciones presupuestarias

31 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.

32 Las acciones corresponden a desarrollo de productos y visualización de información.

## • Anexo 3: Programación Gubernamental

Cuadro 12 Cumplimiento Programación Gubernamental año 2005			
Objetivo <sup>33</sup>	Producto <sup>34</sup>	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula	Evaluación <sup>35</sup>
Establecer un modelo de gestión para impulsar el desarrollo de destinos turísticos	Modelo de Gestión elaborado para cuatro destinos piloto a nivel nacional	Desarrollo sostenible de la oferta turística	1° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			2° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			3° Trimestre: <b>ALTO</b>
			4° Trimestre: <b>MEDIO</b>
Elaborar documentación técnica para apoyar la gestión municipal en turismo	Set de documentos técnicos para distribución a municipios	Desarrollo sostenible de la oferta turística	1° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			2° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			3° Trimestre: <b>ALTO</b>
			4° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
Estimular actividades de ecoturismo en las Áreas Silvestres Protegidas del Estado	Actividades y productos en áreas prioritarias definidas	Desarrollo sostenible de la oferta turística	1° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			2° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			3° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			4° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
Realizar una evaluación del impacto en términos económicos y desde el punto de vista de los beneficios alcanzados, del Programa Vacaciones Tercera Edad.	Estudio de evaluación de impacto económico del Programa Vacaciones Tercera Edad.	Turismo Interno	1° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			2° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			3° Trimestre: <b>ALTO</b>
			4° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
Continuar la ejecución del proyecto de elaboración de normativa para servicios de alojamiento turístico, turismo aventura y guías de turismo, en conjunto con el INN y empresarios del sector, para favorecer la entrega de servicios turísticos acordes a estándares internacionales de calidad	15 borradores de normas elaborados y aprobados de acuerdo a la metodología del proyecto	Desarrollo sostenible de la oferta turística	1° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
	5 normas de calidad para servicios turísticos aprobadas		2° Trimestre: <b>ALTO</b>
		Desarrollo sostenible de la oferta turística	3° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			4° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			1° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			2° Trimestre: <b>BAJO</b>
			3° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>
			4° Trimestre: <b>CUMPLIDO</b>

33 Corresponden a actividades específicas a desarrollar en un período de tiempo preciso.

34 Corresponden a los resultados concretos que se espera lograr con la acción programada durante el año.

35 Corresponde a la evaluación realizada por la Secretaría General de la Presidencia.

**Cuadro 12**  
**Cumplimiento Programación Gubernamental año 2005**

Objetivo <sup>33</sup>	Producto <sup>34</sup>	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula	Evaluación <sup>35</sup>
Diseñar programa de desarrollo de turismo interno que incluya paquetes turísticos de temporada baja, incentivo a la cadena minorista y una campaña comunicacional a público final, para contribuir a la organización de la oferta turística en el mercado nacional	Campaña de promoción de paquetes turísticos dirigida a público final, con aportes de Sernatur y sector privado	Turismo Interno	<u>1° Trimestre:</u> <b>CUMPLIDO</b> <u>2° Trimestre:</u> <b>INCUMPLIDO</b> <u>3° Trimestre:</u> <b>INCUMPLIDO</b> <u>4° Trimestre:</u> <b>CUMPLIDO</b>



## • Anexo 4: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas<sup>36</sup>

(01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2005)

Compromiso	Cumplimiento
1. Diseñar Plan de Difusión Nacional del Programa para el año 2006 que incluye un programa de fidelización de socios, captación de nuevos socios, posicionamiento de la CPT, calendario de acciones y definición de metas en cuanto a captación y fidelización de socios.	<p>Diseñado Plan de Difusión Nacional del Programa para el año 2006, en el cual se establece los siguientes objetivos: Aumentar la cantidad de socios de la CPT mediante la difusión de sus beneficios.</p> <p>Fidelizar a socios actuales mediante la satisfacción de los mismos.</p> <p>Potenciar el trabajo coordinado con organismos públicos y privados, que realizan acciones de promoción internacional, así como con los SERNATUR Regionales.</p> <p>Para este año 2006 la meta es incorporar nuevos socios que permitan recaudar a lo menos 1.260 UF adicionales por concepto de cuotas sociales.</p> <p>Medios de Verificación: Plan de Difusión Nacional del Programa para el año 2006</p> <p>Elaborado Plan Anual de Marketing Internacional 2006 que considera, en detalle, los siguientes ítems:</p> <p>Fuentes de financiamiento:            Público: M US\$ 2.028            Privado: M US\$ 2.512</p> <p>Lineas de negocio y mercados metas: Turismo de convenciones y congresos</p> <p>Se espera: Aumentar el número de reuniones internacionales en Chile. Se espera realizar 47 durante 2006.</p> <p>Aumentar la cantidad promedio de delegados por reunión.</p> <p>Se espera superar los 700 delegados en promedio por reunión en 2006.</p> <p>Turismo Recreacional Europa</p> <p>Se espera: Nivelar las capacidades y la motivación de la cadena de comercialización en los 5 principales mercados, profundizando específicamente los mercados inglés y francés.</p> <p>Ampliar el mercado regional integrando a Holanda y Bélgica.</p> <p>Mantener una presencia importante en las principales ferias de turismo dirigidas a la cadena de comercialización.</p>
2. Elaborar Plan Anual de Marketing Internacional 2006 con sus fuentes de financiamiento; detalle de la acción de promoción, tipo de material promocional y definición de metas según mercado; además, incorporar al plan de marketing la estrategia de difusión nacional del Programa para el año 2006, entre otros aspectos.	<p>Abordar al público final a través de publicaciones en prensa</p> <p>Establecer fondos para el co-financiamiento de proyectos desarrollados y presentados por socios de la CPT, que apunten a profundizar el conocimiento del destino por parte de la cadena, o bien a comunicar elementos específicos (intereses especiales) al público final</p> <p>Turismo Recreacional Latinoamérica</p> <p>Se espera: Aumentar la capacidad y motivación de ventas por parte de la cadena en Brasil y México</p> <p>Mantener una presencia importante en las principales ferias de turismo dirigidas a la cadena de comercialización</p> <p>Abordar al público final a través de publicaciones en prensa</p> <p>Establecer fondos para el co-financiamiento de proyectos desarrollados y presentados por socios de la CPT, que apunten a profundizar el conocimiento del destino por parte de la cadena, o bien a comunicar elementos específicos (intereses especiales) al público final.</p> <p>Turismo Recreacional Estados Unidos y Canadá</p> <p>Se espera: Reforzar y ampliar la cadena de comercialización, a través de la pertenencia a asociaciones de agencias y tour operadores, la participación en ferias, y la realización de viajes de familiarización</p> <p>Ampliar el mercado integrando a Canadá</p> <p>Abordar al público final a través de publicaciones en prensa</p> <p>Mejorar la efectividad de las publicaciones, aumentar la cobertura de prensa, y obtener información actualizada del mercado, a través de la contratación de un agente de relaciones públicas</p> <p>Establecer fondos para el co-financiamiento de proyectos desarrollados y presentados por socios de la CPT, que apunten a profundizar el conocimiento del destino por parte de la cadena, o bien a comunicar elementos específicos (intereses especiales) al público final</p> <p>Medios de Verificación: Plan Anual de Marketing Internacional 2006</p>

<sup>36</sup> Se refiere a programas/instituciones evaluadas en el marco del Sistema de Evaluación que dirige la Dirección de Presupuestos.

1. Presentar la distribución efectiva de recursos del Programa durante el año 2005, desagregado por fuentes y usos.	<p>Se presenta distribución efectiva de recursos del Programa durante el año 2005, desagregado por fuentes y usos de acuerdo al siguiente detalle:</p> <p>Acciones</p> <p>Infraestructura de Marketing US\$</p> <p>Total: 613.494</p> <p>Financiamiento Privado: 52.097</p> <p>Financiamiento Público: 382.985</p> <p>Otros públicos: 178.412</p> <p>Material Promocional US\$</p> <p>Total: 105.133</p> <p>Financiamiento Privado: 0</p> <p>Financiamiento Público: 105.133</p> <p>Otros públicos: 0</p> <p>Red de distribución US\$</p> <p>Total: 1.758.745</p> <p>Financiamiento Privado: 946.139</p> <p>Financiamiento Público: 749.315</p> <p>Otros públicos: 63.291</p> <p>Público Final US\$</p> <p>Total: 1.242.323</p> <p>Financiamiento Privado: 709.842</p> <p>Financiamiento Público: 528.901</p> <p>Otros públicos: 3.580</p> <p>Crecimiento de la Oferta Exportable US\$</p> <p>Total: 156.505</p> <p>Financiamiento Privado: 113.521</p> <p>Financiamiento Público: 37.844</p> <p>Otros públicos: 5.141</p> <p>Medios de Verificación:</p> <p>Ejecución presupuestaria del programa del año 2005 desagregado por fuentes y usos</p>
1. Presentar la distribución efectiva de recursos del Programa durante el año 2005, desagregado por fuentes y usos.	<p>Se presenta distribución efectiva de recursos del Programa durante el año 2005, desagregado por fuentes y usos</p> <p>Medios de Verificación:</p> <p>Ejecución presupuestaria del programa del año 2005 desagregado por fuentes y usos</p>
2. Definir criterios de asignación de recursos para las actividades del CPT del año 2006, entre las que se cuentan a lo menos: Marketing Internacional, Plan de Difusión Nacional, Gastos de administración de CPT y Estudios de mercados o sectoriales.	<p>Se presenta los criterios de asignación de recursos para las actividades de la CPT del año 2006 según el siguiente detalle:</p> <p>Acciones</p> <p>Marketing Internacional (US\$)</p> <p>Total: 4.255.000</p> <p>Financiamiento Privado: 2.497.000</p> <p>Financiamiento Público: 1.758.000</p> <p>Difusión Nacional (US\$)</p> <p>Total: 145.000</p> <p>Financiamiento Privado: 15.000</p> <p>Financiamiento Público: 130.000</p> <p>Estudios de Mercado y/o Sectoriales (US\$)</p> <p>Total: 140.000</p> <p>Financiamiento Privado: 0</p> <p>Financiamiento Público: 140.000</p> <p>Gastos de Administración (M\$)</p> <p>Total: 276.770</p> <p>Financiamiento Privado: 276.770</p> <p>Financiamiento Público: 0</p> <p>Medios de Verificación:</p> <p>Informe de con la asignación de criterios de asignación de recursos para las actividades de la CPT del año 2006</p>

<p>1. Evaluar el cumplimiento de objetivos para el año 2005 en términos de número de acciones realizadas por tipo mercado, número de afiliaciones nuevas, acciones de difusión interna desarrolladas, regiones cubiertas, n° de empresas participantes. También, informar los resultados de los Estudios sectoriales o de mercados desarrollados.</p>	<p>Se presenta Informe de evaluación de la Gestión del programa para el año 2005. Principal información contenida: Número de acciones realizadas por tipo mercado: Europa:11 Latinoamérica: 4 USA y Canadá: 9 Asia Oceanía: 5 Número de afiliaciones nuevas: Nivel 3: 1 socio Nivel 4: 1 socio Nivel 5: 2 socios Nivel 6: 9 socios Medios de Verificación: Informe de Gestión 2005</p>
<p>1. Informar los resultados de la encuesta de satisfacción aplicada a los socios en el año 2005.</p>	<p>Se presenta informe de resultado de la encuesta de satisfacción aplicada a los socios en el año 2005. Principales Resultados: Pertenenencia a la CPT Manifiestan conocer los beneficios y ventajas de ser socios CPT. Creen que el pertenecer a la CPT ha constituido un aporte a su empresa. Un 97% de las empresas está de acuerdo o muy de acuerdo en que la CPT cumple con su misión de posicionar a Chile como destino turístico. La información que reciben por parte de la CPT, respecto a la acciones promocionales es clara y oportuna. Ante la pregunta ¿su empresa participa habitualmente en las acciones organizadas por la CPT? un 72% respondió positivamente Ante la pregunta ¿Pertener a la CPT ha sido un aporte para mi empresa?, las respuestas, de acuerdo o muy en de acuerdo, superaron el 90% Comités de Marketing de la CPT Se reconoce la importancia de los comités en la planificación y seguimiento de las acciones de la CPT. Hay desconocimiento de las funciones de los comités de marketing. Hay mucho interés por formar parte de los comités de marketing. Medios de Verificación: Informe de resultado encuesta aplicada a socios año 2005 Grafico de resultado encuesta aplicada a socios año 2005</p>
<p>1. Definir el tipo de información a ser recolectada de las empresas beneficiarias de la CPT, que a lo menos debe incorporar la información de ventas totales anuales de los socios.</p>	<p>Se presenta formato tipo con la información que va ser recolectada a las empresas beneficiarias de la CPT, específicamente: Nivel de Ventas Mercados Atendidos número de clientes por mercado Acciones desarrolladas por mercado Medios de Verificación: Formato con tipo de información a ser recolectada a las empresas beneficiarias de la CPT</p>
<p>2. Revisar y concordar con DIPRES matriz de marco lógico e indicadores de desempeño que sirvan de base para evaluar el desempeño del programa y realizar su posterior seguimiento.</p>	<p>Se concuerda con Dipres Matriz planteada en la evaluación del Programa. Matriz ingresada en el sistema</p>
<p>1. Diseñar Reglamento Interno y Manual de Procedimiento para la transferencia de la Ley 19.255 que incorpora entre otros, un procedimiento de presentación y aprobación de proyectos, transferencia de los recursos y la modalidad de pago.</p>	<p>Elaborado Reglamento Interno (enviado en agosto 2005 a la Subsecretaria de Economía), se encuentra pendiente de aprobación por esta. Elaborado Manual de Procedimientos que se encuentra pendiente su aprobación hasta que el Reglamento Interno sea aprobado por la Subsecretaria de Economía Medios de Verificación: Reglamento Interno Manual de Procedimientos</p>

• **Anexo 5: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005**

Cuadro 14 Cumplimiento PMG 2005										
Áreas de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión						Prioridad	Ponderador	Cumple
		Etapas de Desarrollo o Estados de Avance								
		I	II	III	IV	V	VI			
Recursos Humanos	Capacitación				○			ALTA	9%	✓
	Higiene-Seguridad y Mejoramiento de Ambientes de Trabajo				○			MENOR	5%	✓
	Evaluación de Desempeño				○			ALTA	12%	✓
Calidad de Atención a Usuarios	Oficinas de Información, Reclamos y Sugerencias, OIRS						○	MEDIANA	7,5%	✓
	Gobierno Electrónico			○				ALTA	15%	✓
Planificación / Control / Gestión Territorial Integrada	Planificación / Control de Gestión						○	MEDIANA	7,5%	✓
	Auditoría Interna				○			ALTA	15%	✓
	Gestión Territorial Integrada		○					MEDIANA	7,5%	✓
Administración Financiera	Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público						○	MENOR	5%	✓
	Administración Financiero-Contable						○	ALTA	9%	✓
Enfoque de Género	Enfoque de Género				○			MEDIANA	7,5%	✓

**Porcentaje Total de Cumplimiento: 100,00%**

Cuadro 15 Cumplimiento PMG años 2002 – 2004			
	2002	2003	2004
Porcentaje Total de Cumplimiento PMG	100.00%	78.00%	100.00%

## • Anexo 6: Transferencias Corrientes<sup>37</sup>

Cuadro 16 Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2005 <sup>38</sup> (M\$)	Presupuesto Final 2005 <sup>39</sup> (M\$)	Gasto Devengado <sup>40</sup> (M\$)	Diferencia <sup>41</sup>	Notas
<b>TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO</b>					
Gastos en Personal	3.268.061	3.268.061	3.261.684	6.377	
Bienes y Servicios de Consumo	129.273	129.273	128.952	321	
Inversión Real	27.475	57.475	55.607	1.868	
Otros	0	0	0	0	
	3.111.313	3.081.313	3.077.125	4.188	
<b>TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS</b>					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros <sup>42</sup>					
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	3.268.061	3.268.061	3.261.684	6.377	

1: Corresponde a:

\*Programa Vacaciones Tercera Edad

\*Aplicación Ley N° 19255 (Promoción Internacional)

37 Incluye solo las transferencias a las que se les aplica el artículo 7° de la Ley de Presupuestos.

38 Corresponde al aprobado en el Congreso.

39 Corresponde al vigente al 31.12.2005.

40 Incluye los gastos no pagados el año 2005.

41 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

42 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

## • Anexo 7: Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 17 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>43</sup>		Avance <sup>44</sup>	Notas
		2004	2005		
Días No Trabajados	(N° de días de licencias médicas, días administrativos y permisos sin sueldo año t/12)/ Dotación Efectiva año t	0,96	2,73	35,16	
Promedio Mensual Número de días no trabajados por funcionario.					
Rotación de Personal	(N° de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año t/ Dotación Efectiva año t ) *100	6,52	9,34		
Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.					
Rotación de Personal					
Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
• Funcionarios jubilados	(N° de funcionarios Jubilados año t/ Dotación Efectiva año t)*100	1,09	1,10		
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0,00	0,00		
• Retiros voluntarios	(N° de retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100	2,72	4,95		
• Otros	(N° de otros retiros año t/ Dotación efectiva año t)*100	2,72	3,30		
• Razón o Tasa de rotación	N° de funcionarios ingresados año t/ N° de funcionarios en egreso año t) *100	166,67	123,53		
Grado de Movilidad en el servicio					
Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	(N° de Funcionarios Ascendidos) / (N° de funcionarios de la Planta Efectiva)*100	3,96	4,60		

43 La información corresponde al período Junio 2003-Mayo 2004 y Enero-Diciembre 2005, exceptuando los indicadores relativos a capacitación y evaluación del desempeño en que el período considerado es Enero 2004-Diciembre 2004 y Enero 2005-Diciembre 2005.

44 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene. Para calcular este avance es necesario, previamente, determinar el sentido de los indicadores en ascendente o descendente. El indicador es ascendente cuando mejora la gestión a medida que el valor del indicador aumenta y es descendente cuando mejora el desempeño a medida que el valor del indicador disminuye.

**Cuadro 17**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>43</sup>		Avance <sup>44</sup>	Notas
		2004	2005		
Grado de Movilidad en el servicio					
Porcentaje de funcionarios a contrata recontratados en grado superior respecto del N° de funcionarios a contrata Efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontratados en grado superior, año t}) / (\text{Contrata Efectiva año t}) * 100$	4,82	12,63		
Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	35,8	70,8	197,76	
Porcentaje de becas <sup>45</sup> otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	1	1,09	109	
Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas para Capacitación año t} / \text{N}^\circ \text{ de funcionarios capacitados año t})$	26,6	18,9	73,82	
Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t} / 12) / \text{Dotación efectiva año t}$	2,68	2,83		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación del Desempeño<sup>46</sup></li> </ul> Distribución del personal de acuerdo a los resultados de las calificaciones del personal.	Lista 1 % de Funcionarios	100	99,39		
	Lista 2 % de Funcionarios	0	0,60		
	Lista 3 % de Funcionarios	0	0		
	Lista 4 % de Funcionarios	0	0		

45 Considera las becas para estudios de pregrado, postgrado y/u otras especialidades.

46 Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.