

BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL

AÑO 2009

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

Providencia 1550, Santiago. Teléfono: 600-73762887 (600-SERNATUR)

<http://www.sernatur.cl>

Índice

1. Presentación	3
2. Resultados de la Gestión año 2009	5
2.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2009	5
2.2 Resultados Asociados a la Provisión de Bienes y Servicios.	11
3. Desafíos para el año 2010	20
4. Anexos	23
Anexo 1: Identificación de la Institución.....	24
Anexo 2: Recursos Humanos.....	31
Anexo 3: Recursos Financieros.....	36
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2009.....	43
Anexo 5: Programación Gubernamental	50
Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas.....	53
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2009	60
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	61
Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional.....	62
Anexo 10: Propuestas Fondo de Modernización de la Gestión Pública	63

1. Presentación

El Servicio Nacional de Turismo ha trabajado durante el año 2009, en la promoción e incentivo de la actividad turística dentro del territorio nacional, jugando el papel de vínculo entre el sector público y el privado, para así brindar a la Ciudadanía un respaldo en cuanto a la oferta y calidad de servicios, al momento que esta decide participar de esta actividad. Es por esto que, la Dirección Nacional de Turismo, ubicada en Santiago, funciona en conjunto y de manera paralela con las 15 Direcciones Regionales y las 10 Oficinas Locales (incluyendo Isla de Pascua), para así tener presencia y representación en cada lugar del país, por muy recóndito que este sea.

Dentro de este balance, se desglosarán los logros del año y los desafíos que esta gestión generó, todo en aras de ampliar el alcance de la actividad turística. Esto ha sido posible de lograr, tanto en la oferta como en la demanda, gracias al estímulo e impulso del Turismo Social como actividad recreativa para aquellos ciudadanos que no tienen acceso al turismo por razones económicas; de la Promoción Turística Nacional e Internacional, como plataforma de Chile para su posicionamiento como destino turístico; del fortalecimiento de la actividad turística a través del potenciamiento de nuevos destinos dentro de las zonas extremas del país; de la creación de una institucionalidad pública que le facilite al turismo la estabilidad que necesita; y de la implementación del Sistema de Certificación de Calidad, el cual pretende instaurar estándares de calidad para aquellos empresarios que ofrezcan servicios turísticos, para que así la Ciudadanía tenga un respaldo fidedigno al momento de elegir una agencia de viajes o alternativas de hospedaje.

Cumpliendo lo anterior, en el transcurso del año, se logró llevar el Proyecto de Ley de Turismo a su último trámite constitucional, por lo que estamos en presencia de un antes y un después en la historia del turismo en nuestro país, ya que este tendrá la figura e importancia legal que esta actividad trascendental necesita, por ser un foco económico en potencia para el país, el cual reportó para este 2009 divisas por 1.859,5 millones de dólares.

Por otro lado, se continuó con la exitosa implementación de los Programas de Turismo Social, Vacaciones Tercera Edad y Giras de Estudios, los cuales han aumentado sus cupos, para así brindar este beneficio a muchas más personas del país. En el caso del Programa Vacaciones, este aumentó sus cupos sociales, por lo cual una mayor cantidad de abuelitos/as pudieron disfrutar de los bellos parajes del territorio. En relación al Programa Giras, este amplió su cobertura, incorporando una nueva región de origen y una nueva región de destino, siendo estas Maule y Araucanía, respectivamente. Esto implicó que una mayor cantidad de jóvenes escolares tuviesen la opción de contar con una gira de estudios, viaje que en muchos de los casos es el primero de sus vidas.

Dentro de la Promoción Turística, se encuentran dos líneas base, las cuales son la Promoción Nacional y la Internacional. En la primera línea, se creó un punto de encuentro virtual de la oferta y de la demanda turística, llamado "Muévete por Chile" (<http://www.mueveteporchile.cl>), donde se

invitó a los operadores turísticos a ofrecer paquetes que incentivarán el turismo interno, para que así la Ciudadanía tuviese la opción de acceder a estas sugerencias de manera sencilla, sintetizada y resumida, siendo esto posible en un solo portal web. En la segunda línea, se trabajó con mayor énfasis en los mercados internacionales que mayores divisas generan en nuestro país, estos son, América del Norte (Estados Unidos, México y Canadá), Europa (Alemania y España), y América del Sur (Argentina, Perú, Brasil y Bolivia). Para esto, se continuó con la ejecución del Plan de Marketing 2006-2010, el cual tiene por objetivo situar internacionalmente a Chile como alternativa turística y lograr un incremento en la cantidad de turistas que ingresen al país, propósito de difícil cumplimiento, ya que la contingencia mundial (por ejemplo, crisis financieras o pandemias) influye directamente en la decisión de los turistas al momento de elegir destino.

Otra de las áreas de intervención, ha sido el desarrollar el turismo en las zonas extremas de nuestro país, a través del Programa de Fomento al Turismo. Es así como, tanto localidades del extremo norte como del extremo sur de Chile, han visto potenciados sus atributos territoriales, logrando la implementación de proyectos que preservan el patrimonio nacional e incentivan una larga estadía por parte de los turistas. Íconos de proyectos han sido las Torres del Paine, en la Región de Magallanes, y los senderos altiplánicos en el norte grande del país.

Adicionalmente, la Calidad Turística ha sido el símbolo de la gestión anual de este Servicio, por lo que lo logrado hasta el momento, es el resultado de años de implementación de un sistema pionero en el país, esto es, otorgar un sello de calidad a aquellos operadores turísticos que satisfagan efectivamente la demanda de los turistas. Así, SERNATUR actúa como garante de que un servicio es prestando con calidad, por lo que transfiere esa confianza en la Ciudadanía.

Debido a lo anterior, se han transformado en desafíos para el año 2010, el logro de la promulgación y publicación de la Ley de Turismo; el aumento de la cobertura y alcance de los Programas de Turismo Social; la elaboración de un nuevo Plan de Marketing que contemple los años venideros; y la elaboración de nuevas normas de calidad que abarquen áreas temáticas que hasta el momento no hayan sido abordadas.



OSCAR SANTELICES ALTAMIRANO
Director Nacional de Turismo

2. Resultados de la Gestión año 2009

2.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2009

Programa de Promoción Turística

Respecto de los resultados obtenidos en el Programa, debemos considerar que este se aplica a un mercado (turismo), en el cual intervienen muchos actores y factores que afectan directamente el logro de metas asociadas a este Programa.

Dentro de las variables que influyen podemos mencionar: Campañas promocionales de la competencia, variaciones en los precios de los paquetes turísticos, acciones del canal de distribución, movimientos de las compañías aéreas, etc., así como variables del entorno económico (PIB¹, tasas de desempleo locales, tipo de cambio), social y político, eventos climatológicos, etc., que no son controlables y son difíciles de predecir con certeza. De acuerdo a lo expuesto, durante el año 2009 ocurrieron una serie de eventos que perjudicaron el cumplimiento de metas propuestas en este ámbito. Es así que la severa crisis económica mundial, que afectó seriamente el empleo y por ende, las decisiones de gasto de los hogares, se reflejó en una contracción de la demanda, especialmente por bienes suntuarios como el turismo. A lo anterior, el resultado del no cumplimiento de metas se explica también por la influencia negativa que tuvo la gripe A H1N1 en la decisión de los individuos y familias para viajar fuera de sus países.

Resumiendo lo expuesto, podemos dar cuenta de los resultados de las metas asociadas a los indicadores relativos en este ámbito para el año 2009 fueron los siguientes:

- Tasa de variación anual de ingreso de divisas al país por concepto de Turismo Receptivo. Este indicador, en el año 2008, presentó un valor de 11,97%, porcentaje que se traduce en un aumento en igual proporción de las divisas que ingresaron al país respecto al año 2007. Para el año 2009, se tenía como meta un valor de 3,96% obteniendo sólo un resultado de un -8,42%. Esta cifra negativa, se debe a la disminución general que tuvo la actividad turística en el mundo que, según cifras de la OMT², alcanzarían un nivel de contracción de entre -9,0% y -10,0%, es decir, la población mundial viajó en planes de turismo, en menor cantidad en relación al año anterior. Si consideramos que la relación entre el ingreso de turistas y el de divisas por concepto de turismo receptivo es directamente proporcional, los datos expuestos anteriormente, explican su caída, ya

1 PIB: Producto Interno Bruto.

2 OMT: Organización Mundial del Turismo.

que si la cantidad de turistas que entró al país fue menor, la cantidad total de dinero que ingresó a razón de lo que estos gastaron en el territorio nacional, decayó.

- Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Norte. Este indicador al año 2008, presentó un valor del 3,9% de variación respecto al año anterior, implicando que ese año ingresaron más turistas norteamericanos a nuestro país. En aras de mantener la tendencia, se fijó para el año 2009, un valor de -1,7%, ya que se preveía una disminución del turismo de larga distancia, debido a una incipiente crisis económica mundial. Así, finalmente se cumplió un -12,7%. El incumplimiento se explica por las consecuencias de la crisis económica que afectó la decisión de consumo en el bien turismo, de los hogares y los individuos provenientes del mercado norteamericano. En el caso de Estados Unidos, el crecimiento estimado para el año 2009 es de -2,7%, y el desempleo llegó en noviembre a una tasa del -10,0%, cifra que representa un aumento de un 3,2% en comparación al mismo período del 2008. En México, el PIB ha caído en los primeros nueve meses del año en un -8,1%, y en octubre presentaron una tasa de desempleo del -8,8%. En Canadá, el desempleo alcanzó un 6,2%, y la economía entró en recesión a comienzos de año, por lo que se indica como aliciente de la contingencia mundial. Lo anterior, ha frenado fuertemente el flujo de llegadas a nuestro país de turistas provenientes de América del Norte, originando una caída de un -12,6%.
- Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de Europa. El valor 2008 recayó en un 1,5%, significando de la misma manera que el indicador precedente, un aumento en la masa de turistas que llegó al territorio nacional. Por lo mismo, para el año 2009 se fijó una meta más baja, con un valor de -2,3%, cumpliéndose finalmente un -10,0%. El incumplimiento se explica a razón de las consecuencias de la crisis económica que afectó la decisión de consumo en el bien turismo, de los hogares y los individuos provenientes del mercado europeo. En ese contexto, la llegada de turistas a Chile desde esa región en el año ha sido de -9,8%, siendo aún más acentuada desde países como Inglaterra con un -15,4%, Alemania con -12,1% y España con -10,0%, a noviembre de 2009.
- Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Sur. Este indicador presenta resultados más alentadores, ya que en 2008 presentó una variación del 11% respecto al año anterior. Considerando la disminución de las llegadas de turistas, para el año 2009 se fijó la meta 3,7%, cumpliéndose finalmente un 6,1%. El sobrecumplimiento de la meta se debe principalmente por el aumento (por sobre la tendencia anual) de la llegada de turistas argentinos a Chile, en la temporada estival 2009. Lo anterior, se debe a la realización del evento Dakar 2009 en Argentina y Chile. Junto a esto, el incremento se explica por la naturaleza del bien turismo. Por ser un bien suntuario, el turismo de intereses especiales o de alta sofisticación (de alto costo) baja drásticamente su demanda en relación a la renta (disminuida por efecto de la crisis). Para los sudamericanos, este tipo de turismo está representado por viajes fuera del continente. Es por eso que, el consumo de turismo a nivel regional, se comporta como bien sustituto de este último, es decir, ante el escenario de crisis económica global, los turistas latinoamericanos optaron por

reemplazar los viajes de turismo de larga distancia, por viajes al interior de Sudamérica, aumentando la demanda por visitar los destinos turísticos de Chile.

- Porcentaje de turistas provenientes de mercados abordados anualmente por la Corporación de Promoción Turística (CPT) del total de turistas ingresados al país en el año. Esta medición, el año 2008 presentó un valor del 94,74%, lo cual implica que las acciones comunicacionales de promoción efectuadas en los mercados objetivos de la CPT, reflejan el resultado exitoso de estas, ya que la mayor parte de los turistas que ingresan al país, provienen de orígenes donde se promocionó a Chile como destino turístico. La meta para el año 2009, tuvo un valor de 91,02%, cumpliéndose finalmente un 95,42%.
- Porcentaje de aporte efectivo de agentes privados a las campañas de promoción anual del sector turismo. Este indicador refleja la voluntad de participación del sector privado en la promoción turística, por lo que el 2008 presentó un valor de 52,5%. Para el año 2009, se fijó la meta en un 51,0%, cumpliéndose finalmente un 51,1%.
- Porcentaje de usuarios/as satisfechos/as con la calidad de la atención en las Oficinas de Información Turística (OIT). El año 2008 este indicador presentó un resultado de 93.7% de aprobación por parte de los usuarios (promedio resultante de una aprobación del 94,0% por parte de las usuarias y de un 93,3% por parte de los usuarios). Para el año 2009, la meta se fijó en cumplir con un 90% de satisfacción. De los 1.949 encuestados en total, 1.933 usuarios/as (988 hombres y 945 mujeres), equivalente al 99% del universo encuestado, declaró estar satisfecho/a con la atención recibida en las OIT, oficinas que están distribuidas a lo largo de todo Chile continental e insular.

Programa Vacaciones Tercera Edad

Respecto de los beneficiarios, el incremento ha ido desde los 10.408 beneficiarios en la primera temporada, a los 34.000 en la novena temporada. El crecimiento del Programa ha estado impulsado por el incremento del presupuesto anual asignado a él, considerando que el año 2001 los recursos asignados correspondieron a M\$994.455, y para el 2009 éstos ascendieron a M\$2.861.981, lo que corresponde a un crecimiento de 287% de los recursos. Esto ha contribuido a la ocupación turística generando más de 1.650.000 noches-cama en sus nueve años de ejecución.

Acerca del cumplimiento de metas relativas a los indicadores de desempeño asociados a este ámbito para el año 2009, los resultados (que incluyen enfoque de género) fueron los siguientes:

- Porcentaje de noches cama utilizadas por el Programa Vacaciones Tercera Edad del total de noches cama disponibles en temporada baja y media en los establecimientos de alojamiento

turístico participantes en el programa. El año 2008, el valor se situó en un 25,1%, por lo que la meta para el año 2009 se fijó en un 21,1%, cumpliéndose finalmente un 22,5%.

- Tasa de variación de adultos mayores que participan en el Programa Vacaciones Tercera Edad. El año 2008 este indicador dio como resultado un 18,6% de variación respecto al año anterior. Para el 2009, la meta fue de 17,8%, cumpliéndose finalmente un 46,3%. Estas últimas cifras se desagregan con 27.298 mujeres y con 9.072 hombres, los cuales suman el total de 36.370 pasajeros viajados (75% de los cupos son ocupados por mujeres). Estos resultados se debieron principalmente, a que el Programa contempló el desarrollo de la extensión de la temporada anterior y consideró a todos los beneficiarios adultos mayores viajados durante el año 2009 de acuerdo al ejercicio presupuestario; ello es, la extensión de la octava y novena temporada, ampliando de esta forma el período final que contiene el número de beneficiarios. Adicionalmente, otro factor que permitió alcanzar la cifra señalada, es que por primera vez se realizó una renovación de contrato con la empresa adjudicataria. Ello implicó una importante disminución en los plazos, haciendo que por primera vez la temporada comenzara el 4 de mayo, a diferencia del año anterior donde comenzó el 28 de junio, es decir, 55 días antes, ampliando el período para la comercialización, venta y realización de los viaje.

Programa Giras de Estudio

Para el año 2009, el Programa Gira de Estudio benefició a 9.533 alumnos/as y profesores/as, pertenecientes a 240 establecimientos educacionales municipalizados del país. Como todos los años, el Programa funcionó entregando un subsidio equivalente al 70% del valor total del viaje por alumno, dejando así un co-pago de \$31.746 que costea el estudiante.

Respecto al cumplimiento de las metas relacionadas a los indicadores de desempeño del Programa podemos decir que:

- Tasa de variación de estudiantes beneficiarios que participan en el Programa Gira de Estudio. El año 2008 este indicador arrojó un 107,1% de variación, cifra que se explica al ser este un Programa nuevo en su ejecución, por lo que los beneficiarios del año anterior (2007) fueron la mitad (5.056 estudiantes) de los que viajaron en 2008 (10.471 estudiantes). Ya en el 2009, la meta se bajó, ya que la cifra de pasajeros viajados tendió a estabilizarse de acuerdo a los recursos presupuestarios disponibles. Así, se fijó una meta de valor -10,9% cumpliéndose finalmente un -9,0%. El resultado obtenido, se debe principalmente a que la ejecución 2009 del Programa Gira de Estudio contempló el desarrollo de la extensión de la segunda temporada y el desarrollo de la tercera temporada, instancias en la que se trasladaron a 177 y 9.356 personas respectivamente, sumando 9.533, es decir, 205 personas más que las establecidas para la meta anual. Esto, ya que por primera vez la contabilización de los pasajeros viajados se realizó considerando la ejecución total del Programa durante el año 2009, con el fin de reportar la ejecución efectiva del Programa

asociada a la entrega anual de recursos. Por otra parte, se destaca el interés de los establecimientos educacionales por participar en el Programa debido fundamentalmente a que ya lo conocen, junto con la coordinación y gestión que éstos realizaron, lo que permitió la ejecución de todos los viajes programados durante el año 2009.

- Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en el Programa Giras de Estudio. En el año 2008, esta cifra se elevó al 40,8%. No obstante, se fijó como meta para el año 2009 un valor de 23,1% cumpliéndose finalmente un 25,6%.

Programa de Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno

El Servicio Nacional de Turismo durante el año 2009, puso en marcha el "Programa de Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno", cuyo principal desafío ha sido impulsar fuertemente el turismo doméstico de Chile, procurando que las pequeñas y medianas empresas mejoren su visión y competitividad en el mercado.

SERNATUR comprendió que este Programa, es un esfuerzo donde el Estado debe ir acompañando al sector privado en un trabajo coordinado y participativo, motivo por el cual, la primera acción fue la firma de un convenio de colaboración estratégica con la Asociación Chilena de Empresas Turísticas (ACHET), gremio que agrupa al 90% de las empresas ligadas al sector turístico y de viajes del país. Esta última entidad, fue la responsable de conformar la oferta turística del Programa, para lo cual SERNATUR recopiló información de mercado para guiar la construcción de paquetes turísticos.

La configuración de la oferta turística, involucró destinos turísticos consolidados pero, paralelamente, se realizaron acciones de prospección del mercado en 4 destinos con el objetivo de identificar nuevos productos y servicios turísticos que no habían sido incorporados en la cadena comercial inicial.

La oferta construida (mediante paquetes turísticos), se puso a disposición de los residentes en Chile por medio de una plataforma tecnológica acorde a las actuales necesidades de información, denominada www.mueveteporchile.cl, lugar de encuentro de la oferta y la demanda.

Finalmente, se diseñó e implementó una estrategia comunicacional para dar a conocer la oferta turística generada en el Programa, al tener presente que la baja inversión en promoción es una de las brechas identificadas en la industria. La ejecución de esta estrategia, que conlleva un mix de herramientas, tiene como objetivo mejorar la visibilidad de la oferta.

Para hacer seguimiento a las iniciativas impulsadas para fortalecer la oferta turística, se han elaborado los siguientes indicadores que reflejan el avance que presenta este Programa:

- Porcentaje de ejecución de estudios de mercado. Se puso como meta elaborar 4 estudios de mercados, de los cuales fue realizado un 100%. Los estudios realizados fueron los siguientes: "Focus Group Empresarios" (TTO y agencias), "Focus Group segmentos", "Hábitos de consumo y Flujo Semana Santa", y "Hábitos de consumo y Flujo Fiestas Patrias".
- Porcentaje de ejecución de estrategias comunicacionales. Se programó la realización de 2 estrategias, de las cuales se realizó un 100%. Estas tuvieron cobertura nacional en los medios de comunicación masivos (prensa escrita y radioemisoras).

2.2 Resultados Asociados a la Provisión de Bienes y Servicios

Ley de Turismo

En el año 2009, el Servicio Nacional de Turismo participó activamente en la tramitación del proyecto de ley sobre Nueva Institucionalidad del Turismo. Durante este período, el proyecto concentró su tramitación en el Senado, en las Comisiones de Economía y de Hacienda.

Para apoyar y agilizar la tramitación en el Senado, SERNATUR se coordinó con el equipo legislativo del Ministerio de Economía, y a partir de este trabajo en conjunto, fueron elaboradas siete Minutas, cuyo objetivo fue asesorar en materias resolutivas a las Comisiones de Hacienda y Economía. En ese mismo ámbito, se analizó la compatibilidad del Proyecto de Turismo con la Ley de Medio Ambiente, la cual ya había sido aprobada por el Senado. Se debe destacar que todo el trabajo desarrollado durante este período, fue liderado por el Director Nacional de Turismo, el cual participó en terreno del trabajo de las Comisiones.

Es así que el proyecto de Ley, comenzó su segundo trámite constitucional el 21 de enero de 2009, significando la aprobación de la Cámara Baja, lo cual implicó avanzar al siguiente trámite, el cual tomaba lugar de discusión en el Senado. Este trámite, finalizó en el mes de diciembre, quedando pendiente el tercer trámite y final para el período 2010.

Programa de Fomento al Turismo

El Programa de Fomento al Turismo fue concebido con la finalidad de mejorar la competitividad turística, a través de la creación y fomento de nuevos espacios turísticos en zonas que están alejadas de los espacios tradicionales, o que tienen una baja afluencia de turistas. Por ello, el Programa ha concentrado su ejecución en áreas que cumplen con dichas condiciones, estas son:

- a) Área del Norte Grande, cuyos límites se sitúan entre Arica-Parinacota-Tarapacá,
- b) Área Austral, que comprende el sur de la región de Aysén (Parque Nacional Laguna San Rafael),
- c) Área de la Patagonia y Tierra de Fuego, entre Puerto Natales, Punta Arenas, Puerto Williams y Parque Nacional Cabo de Hornos.

El Programa durante el año 2009 contaba esencialmente en su programación, la aprobación del Contrato por parte del directorio del Banco Interamericano de Desarrollo, hecho que se vio afectado por la negociación del Ministerio de Hacienda con dicha entidad. Como consecuencia de esto, no fue posible cumplir exactamente con lo proyectado. No obstante, se comprometieron recursos con aporte local por \$544 millones, donde se destacaron la ejecución de proyectos tales como "Diagnóstico y Rediseño Institucional", por \$66 millones, "Catastro de la Oferta Turística", por \$148 millones, y el "Diseño de Observatorio de la Actividad Turística", por \$21 millones. Quedando

pendiente dentro de la programación, la “Construcción del Centro de Hielos Continentales en la Región de Aysén”.

Sistema de Certificación de Calidad de los Servicios Turísticos

La meta para el año 2009 era certificar al menos 100 servicios turísticos. Debido a la contingencia mundial, la cual fue marcada por la crisis económica y el virus AH1N1, la voluntad del empresariado en certificar disminuyó, no cumpliéndose así la meta, siendo así que sólo se pudieron certificar 86 servicios.

Por otro lado, se realizaron coordinaciones con todas las Direcciones Regionales de Turismo, para elaborar Informes que permitieran acceder a los empresarios al Instrumento FOCAL (Fondo de Calidad), todo esto en aras de unificar los objetivos del sistema de certificación. Del mismo modo, se logró hacer seguimiento a aquellos empresarios que contaban con el Fondo de Calidad, y a su vez se les entregó asesoraría para que pudiesen gestionar este fondo de la mejor manera.

En gestión territorial, se generó un programa de apoyo y seguimiento a iniciativas de Chile Emprende en 13 mesas territoriales que permitieron la ejecución de \$217 millones de este programa durante el año 2009. Estas iniciativas pretendían instalar la Certificación de Calidad en los territorios, por lo que realizar un diagnóstico previo que determinara las “brechas de calidad” era ineludible. De esto se logró aproximadamente 250 diagnósticos, lo que permitió disminuir fehacientemente el desconocimiento del empresariado sobre las normas de calidad y su implementación.

Para ampliar el alcance del Sistema, se realizaron capacitaciones por videoconferencias y un Seminario Nacional de Calidad (presencial), con asistencia de más de 450 beneficiarios. Este Seminario, llamado VIII Cumbre del Turismo, se realizó en Espacio Riesco y tuvo una inversión de \$40 millones.

En gestión interna, se desarrollaron procedimientos para mejorar la red de trabajo, y un sistema de metas que permitieran mayor eficiencia de la gestión pública en los temas de Calidad. Para lo anterior, se invirtió en un Plan de Difusión la suma de 10 millones de pesos, el cual constaba de publicaciones en revistas especializadas con un alto impacto en el sector.

La gestión con el sector privado involucró la participación de la Mesa Temática del Cluster TIE³ y la coordinación con organizaciones como ACHET, Hoteleros de Chile y Asociaciones de Guías, en

³ El cluster TIE, es un foco donde se analizan estrategias para incentivar y promover el Turismo de Intereses Especiales (TIE). Este cluster, considera productos-destino en los cuales focalizar los esfuerzos tales como Arica y Parinacota, el desierto de Atacama y el Altiplano de Tarapacá, San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, los Valles Centrales, la Araucanía Andina, la Carretera Austral Escénica de la Patagonia, Torres del Paine y Bernardo O’Higgins y la Patagonia Antártica.

gestiones relativas a la certificación de calidad y otros temas relacionados (Becas de Inglés CORFO, Competencias Laborales, etc.).

En paralelo, se elaboró una propuesta de Reglamento de Certificación de Servicios Turísticos para el Ministerio de Economía en los plazos programados, lo que permitirá adelantar procesos una vez oficializada la Ley de Turismo el 2010.

Programa Chile Emprende

En este año, se celebró por segunda vez un convenio de transferencia entre el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) y SERNATUR para el programa Chile Emprende. En este, el presupuesto total transferido vía convenio fue de MM\$ 1.550, de estos se destinaron MM\$ 1.472,5 a la ejecución de iniciativas o proyectos (inversión) y MM\$ 77,5 destinado a financiar actividades de apoyo o soporte de Sernatur (operación). Todo esto significó un incremento de 47.25% con respecto al presupuesto de inversión del 2008; y de 55% con respecto al presupuesto de operación del año 2008. La intervención o ejecución de todos estos recursos se realiza en 35 territorios a lo largo de todo el país, donde cada consejo público privado definió su planificación de trabajo para el año 2009.

Es pertinente plantear que la ejecución de estos recursos se comienza a realizar a partir de la toma de razón del convenio de transferencia SERCOTEC-SERNATUR. En este sentido, un "no logrado" habla que la planificación o estimación inicial planteaba que este procedimiento legal - toma de razón -, se realizaría en marzo del año 2009. Sin embargo, esta visación de Contraloría se realizó realmente a fines del mes de mayo, provocando un importante retraso en la planificación y ejecución 2009. Esta situación es una contingencia que año tras año limita y altera el trabajo en términos del cierre de año de proyectos, proyectando la ejecución en promedio cuatro meses después del cierre normal, situación prevista y permitida por convenio, sin embargo, imposibilita la realización de un análisis integral de la gestión realizada, sólo permite un análisis comparativo parcial entre lo realizado a la fecha actual y diciembre del año 2008.

Siguiendo en el contexto de la ejecución del programa, un logro externo importante es la articulación y sinergia que se ha generado con los clientes del programa, de esta forma cada plan territorial fue orientado y consensuado con los distintos empresarios pertenecientes al programa Chile Emprende, definiendo el trabajo estratégico orientado bajo las líneas de trabajo definidas por SERNATUR, estas son: Promoción, Calidad, y Planificación. Con respecto a este plano la ejecución de recursos, priorizó a la línea de Promoción, en la cual se invirtió un 78,7% del presupuesto; en iniciativas de Calidad se invirtió un 14,8%; y en Planificación se invirtió un 4,9% del total de recursos.

En este escenario interno, se pueden distinguir logros interesantes: en primer lugar el trabajo de elaboración y visación de bases de licitación. En este sentido, se estableció para el año 2009 una meta de desempeño colectivo que plantea que al 30 de septiembre debe estar el 70% de las bases

de licitación visadas por Fiscalía, con la idea de prevenir que los procesos de licitación se extiendan hasta diciembre tal como ocurrió el año 2008, lo que hizo que se retrasara la ejecución de los recursos. Al respecto se observó que hubo cumplimiento en un 100% de dicha meta en todas las regiones, es decir, al 30 de septiembre las 15 regiones tenían al menos el 70% de sus bases de licitación con visación de Fiscalía para poder licitar. Este proceso permitió que los recursos comprometidos a diciembre del 2009 sean el 98,4% del total del presupuesto.

En términos de la ejecución del programa, sólo se puede realizar el análisis parcial de este contexto: existe un gran logro en comparación al período anterior. Al 15 de Diciembre de ese año se habían ejecutado aproximadamente el 80% de la remesa inicial, y en el año 2009 se ejecutaron 99,5%, lo que implica un aumento relevante en términos de la gestión y planificación del trabajo del Servicio. Finalmente, un logro que apuntó al mejoramiento continuo de los procedimientos fue el trabajo en el diseño de una plataforma para sistematizar y optimizar la gestión de datos e información del programa Chile Emprende; el resultado fue la contratación de una consultora externa que desarrolló una plataforma Workflow que deberá ser implementada el año 2010.

Promoción Turística Nacional e Internacional

Promoción Turística Nacional

Este año se puso en ejecución el Programa “Muévete por Chile”, el cual tiene por objetivo fomentar el turismo doméstico (dentro del territorio nacional) y quebrar la estacionalidad turística. Esta iniciativa fue aparejada bajo la firma de convenio de colaboración estratégica con la Asociación Chilena de Empresas de Turísticas (ACHET), institución que aglutina el 90% de las empresas ligadas a la comercialización de la industria turística chilena.

La configuración de la oferta turística involucró destinos turísticos consolidados pero, paralelamente, se realizaron acciones de prospección del mercado en 4 destinos, con el objetivo de identificar nuevos productos y servicios turísticos, que no habían sido incorporados en la cadena comercial inicial: Valle del Elqui, Araucanía Andina, Valparaíso y Chiloé.

La estrategia del año 2009 se fundamentó en tres áreas:

- a) Estrategia Comunicacional / Publicitaria,
- b) Estrategia Digital / Plataforma web; lugar de encuentro oferta y demanda,
- c) Estudios de Mercado del sector turístico.

Con lo anterior, los resultados positivos del año se produjeron mayoritariamente en el área comunicacional, donde el número de turistas registrados en el Sitio Web <http://www.mueveteporchile.cl> se alzó por sobre las 4.200 personas, de las cuales el 30,6%

evaluaron su "Nivel de Satisfacción" con la plataforma web como "muy bueno" y el 58,3% como "bueno", según el estudio desarrollado por ICCOM. Por otro lado, se constituyó un total de 143 combos viajeros (paquetes turísticos), permitiendo la movilidad de la industria a la construcción de oferta donde antes no había, se trabajó con 15 Tour Operadores asociados a ACHET y con 25 Agencias de Viajes con distribución geográfica en Santiago, Viña del Mar, Concepción, Temuco y Los Ángeles.

Promoción Turística Internacional

En este 2009, se invirtieron M\$ 2.874.005 en la promoción internacional de Chile como destino turístico, lo que representó un incremento de 8,2% respecto del año 2008. Este año, se concentraron esfuerzos promocionales en los mercados emisores más rentables para Chile, como lo son EEUU, Brasil, España y Alemania. Además, se mantuvo la presencia en el mercado de Argentina, por su importancia en el ingreso total de divisas, más aún considerando que el año 2008 representó un 37% de las llegadas de turistas internacionales.

Las acciones promocionales se concentraron en cuatro ámbitos:

- a) Canal Comercial: Acciones de relaciones comerciales entre empresarios chilenos y extranjeros, y capacitación del destino Chile al canal comercial.
- b) Red empresarial en Chile: Incentivo a la inversión en promoción por parte de los empresarios turísticos de Chile en estos mercados.
- c) Imagen País: "Chile" es la marca que se promovió en las diferentes acciones a realizar para posicionar a nuestro país como destino turístico recreativo de intereses especiales. Lo anterior, hasta la implementación de una nueva marca país.
- d) Público final: Incentivar el interés del público y facilitar el acceso a la información sobre Chile.

En relación al número de turistas llegados a Chile desde el exterior, podemos señalar que entre el año 2006 y 2008 se ha alcanzado un ingreso de turistas aproximado de 7.458.407 y de acuerdo a las proyecciones para el 2009 (los sistemas de información aún no se culminan su cálculo), se estima un ingreso de 2.712.753 turistas a Chile.

Turismo Social

La ejecución de los Programas de Turismo Social durante el año 2009, permitió beneficiar a más de 350 empresas asociadas al rubro turístico, entre las que destacan establecimientos de alojamiento, empresas de transporte, agencias de viaje, tour operadores, etc., contribuyendo a la generación de empleos y fomentando el desarrollo de sus negocios.

Los estudios de satisfacción de los Programas durante el 2009 (tercera temporada de Gira de Estudio y novena temporada de Vacaciones Tercera Edad), expresan la percepción de los empresarios participantes en ellos. A continuación, se presentan las principales conclusiones acerca de empleabilidad, mejoramiento de infraestructura y desarrollo de nuevos productos, a partir de su participación en los Programas de Turismo Social:

Vacaciones Tercera Edad

En el marco de la ejecución 2009 del Programa - extensión de la octava temporada y ejecución de la novena temporada -, se benefició a un total de 36.370 pasajeros/as, los cuales viajaron desde todo el país a los 16 destinos del Programa (Arica, Iquique, Caldera / Bahía Inglesa, La Serena / Coquimbo, Viña del Mar / Valparaíso, Pichilemu, Valle las Trancas / Concepción, Valle las Trancas / Chillán, Pucón, Villarrica, Valdivia, Pto. Montt, Pto. Varas, Chiloé, Pta. Arenas e Isla de Pascua).

Con respecto a la diferenciación de cupos, durante el año 2009 se benefició a 25.174 personas que viajaron en el marco de los cupos regulares y 11.196 personas que viajaron en el marco de los cupos sociales.

Respecto al compromiso de generar empleos en los lugares de destino, y a la vez mantenerlos en el tiempo, el 95% de los establecimientos de alojamiento debió contratar más personas por estar participando en el Programa, lo que se tradujo en 5 personas en promedio por cada hotel, mientras que un 10% de las agencias de viaje participantes contrataron en promedio a 2 personas, con el fin de comercializar el Programa. Con respecto a la mantención de personal, se observó que para el caso de los establecimientos de alojamiento, un 80% de éstos mantuvo trabajando a 7,4 personas en promedio, mientras que un 6% de las agencias de viaje mantuvo trabajando a 2 personas en promedio.

Otro de los ámbitos de intervención fue el desarrollar nuevos productos y mejoramiento de infraestructura en la hotelería de los destinos turísticos, en donde un 23% de las empresas afirma haber realizado dicha acción. Principalmente para el caso de los establecimientos de alojamiento esto se refiere a mejoras en infraestructura (18%), mientras que las agencias de viaje indican que el desarrollo de nuevos productos se refiere a la apertura de nuevos destinos, traslados y el desarrollo de convenios.

La satisfacción de los beneficiarios del Programa se ha medido a través del siguiente indicador:

- Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Vacaciones Tercera Edad como "Satisfactorio" o "Muy satisfactorio". El año 2008 este indicador dio como resultado un 99,01% de usuarios/as satisfechos con el Programa, promedio resultante de un 99,12% de aprobación por parte de las usuarias, y de un 98,41% por parte de los usuarios. En el 2009, se tenía como meta

para el año 2009 un valor de 85,5%, cumpliéndose finalmente un 97,12%, el cual se desagrega en un 97,7% de satisfacción masculina, y un 96,9% de satisfacción femenina.

Gira de Estudios

En el marco de la ejecución 2009 de la tercera temporada del Programa, se incorporó a la región de la Araucanía como nuevo destino y a la región del Maule como nuevo origen.

La incorporación de la región de la Araucanía como nuevo destino del Programa, permitió que la ciudad de Pucón recibiera a 1.040 pasajeros/as (968 jóvenes y 72 profesores), pertenecientes a 24 grupos de viaje provenientes de la región de Los Lagos. La ocupación generada por concepto del Programa, fue de 5.200 noches-cama, equivalente a un 23,7% de ocupabilidad en el establecimiento de alojamiento participante en dicho destino, entre los meses de junio y diciembre de 2009, y del 11% de la ocupación total anual generada por el programa durante el año 2009 en el marco de la tercera temporada.

La incorporación de la región del Maule como nuevo origen del Programa, permitió que un total de 1.177 personas (1.096 jóvenes y 81 profesores) pudieran obtener el beneficio de una gira de estudio, beneficiando al 45% de los establecimientos educacionales municipalizados con enseñanza media y puntaje IVE-SINAE⁴ de la región – 27 de 59 centros educativos -, y al 61% de los establecimientos educacionales que postularon al Programa en dicha unidad territorial - 27 de los 44 liceos y colegios. Como otra forma de análisis cabe señalar, que se benefició al 70% de las comunas de la región, ya que los establecimientos educacionales que viajaron pertenecen a 21 de las 30 comunas existentes en la región del Maule.

Respecto de la contratación de personal, se observa que en el caso de los establecimientos de alojamiento, el 100% de ellos contrató más personal por estar participando en GE, contratando en total a 26 personas, quienes se desempeñaron principalmente como mucamas. Para el caso de los restaurantes, un 25% de ellos contrató más personal, sumando en total 14 personas que se desempeñaron principalmente como meseros/as.

En el mejoramiento de infraestructura, un 33% de los establecimientos de alojamiento debió obligatoriamente realizar mejoras para participar en el Programa. Estos fueron principalmente

4 IVE-SINAE: Índice de Vulnerabilidad del Establecimiento - Sistema Nacional de Asignación con Equidad. Es un indicador elaborado con el IVE más la metodología SINAE. El resultado que arroja, se presenta en forma de porcentaje de vulnerabilidad del establecimiento, el cual da cuenta de poblaciones vulnerables distintas. Mientras el IVE refleja una vulnerabilidad asociada fundamentalmente a "pobreza", el IVE-SINAE refleja la condición de riesgo asociada a los estudiantes de cada establecimiento. Por lo anterior, para que un establecimiento sea medido en su nivel de vulnerabilidad, además de contestar las encuestas mencionadas, debe también preocuparse de mantener actualizada su información de matrícula en el sistema SIGE de MINEDUC y sugerir a las familias la aplicación de la Ficha de Protección Social.

arreglos en las instalaciones de dormitorios, baños, comedores y cocinas. Por otro lado, un 40% de las empresas participantes realizó mejoras adicionales debido a su participación en el Programa, y un 60% de las empresas participantes pretende realizar mejoras en sus negocios si continúan participando en el Programa.

La satisfacción de los jóvenes beneficiados ha sido medida a través del siguiente indicador:

- Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Gira de Estudio como “Satisfactorio” o “Muy satisfactorio”. El año 2008, un 99,68% calificó su experiencia como satisfactoria o muy satisfactoria. En 2009, la meta fue de 85,5% cumpliéndose finalmente un 98,36%.

Regiones

La Región de Atacama se consolidó como un destino de desierto, asociado a la realización del rally Dakar Chile Argentina 2009 a través de la marca Dakar- Chile- Atacama. Para este evento, se auspició a pilotos nacionales conformando el equipo “Turismo Chile Atacama”. Además, se instaló una carpa de información turística al interior del Bivouac. El paso del primer Rally Dakar en Chile generó ingresos directos por MM\$1.150. Con lo anterior, es posible estimar que 200 millones de personas en el mundo conocieron Chile a través del Dakar. A partir del éxito en Chile de esta primera versión, la organización del Dakar (Amaury Sport Organization, ASO) incrementó de tres a siete las etapas a desarrollar en el país para el Dakar 2010, sumando a las regiones del norte grande, más un día de descanso en Antofagasta.

En otra parte del territorio nacional, entre los días 23 y 25 de Septiembre, se realizó en la ciudad de Frutillar, la versión XXXIII de la Feria Internacional TRAVEL MART LATINAMERICA, la principal vitrina de negocio entre tour operadores y oferta turística latinoamericana. La Feria Travel Mart Patagonia Chile 2009 reunió a 286 operadores internacionales (principalmente de USA, Canadá y Europa), que venden comúnmente productos de Latinoamérica en sus países de origen, los que pudieron revisar la oferta turística nacional y vivir la diversidad cultural y gastronómica de Chile. Esta Feria constituyó la oportunidad de consolidar la industria turística chilena en nuestros mercados objetivos.

Finalmente como gran logro de la gestión institucional podemos mencionar que entre los días 6 y 8 de Noviembre, se llevó a cabo en Espacio Riesco la Feria VYVA, Viajes y Vacaciones y Tiempo Libre, la que reunió oferta turística nacional, representada por las 15 regiones del país e internacional, en la que estuvieron presentes países como Brasil, Cuba, República Dominicana, México, Puerto Rico y Uruguay. Esta primera Gran Feria de Turismo, resaltó la apuesta del Servicio de convocar al sector privado para realizar una organización asociativa, con lo cual la Feria pudo ser incorporada en la agenda internacional de Ferias en Latinoamérica. El resultado fue muy positivo, ya

que concurrieron más de 25 mil personas, entre los cuales se destacan 5 mil profesionales del turismo nacional e internacional.

3. Desafíos para el año 2010

Los principales desafíos se destacan en las siguientes áreas:

Ley de Turismo

- Lograr la aprobación del tercer trámite constitucional, y su posterior promulgación y publicación por parte de la Presidenta de la República.
- Una vez cumplida esta etapa, se deben elaborar los reglamentos que ayuden la implementación de la Ley en el Servicio.
- Hacer las gestiones pertinentes para sesionar al Consejo Consultivo del Turismo, y al Comité de Ministros.

Programa de Fomento al Turismo

- Ejecución al menos del 90% del presupuesto asignado para el período, enfocándose en proyectos que exploten las áreas del Norte Grande, de la Patagonia y de Tierra del Fuego.

Sistema de Certificación de Calidad

- En temas de coordinación externa, se desarrollarán y modificarán normas de Calidad con INN, y también se espera asegurar la participación del sector privado y de regiones en la consulta pública de normas. Esto se pretende lograr con la publicación del Reglamento de Clasificación de Sernatur, y con la ejecución de un Plan de Medios de Difusión por \$20 millones.
- Para dar continuación a los logros de este año, se realizarán procesos de apoyo a programas externos como EuroChile y proyecto Museo de la Memoria. De la misma manera, se establecerán mecanismos de medición del Plan de Difusión de Calidad en empresas certificadas y no certificadas. Para finalizar, se continuará en la gestión con recursos Chile Emprende, en un número mayor de territorios y se incentivará un mayor uso de recurso FOCAL de CORFO.

Programa Chile Emprende

- Implementar a nivel país la plataforma informática Workflow, la cual posibilitará la sistematización de los procedimientos, registro y acceso en tiempo real de cada etapa de estos, el seguimiento y control de las distintas iniciativas, disminución de tiempos de gestión y el acceso a información online para generar rendiciones y consolidados de información estratégica de la ejecución.

- Potenciar el rol estratégico y posicionamiento de SERNATUR en los distintos territorios del programa Chile Emprende, de forma tal que se de continuidad a los ejes estratégicos definidos el 2009 y de esta forma potenciar el trabajo con el segmento de las microempresas y pequeñas empresas turísticas nacionales.
- Generar un documento que sistematice e informe la gestión y resultados de los 3 años de trabajo del Servicio en el citado programa.
- Desarrollar una base de datos con a lo menos el 90% de los usuarios y beneficiarios del año 2009 que permita realizar proyecciones, tendencias y análisis cualitativos y cuantitativos del trabajo desarrollado en los distintos territorios.
- Continuar con los altos niveles de ejecución de presupuestaria presentados por el programa y ejecutar a lo menos el 90% de los recursos transferidos vía convenio 2010.

Promoción Turística

- Con la línea programática que se ejecutó el 2009, se proyecta una llegada de cerca de 3.000.000 turistas, con incrementos que incorporan el auge actual de la región y que tienden a estabilizarse en incrementos más acorde al tradicional del turismo regional. A su vez, se proyecta un ingreso de divisas por sobre los US\$1.870 millones.
- Elaborar un Plan de Marketing 2011 – 2014, el cual contendrá la estrategia promocional de Chile turístico y sus objetivos, y estará compuesto por un conjunto de proyectos. Asimismo, poseerá un conjunto de indicadores de logro, coherentes con los objetivos, una programación y un presupuesto general del mismo.

Turismo Social

- Se ampliará la cobertura de los programas de turismo social, aumentando en 1 destino el Programa Vacaciones Tercera Edad. Se realizará también, un intercambio de pasajeros entre Chile y Brasil, permitiendo así que adultos mayores brasileños conozcan los destinos turísticos de nuestro país, y que adultos mayores chilenos viajen en las mismas condiciones al país citado.
- Se aumentará en 5 orígenes (Atacama, Coquimbo, O'Higgins, Araucanía y Los Ríos) y en 2 destinos (Atacama y Valparaíso) el Programa Gira de Estudio. Esto se debe a que la mayor cantidad de liceos municipales se concentran en las regiones que actualmente son parte del programa, por lo que estas nuevas regiones de origen no representan un aumento presupuestario significativo, sino más bien un aumento de cobertura del Programa.

Regiones

- Para la versión del Dakar 2010, la cual consiste en siete las etapas de la carrera en Chile, incluyendo las regiones de Iquique, Antofagasta, Atacama, Coquimbo y Región Metropolitana, se espera realizar un trabajo coordinado entre los organismos que promocionan al país en el exterior, generando acciones de promoción en el punto de partida y término del Rally en Buenos Aires. Se habilitarán espacios de promoción de Chile en todos los Bivouac del territorio nacional, y se contratarán auspicios de Chile a los pilotos nacionales más destacados y con mayor proyección en la carrera.
- Se espera obtener una ganancia directa de MM \$800.- diarios para el sector turístico y para los servicios asociados a este evento. Además, se proyecta ser vistos por unos 250 millones de telespectadores de todo el mundo.
- Se espera posicionar definitivamente la Feria Vyva en la agenda internacional de Ferias en Latinoamérica, asegurando un 15% más de países participantes del evento y un incremento del 20% en las visitas de público y profesionales del turismo.

4. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2009
- Anexo 5: Compromisos Gubernamentales
- Anexo 6: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas
- Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2009
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo
- Anexo 9: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional
- Anexo 10: Propuestas Fondo de Modernización de la Gestión Pública (propuestas 2008)

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas

- 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 de lucro, cuyo objetivo sea la promoción turística de Chile en el extranjero, 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.
- D.S N° 232, de 2006, del Ministerio de Economía Fomento y Reconstrucción aprueba Reglamento para aplicación del artículo 5 N° 22, del DL N° 1224, de de 1975.
- Decreto Fuerza Ley N° 29 (18.834), de 1990, actualizado marzo de 2005.
- Ley Orgánica Constitucional 18.575 Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado.
- Ley 19.880 Ley de Bases de los Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado.
- Ley 19.886 Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.
- Ley 19.882 Regula nueva Política de Personal de los Funcionarios Públicos.
- Ley 19.863 Sobre Remuneraciones de Autoridades de gobierno y cargos críticos de la Administración Pública.
- Ley 20.088 Que establece como obligatoria la declaración jurada de patrimonio de bienes a ciertas autoridades que ejercen una función pública.
- Ley 19.628 Sobre protección de la vida privada.

- Ley 19.862 Que establece requisitos de las personas jurídicas receptoras de fondos públicos.
- Ley Orgánica Constitucional 19.175 Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional.
- Ley 20.407 Presupuesto del Sector Público.
- Decreto Ley 1.263 Que fija la Ley Orgánica de la Administración Financiera del Estado.
- Decreto 250 Reglamento de la Ley N° 19.886.
- Resolución 1.600 Fija Normas sobre exención del trámite de toma de razón.

- Misión Institucional

Fomentar y consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país, estimulando y coordinando el trabajo público privado, promoviendo y desarrollando el turismo interno y receptivo con estándares de calidad sustentados en las normas chilenas, implementando programas especiales que contribuyan a la consolidación de la oferta y demanda turística, que permitan la accesibilidad del turismo a la ciudadanía, aportando al desarrollo económico y social del país

- Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2009

Número	Descripción
1	<p>Programa de Promoción Turística: M\$ 3.359.461, presenta un incremento de un 19,06%</p> <p>Por cada peso puesto por el sector público, el sector privado aporta igual monto.</p> <p>Para el año 2009 se espera lograr 2,7 millones de llegadas de turistas y percibir cerca de 2.100 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas.</p>
2	<p>Apoyo al desarrollo del turismo interno a través de los Programas Vacaciones Tercera Edad, Giras de Estudio y Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno:</p> <p>a) Programa Vacaciones Tercera Edad: M\$ 3.423.583, presenta un incremento de un 3,63%</p> <p>Noveno período contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 34.000 beneficiarios, de los cuales 10.000 serán destinados para cupos sociales (Subsidio 80%) y 24.000 para cupos normales (Subsidio 40%). • Incremento de 2.000 beneficiarios. • Ocupación de 200.000 noches camas en la industria turística, en temporadas media y baja. • Mantener los 15 destinos.

Número	Descripción
	<p>b) Programa Giras de Estudio: M\$ 1.130.757, presenta un incremento de un 13,36%</p> <p>Segundo período contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de 1.044 beneficiarios • Ocupación de 58.460 noches camas en la industria turística, en temporadas media y baja. • Mantener los 3 destinos • 11.692 beneficiarios, de los cuales son 10.895 estudiantes y 797 profesores (Subsidio para jóvenes de 75% del costo del paquete y para profesores 100%) • Sumar un destino a los 4 existentes. <p>c) Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno: M\$ 490.644, Nuevo Programa.</p> <p>Objetivos: disminuir la concentración estacional y geográfica de la oferta turística interna.</p> <p>Componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Mercado • Desarrollo de Productos • Estrategia Comunicacional <p>Contempla la realización de estudios y actividades de coordinación con el sector privado para generar un "empaquetamiento" de la oferta turística interna, de manera de hacer más atractivo al turista nacional viajar dentro del territorio, junto con ello, incluye recursos para acciones de promoción en esta línea.</p>

- Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Impulsar el desarrollo de la oferta turística en el país, mediante la ejecución del Programa de Fomento al Turismo que consiste en el Desarrollo de nuevos destinos, en el Fortalecimiento de la Institucionalidad turística pública y en Apoyar el desarrollo de la competitividad empresarial turística.
2	Promover e impulsar el turismo interno y receptivo, fortaleciendo la marca turística Chile.
3	Fortalecimiento de los programas de turismo social para contribuir al desarrollo de la actividad turística e incrementar el acceso al turismo de la población.
4	Fomentar el desarrollo integral de la gestión territorial, a través de la aplicación de instrumentos que contribuyan a la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos turísticos y del trabajo público privado.
5	Generar información de calidad, pertinente y accesible para contribuir a la orientación del consumo y al desarrollo de la industria.

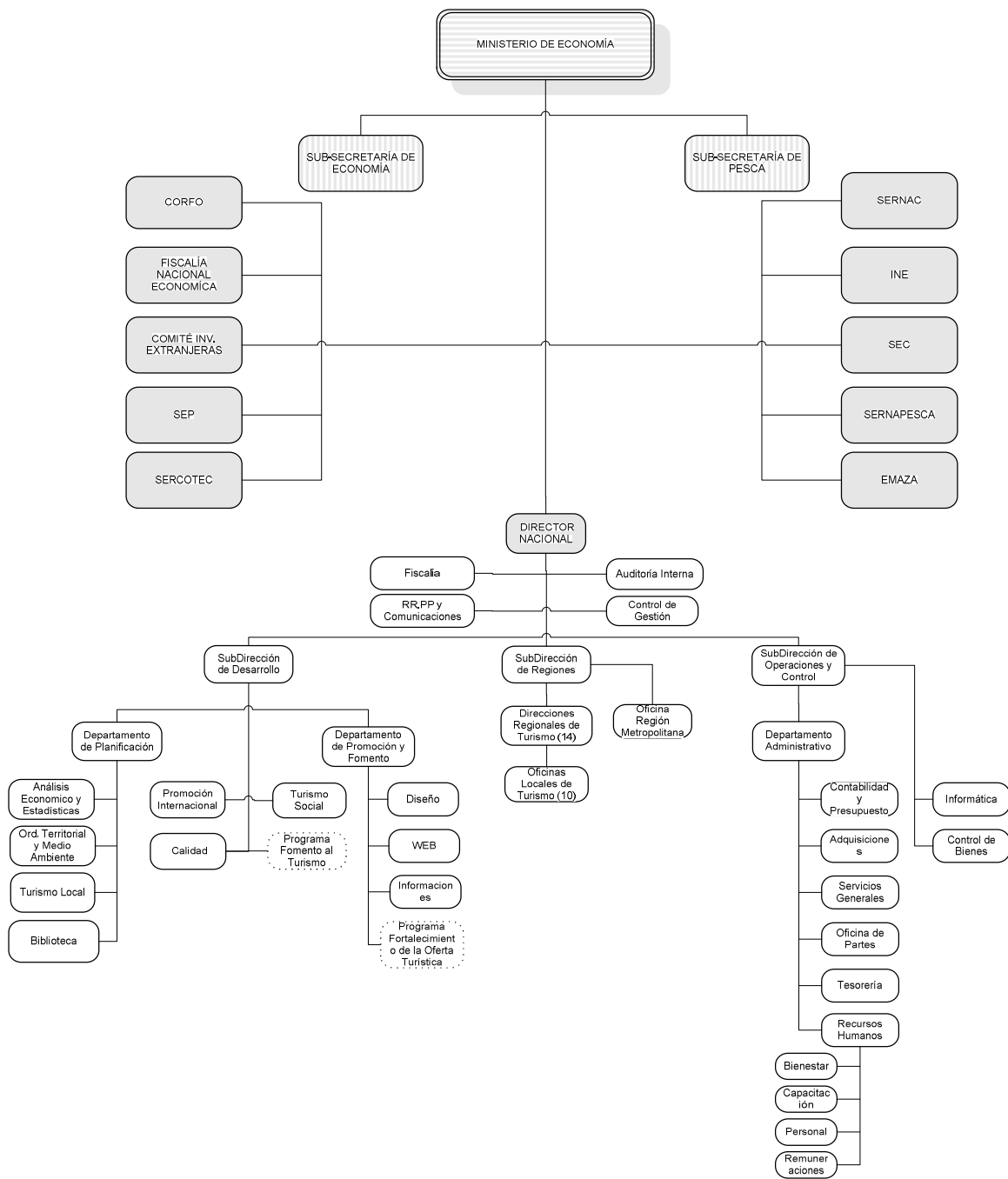
- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<p><u>Información Sectorial</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Información Turística • Información especializada en turismo <ul style="list-style-type: none"> - Información cuantitativa y cualitativa • Documentación Técnica 	1,2,4,5
2	<p><u>Promoción del turismo a nivel internacional</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Participación en actividades de difusión • Realización de actividades de promoción 	2,5
3	<p><u>Turismo Interno</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas especiales para distintos segmentos de la población <ul style="list-style-type: none"> - Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida - Turismo Juvenil • Investigación de Mercado • Desarrollo de productos • Estrategias comunicacionales 	2,3,4,5
4	<p><u>Desarrollo sustentable de la oferta turística</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenamiento territorial • Desarrollo de destinos turísticos <ul style="list-style-type: none"> - Coordinación Público Privado - Diseño de planes de desarrollo turístico de los destinos - Difundir e incentivar a los servicios turísticos para la implementación y certificación de normas de Calidad Turística - Coordinar la creación y participación para la generación de normas de calidad • Informes de estudios y/o declaratorias del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental 	1,4,5

- 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 y consultores ISO 9001.
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	Organizaciones relacionadas con personas con capacidad disminuida.
13	Municipalidades.

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



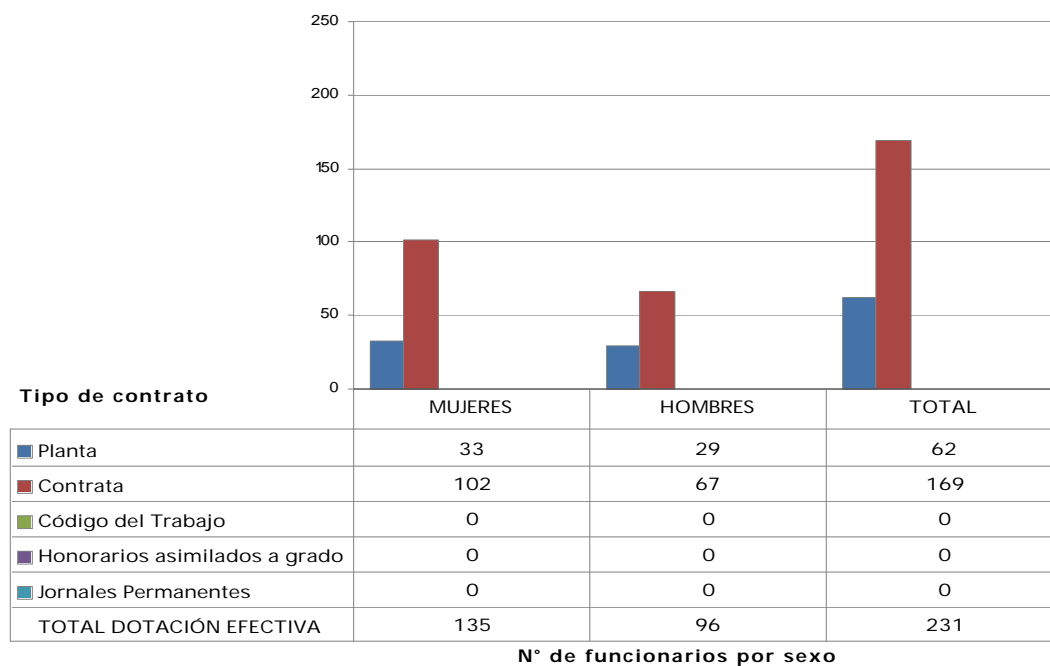
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Oscar Santelices Altamirano
Subdirectora de Desarrollo	Javiera Montes Cruz
Subdirectora de Regiones	Fernada Noriega Berríos
Subdirector de Operaciones y Control	Mauricio Silva Norambuena
Fiscal	Marie Claude Plumer Bodin
Jefa Departamento de Planificación(S)	Cecilia Arias de Pol
Jefe Departamento de Promoción y Fomento(S)	Sergio Nanjarí
Jefa Departamento Administrativo	Alejandra Vargas Bustos
Encargado Unidad Auditoría Interna	César Espejo
Encargada Unidad RRPP y Comunicaciones	Jacqueline Tichauer
Encargada Nacional Programas Turismo Social	Francisca Retamal
Encargado Nacional de Sistema de Certificación de Calidad de Servicios Turísticos	Claudio Loader

Anexo 2: Recursos Humanos

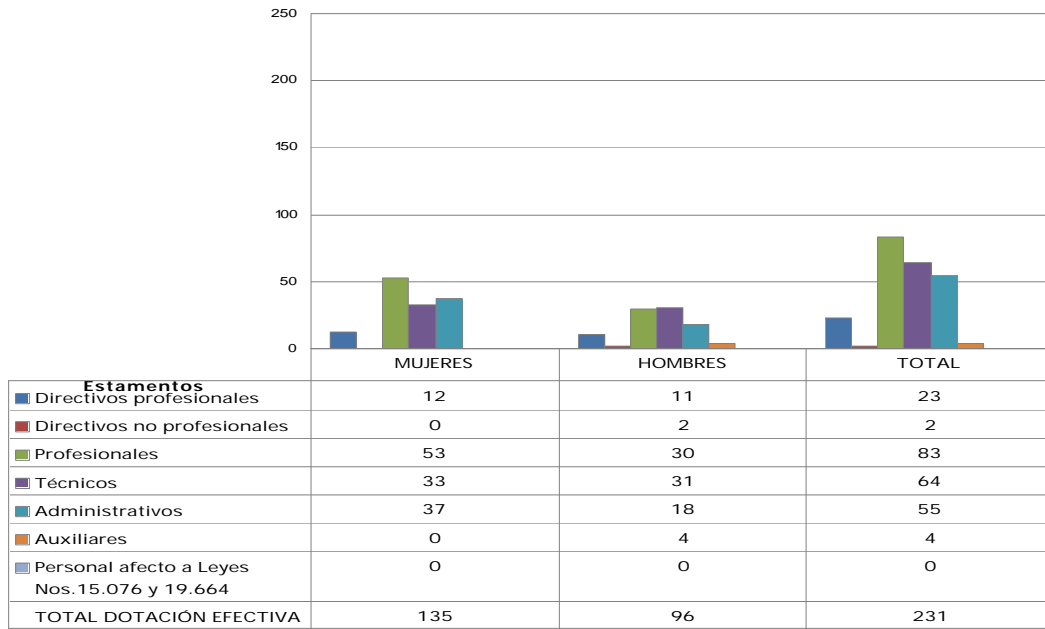
a) Dotación de Personal

- Dotación Efectiva año 2009⁵ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)



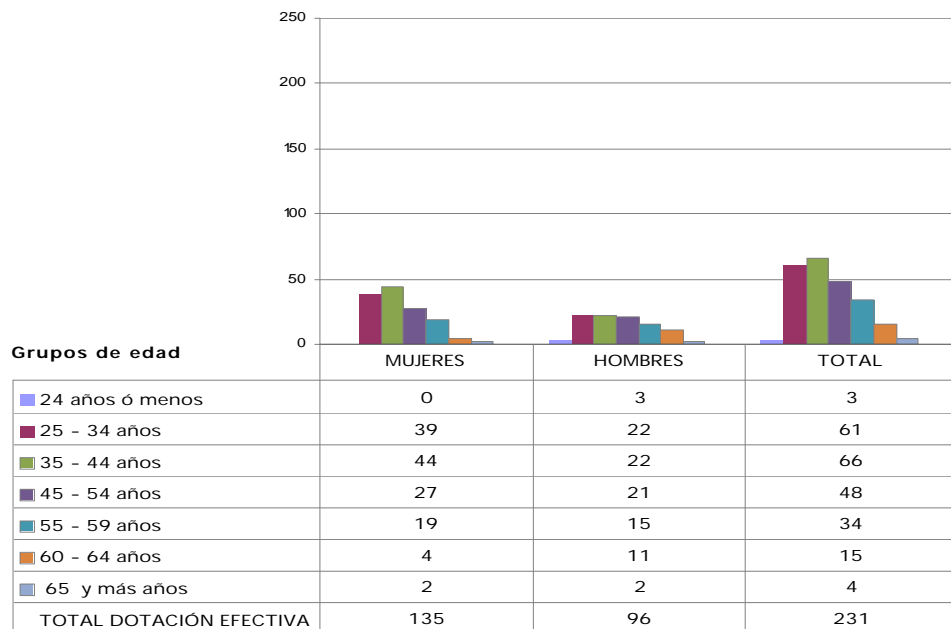
⁵ Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes Nos 15.076 y 19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2009. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

- Dotación Efectiva año 2009 por Estamento (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

- Dotación Efectiva año 2009 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁶		Avance ⁷	Notas
		2008	2009		
1. Días No Trabajados Promedio Mensual Número de días no trabajados por funcionario.	$(N^{\circ} \text{ de días no trabajados año } t/12)/\text{Dotación Efectiva año } t$	1.7	1.8	94.4	1
2. Rotación de Personal					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año } t/ \text{Dotación Efectiva año } t) *100$	18.7	8.2	228	1
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
• Funcionarios jubilados	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios Jubilados año } t/ \text{Dotación Efectiva año } t)*100$	2.6	0.4	15.4	2
• Funcionarios fallecidos	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios fallecidos año } t/ \text{Dotación Efectiva año } t)*100$	0	0	0	3
• Retiros voluntarios					
○ con incentivo al retiro	$(N^{\circ} \text{ de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año } t/ \text{Dotación efectiva año } t)*100$	0	0	0	1
○ otros retiros voluntarios	$(N^{\circ} \text{ de retiros otros retiros voluntarios año } t/ \text{Dotación efectiva año } t)*100$	15.5	7.8	198.7	1
• Otros	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t/ \text{Dotación efectiva año } t)*100$	0.5	0.43	125.0	1
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$N^{\circ} \text{ de funcionarios ingresados año } t/ N^{\circ} \text{ de funcionarios en egreso año } t$	1.3	2.6	50	1

6 La información corresponde al período Enero 2008 - Diciembre 2008 y Enero 2009 - Diciembre 2009.

7 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, considerar el sentido de los indicadores (ascendente o descendente) previamente establecido y señalado en las instrucciones.

Cuadro 1 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁶		Avance ⁷	Notas
		2008	2009		
3. Grado de Movilidad en el servicio					
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	8.3	0	0	2
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios a contrata.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año t}) / (\text{Contrata Efectiva año t}) * 100$	1.5	12.4	826.7	2
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	48.5	113.9	234.8	2
4.2 Porcentaje de becas ⁸ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	0	0	0	2
4.3 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas para Capacitación año t} / \text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t})$	16.2	2.9	17.9	2
5. Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t} / 12) / \text{Dotación efectiva año t}$	1.7	1.4	121.4	1
6. Evaluación del Desempeño⁹					
Distribución del personal de acuerdo a los resultados de las calificaciones del personal.	Porcentaje de Funcionarios en Lista 1	99.4	99.57	100.2	2
	Porcentaje de Funcionarios en Lista 2	0.6	0.43	66.7	1
	Porcentaje de Funcionarios en Lista 3				
	Porcentaje de Funcionarios en Lista 4				

Notas:

1: Indicador de tipo descendente

2: Indicador de tipo ascendente

3: Indicador de tipo neutro

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

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

Anexo 3: Recursos Financieros

a) Recursos Presupuestarios

Cuadro 2 Recursos Presupuestarios 2009			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto M\$	Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	14.158.281	Corriente ¹⁰	12.500.549
Endeudamiento ¹¹	0	De Capital ¹²	207.979
Otros Ingresos ¹³	2.105.136	Otros Gastos ¹⁴	3.554.889
TOTAL	16.263.417	TOTAL	16.263.417

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

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

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

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

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

b) Resultados de la Gestión Financiera

Cuadro 3				
Ingresos y Gastos devengados año 2008 – 2009 y Ley de Presupuestos 2010				
Denominación	Monto Año 2008 M\$ ¹⁵	Monto Año 2009 M\$	Monto Ley de Presupuestos año 2010	Notas
INGRESOS	10.425.616	14.511.997	18.329.996	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	-	0	0	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	173.490	348.713	136.619	1
RECUPERACIONES Y REEMBOLSOS POR LICENCIAS MEDICAS	64.433	88.947	45.269	
OTROS	109.057	259.766	91.350	
APORTE FISCAL	10.248.345	14.158.281	15.359.482	2
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	3.781	4.133	3.553	
VEHÍCULOS	3.781	4.133	3.553	
RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS	2.028	870		
ENDEUDAMIENTO	-	0	2.829.342	3
ENDEUDAMIENTO EXTERNO	-	0	2.829.342	
SALDO INICIAL DE CAJA	-	0	1000	
GASTOS	11.706.685	15.208.856	18.329.996	
GASTOS EN PERSONAL	3.040.662	3.997.804	4.313.516	4
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	1.117.052	1.711.431	2.453.468	5
PRESTACIÓN DE SEGURIDAD SOCIAL	97.920	0	0	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	5.818.317	8.705.936	10.446.950	6
AL SECTOR PRIVADO	5.705.076	8.646.756	10.125.315	
PROGRAMA DE PROMOCION TURÍSTICA	2.653.148	3.012.859	3.409.853	
PROGRAMA VACACIONES TERCERA EDAD	2.101.211	4.235.396	3.934.956	
PROGRAMA GIRAS DE ESTUDIO	950.717	910.257	1.805.942	
PROGRAMA FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA TURISTICA PARA EL MERCADO INTERNO		488.244	497.942	
PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO			476.622	
AL GOBIERNO CENTRAL			0	
PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO - CONAMA (SENDERO DE CHILE)			0	
A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS	113.241	59.180	321.635	
PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO	113.241	59.180	321.635	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	121.264	252.983	192.366	
VEHÍCULOS	50.275	39.463	29.159	
MOBILIARIO Y OTROS	27.975	24.798	18.270	

¹⁵ La cifras están expresadas en M\$ del año 2009.

Cuadro 3				
Ingresos y Gastos devengados año 2008 – 2009 y Ley de Presupuestos 2010				
Denominación	Monto Año 2008 M\$ ¹⁵	Monto Año 2009 M\$	Monto Ley de Presupuestos año 2010	Notas
MAQUINAS Y EQUIPOS		13.430	0	
EQUIPOS INFORMATICOS	32.729	95.717	40.600	
PROGRAMAS INFORMATICOS	10.285	79.575	104.337	
TRANSFERENCIAS DE CAPITAL			909.428	7
AL GOBIERNO CENTRAL			363.358	
PROGRAMA AL FOMENTO DE TURISMO MOP			363.358	
A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS			546.070	
PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO			546.070	
PRESTAMOS		0		
ANTICIPO POR CAMBIO DE RESIDENCIA	1.963	0		
SERVICIO DE LA DEUDA	1.609.390	540.702	14.268	8
INERESES DEUDA EXTERNA				
OTROS GASTOS FINANCIEROS DEUDA EXTERNA			14.268	
DEUDA FLOTANTE	1.609.390	540.702	-	
SALDO FINAL DE CAJA	-	0	0	
RESULTADO DEL EJERCICIO	-1.281.069	-696.859		

1. Respecto a los ingresos devengados años 2008 y 2009 en el subtítulo 08 "Otros Ingresos Corrientes", corresponden a recuperación de subsidio por incapacidad laboral, así como también a ingresos provenientes de rendiciones presentadas por la Corporación de Promoción Turística, y de ingresos por concepto de reintegros, y arriendos de bienes muebles.
2. Entre los años 2008 y 2009 se refleja un aumento en el aporte fiscal, principalmente por el incremento en el presupuesto de gasto para los Programas de Promoción, Vacaciones Tercera Edad, Programa Giras de Estudio e incorporación del Programa de Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno.
3. El presente año se tomará un crédito con el BID, con el objeto de financiar un Programa de Fomento de Turismo a través del Subtítulo 24 03 Transferencias a otras Entidades Públicas.
4. Entre los años 2008 y 2009 se refleja un aumento en el presupuesto de Gasto en Personal, debido a la incorporación de 38 cargos honorarios a la Contrata.
5. El incremento de este Subtítulo en la Ley de Presupuesto del año 2009, corresponde a los recursos contemplados para la ejecución de Programa de Fomento de Turismo.
6. En el subtítulo 24 Transferencias Corrientes, el gasto devengado de los años 2008 y 2009 así como también la Ley de Presupuesto año 2010 se ve incrementada, debido a la incorporación del Programa de Fomento de Turismo, así como también al aumento de recursos para los Programas de Promoción Turística, Giras de Estudio y Programa de Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno.
7. Convenio con Banco no fue firmado, por lo cual no fue posible ejecutar esta transferencia, cuya fuente de financiamiento era crédito BID.
8. El incremento de este Subtítulo en la Ley de Presupuesto del año 2010, corresponde a los recursos contemplados para la ejecución de Programa de Fomento de Turismo.

b) Comportamiento Presupuestario año 2009

Cuadro 4						
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2009						
Subt.	Ítem	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial[1] (M\$)	Presupuesto Final[2] (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)
			INGRESOS	15.844.715	17.732.327	14.511.127
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	0	15.814	0
	01		DEL SECTOR PRIVADO ADMINISTRADORA DE FONDO	0	15.814	0
	02		DEL GOBIERNO REGIONAL	0	0	0
		003	SUBSECRETARIA DE BIENES NACIONALES	74.576	74.576	0
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	55.224	307.330	348.713
	01		RECUPERACIONES Y REEMBOLSOS POR LICENCIAS MEDICAS	42.480	48.516	88.947
	99		OTROS	12.744	258.814	259.766
09			APORTE FISCAL	12.249.642	14.730.953	14.158.281
	01		LIBRE	12.176.970	14.730.953	14.158.281
	05		SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA	72.672	72.672	0
10			VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	4.009	4.009	4.133
	03		VEHÍCULOS	4.009	4.009	4.133
12			RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS	0	0	0
	07		POR ANTICIPO DE CAMBIO DE RESIDENCIA	0	0	0
	10		INGRESOS POR PERCIBIR	0	0	0
14			ENDEUDAMIENTO	3.535.640	922.735	0
	02		ENDEUDAMIENTO EXTERNO	3.535.640	922.735	0
15			SALDO INICIAL DE CAJA	200	1.751.486	0
			GASTOS	15.844.715	17.732.327	15.208.856
21			GASTOS EN PERSONAL	3.659.751	4.032.682	3.997.804
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.952.342	2.107.926	1.711.431
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	118.830	0
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTE	7.979.055	9.026.342	8.705.936
	01		AL SECTOR PRIVADO	7.624.093	8.682.250	8.646.756
		131	PROGRAMA DE PROMOCION TURÍSTICA	3.359.461	3.039.461	3.012.859
		132	PROGRAMA VACACIONES TERCERA EDAD	2.861.981	4.240.138	4.235.395
		133	PROGRAMA GIRAS DE ESTUDIO	912.007	912.007	910.257
		134	PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA TURISTICA PARA EL MERCADO INTERNO	490.644	490.644	488.245
	02		AL GOBIERNO CENTRAL	91.430	88.630	0
			PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO CONAMA (Sendero de Chile)	91.430	88.630	0
	03		A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS	263.532	255.462	59.180

Cuadro 4						
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2009						
Subt.	Ítem	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial[1]	Presupuesto Final[2]	Ingresos y Gastos Devengados
				(M\$)	(M\$)	(M\$)
		005	PROGRAMA DE FOMENTO AL TURISMO	263.532	255.462	59.180
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	320.383	310.571	252.983
	03		VEHÍCULOS	41.524	39.464	39.463
	04		MOBILIARIO Y OTROS	18.054	24.988	24.798
	05		MÁQUINAS Y EQUIPOS	12.001	13.934	13.430
	06		EQUIPOS INFORMATICOS	113.510	96.034	95.717
	07		PROGRAMAS INFORMATICOS	135.294	136.151	79.575
32			PRESTAMOS		0	0
33			TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	860.512	1.274.987	
	01		AL SECTOR PRIVADO	0	414.475	0
	02		AL GOBIERNO CENTRAL	860.512	860.512	0
		001	PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO MOP	860.512	860.512	0
34			SERVICIO DE LA DEUDA	72.672	613.374	540.702
	04		INTERES DEUDA EXTERNA	32.229	32.229	0
	06		OTROS GASTOS FINANCIEROS DEUDA EXTERNA	40.443	40.443	0
	07		DEUDA FLOTANTE	0	540.702	540.702
35			SALDO FINAL DE CAJA	0	247.615	0
			RESULTADO	0	0	-697.729

d) Indicadores de Gestión Financiera

Cuadro 5 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ¹⁶			Avance ¹⁷ 2009/ 2008	Notas
			2007	2008	2009		
Porcentaje de decretos modificatorios que no son originados por leyes	$[\text{N}^\circ \text{ total de decretos modificatorios} - \text{N}^\circ \text{ de decretos originados en leyes}^{18} / \text{N}^\circ \text{ total de decretos modificatorios}] * 100$		25	53.33	50.00	106.67	1
Promedio del gasto de operación por funcionario	$[\text{Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)} / \text{Dotación efectiva}^{19}]$		20.733	21.115	23.988	88.02	2
Porcentaje del gasto en programas del subtítulo 24 sobre el gasto de operación	$[\text{Gasto en Programas del subt. 24}^{20} / \text{Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)}] * 100$		160	140	152	91.77	3
Porcentaje del gasto en estudios y proyectos de inversión sobre el gasto de operación	$[\text{Gasto en estudios y proyectos de inversión}^{21} / \text{Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)}] * 100$		0	0	0	0	

1. Durante el año 2009, hubo doce modificaciones presupuestarias, de las cuales, seis correspondían a reajustes y otras Leyes.
2. El año 2009 refleja un aumento en el gasto en personal, respecto de los años anteriores debido a la contratación de personal en calidad de suplente, no reflejado en la dotación efectiva, así como también debido a incremento en la dotación de personal a 238, cuya dotación efectiva fue de 230.
3. Para el ejercicio 2009 se contó con una mayor cantidad de recursos para financiar programas del subtítulo 24, razón por la cual se refleja un aumento en el porcentaje respecto de los años anteriores y respecto al gasto de operación, por lo que dicho indicador se evalúa positivamente para la gestión del servicio.

16 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2009.

17 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.

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

19 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilados 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.

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

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

e) Transferencias Corrientes²²

Cuadro 6 Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2009 ²³ (M\$)	Presupuesto Final 2009 ²⁴ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ²⁵	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	7.624.093	8.682.250	8.646.755	35.495	
Gastos en Personal	294.409	287.749	258.924	28.825	
Bienes y Servicios de Consumo	40.372	47.038	43.983	3.055	
Inversión Real	0	0	0	0	
Otros	7.289.312	8.347.463	8.343.848	3.615	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS	354.962	344.092	59.180	284.912	
Gastos en Personal	0	0	0	0	
Bienes y Servicios de Consumo	0	0	0	0	
Inversión Real	0	0	0	0	
Otros[4]	354.962	344.092	59.180	284.912	-
TOTAL TRANSFERENCIAS	7.979.055	9.026.342	8.705.935	320.407	

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

23 Corresponde al aprobado en el Congreso.

24 Corresponde al vigente al 31.12.2009.

25 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2009

- Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2009

Cuadro 7										
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2009										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta "	Cumple SI/NO ²⁶	% Cumplimiento ²⁷	Notas
				2007	2008	2009	2009			
Turismo Interno	Tasa de variación de adultos mayores que participan en el Programa Vacaciones Tercera Edad	$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ adultos mayores participantes del Programa Vacaciones Tercera Edad año } t}{\text{N}^\circ \text{ adultos mayores participantes del Programa Vacaciones Tercera Edad año } t-1} - 1 \right) * 100$	%	7.1%	18.6%	46.3%	17.8%	SI	260%	5
				$\left(\frac{20957.0}{19572.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{24858.0}{20957.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{36370.0}{24858.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{26000.0}{22068.0} - 1 \right) * 100$			
				H: 2.8	H: 12.8	H: 45.5	H: 17.9			
				$\left(\frac{5527.0}{5375.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{6235.0}{5527.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{9072.0}{6235.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{6866.0}{5826.0} - 1 \right) * 100$			
				M: 31.2	M: 20.7	M: 46.6	M: 17.8			
	Enfoque de Género: Sí	Hombres:		$\left(\frac{18623.0}{14197.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{18623.0}{15430.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{27298.0}{18623.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{19134.0}{16242.0} - 1 \right) * 100$			
		Mujeres:		$\left(\frac{18623.0}{14197.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{18623.0}{15430.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{27298.0}{18623.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{19134.0}{16242.0} - 1 \right) * 100$			
Turismo Interno	Tasa de variación de beneficiarios que participan en el Programa Gira de Estudio	$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ beneficiarios participantes Programa Gira de Estudio año } t}{\text{N}^\circ \text{ beneficiarios participantes Programa Gira de Estudio año } t-1} - 1 \right) * 100$	%	N.C.	107.1%	-9.0%	-10.9%	SI	122%	6
	Enfoque de Género: No				$\left(\frac{10471.0}{5056.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{9533.0}{10471.0} - 1 \right) * 100$	$\left(\frac{9328.0}{10471.0} - 1 \right) * 100$			

²⁶ Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2009 es igual o superior a un 95% de la meta.

²⁷ Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2009 en relación a la meta 2009.

Cuadro 7

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2009

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2009	Cumple SI/NO ²⁶	% Cumplimiento ²⁷	Notas
				2007	2008	2009				
Turismo Interno	Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Gira de Estudio como "Satisfactorio" o "Muy satisfactorio"	(N° beneficiarios que califica el Programa como Satisfactorio o Muy Satisfactorio/N° total de beneficiarios encuestados)*100	%	0.00% (0.00/0.00)*100	99.68% (311.00/312.00)*100	98.36% (419.00/426.00)*100	85.50% (342.00/400.00)*100	SI	115%	
	Enfoque de Género: No									
Turismo Interno	Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en el Programa Giras de Estudio	(N° de noches camas utilizadas por el Programa Gira de Estudio /Total de noches camas disponibles en temporada baja y media en los establecimientos de alojamiento turístico participantes en el Programa)*100	%	N.C.	40.8% (52355.0/128450.0)*100	25.6% (47665.0/186499.0)*100	23.1% (46640.0/202050.0)*100	SI	111%	
	Enfoque de Género: No									
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	%	47.5% (4234915.0/8921120.0)*100	52.5% (2682332.0/5112607.0)*100	51.1% (3134178.313.0/6131484269.0)*100	51.0% (2600000.0/5100000.0)*100	SI	100%	
	Enfoque de Género: No									

Cuadro 7										
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2009										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2009	Cumple SI/NO ²⁶	% Cumplimiento ²⁷	Notas
				2007	2008	2009				
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	%	97.99% (391.00/399.00)*100	99.01% (400.00/404.00)*100	97.12% (505.00/520.00)*100	85.50% (342.00/400.00)*100	SI	114%	
	Enfoque de Género: Si	Hombres: Mujeres:		H: 99.06 (315.00/318.00)*100 M: 97.53 (79.00/81.00)*100	H: 98.41 (62.00/63.00)*100 M: 99.12 (338.00/341.00)*100	H: 97.76 (131.00/134.00)*100 M: 96.89 (374.00/386.00)*100	H: 85.00 (85.00/100.00)*100 M: 85.67 (257.00/300.00)*100			
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	%	12.78% ((1707.70/1514.20)-1)*100	11.97% ((2020.00/1804.00)-1)*100	-8.42% ((1859.50/2030.50)-1)*100	3.96% ((2100.00/2020.00)-1)*100	NO	-47%	1
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Norte	((N° de turistas provenientes de América del Norte ingresados al país año t/N° de turistas provenientes de América del Norte ingresados al país año t-1)-1)*100	%	4.5% ((292125.0/279545.0)-1)*100	3.9% ((301678.0/290413.0)-1)*100	-12.7% ((263500.0/301678.0)-1)*100	-1.7% ((295000.0/300000.0)-1)*100	NO	13%	2
	Enfoque de Género: No									

Cuadro 7

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2009

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2009	Cumple SI/NO ²⁶	% Cumplimiento ²⁷	Notas
				2007	2008	2009				
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de Europa	$((N^{\circ} \text{ de turistas provenientes de Europa ingresados al país año } t/N^{\circ} \text{ de turistas provenientes de Europa ingresados al país año } t-1)-1)*100$	%	8.0% ((412104.0/381578.0)-1)*100	1.5% ((422123.0/415844.0)-1)*100	-10.0% ((380000.0/422123.0)-1)*100	-2.3% ((420000.0/430000.0)-1)*100	NO	23%	3
	Enfoque de Género: No									
Promoción del turismo a nivel internacional	Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Sur	$((N^{\circ} \text{ de turistas provenientes de America del Sur ingresados al país año } t/N^{\circ} \text{ de turistas provenientes de America del Sur ingresados al país año } t-1)-1)*100$	%	16.0% ((1686244.0/1453659.0)-1)*100	11.0% ((1832600.0/1651089.0)-1)*100	6.1% ((1945000.0/1832866.0)-1)*100	3.7% ((1825000.0/1760000.0)-1)*100	SI	166%	4
	Enfoque de Género: No									
Promoción del turismo a nivel internacional	Porcentaje de turistas provenientes de mercados abordados anualmente por la CPT del total de turistas ingresados al país en el año	$(\text{Número de turistas provenientes de mercados abordados por la CPT año } t/\text{Total de turistas ingresados al país año } t)*100$	%	85.34% (1916264.00/2245576.00)*100	94.74% (2556401.00/2698393.00)*100	95.42% (2588500.00/2712753.00)*100	91.02% (2494000.00/2740000.00)*100	SI	105%	
	Enfoque de Género: No									

Cuadro 7

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2009

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2009	Cumple SI/NO ²⁶	% Cumplimiento ²⁷	Notas
				2007	2008	2009				
Turismo Interno	Porcentaje de noches cama utilizadas por el Programa Vacaciones Tercera Edad del total de noches cama disponibles en temporada baja y media en los establecimientos de alojamiento turístico participantes en el programa	(Noches cama utilizadas por el Programa Vacaciones Tercera Edad /Total de noches cama disponibles en temporada baja y media en los establecimientos de alojamiento turístico participantes en el programa)*100	%	29.0% (138059.0/476106.0)*100	25.1% (161360.0/642789.0)*100	22.5% (237281.0/1056094.0)*100	21.1% (156000.0/740000.0)*100	SI	107%	
	Enfoque de Género: No									
Información Sectorial	Porcentaje de usuarios/as satisfechos/as con la calidad de la atención en las Oficinas de Información Turística (OIT)	(Número de usuarios/as que califica la calidad de la atención como "Satisfactoria" o "Muy satisfactorio"/Número total de usuarios/as encuestados/as)*100	%	86.8% (224.0/258.0)*100	93.7% (6231.0/6652.0)*100	99.2% (1933.0/1949.0)*100	90.0% (3658.0/4066.0)*100	SI	110%	
	Enfoque de Género: Sí	Hombres: Mujeres:		H: 48.1 (124.0/258.0)*100 M: 51.9 (134.0/258.0)*100	H: 93.3 (3119.0/3343.0)*100 M: 94.1 (3112.0/3309.0)*100	H: 99.2 (988.0/996.0)*100 M: 99.2 (945.0/953.0)*100	H: 90.0 (1836.0/2041.0)*100 M: 90.0 (1822.0/2025.0)*100			

Cuadro 7										
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2009										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2009	Cumple SI/NO ²⁶	% Cumplimiento ²⁷	Notas
				2007	2008	2009				
Desarrollo sustentable de la oferta turística	Porcentaje de servicios turísticos certificados voluntariamente del total de servicios turísticos comprometidos en Plan Anual para la Certificación en Normas de Calidad	(Número de Servicios Turísticos Certificados Voluntariamente /Total de Servicios Turísticos comprometidos en Plan Anual para la Certificación en Normas de Calidad)*100	%	66.7% (20.0/30.0)*100	1.2% (3.0/250.0)*100	86.0% (86.0/100.0)*100	90.0% (90.0/100.0)*100	SI	96%	
	Enfoque de Género: No									

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio:	83 %
Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas:	17 %
Porcentaje de cumplimiento global del servicio:	100 %

Notas:

1.- De acuerdo ejercicio presupuestario del año 2009 y por indicaciones de la Dipres, el Programa contempló el desarrollo de la extensión de la temporada anterior y contemplo a todos los beneficiarios adultos mayores viajados durante el año 2009 de acuerdo al ejercicio presupuestario, ello es la extensión octava temporada y la novena temporada, ampliando de esta forma el período final que contiene el número de beneficiarios. Otra situación que permitió alcanzar la cifra señalada, es que por primera vez se realizó una renovación de contrato con la empresa adjudicataria. Lo anterior, ya que las bases de licitación de la octava temporada permitían realizar esta acción, siendo tomada razón por la Contraloría General de la República. Ello implicó una importante disminución en los plazos, haciendo que por primera vez la temporada comenzara el 4 de mayo, a diferencia del año anterior donde comenzó el 28 de junio, es decir, 55 días antes, ampliando el período para la comercialización, venta y realización de los viajes.

6.- El porcentaje de cumplimiento corresponde a un 121.65%, debido a que el porcentaje de la meta es un valor negativo y el valor obtenido es mayor al programado (meta 9328 y valor efectivo 9533), por lo cual corresponde a un sobre cumplimiento y las razones de este se deben a que la ejecución 2009 contempló el desarrollo de la extensión de la segunda temporada y el desarrollo de la tercera temporada, instancias en la que se trasladaron a 177 y 9.356 personas respectivamente, sumando 9.533, es decir, 205 personas más que las establecidas para la meta anual. Esto, ya que por primera vez la contabilización de los pasajeros viajados se realizó considerando la ejecución total del Programa durante el año 2009, con el fin de reportar la ejecución efectiva del Programa asociada a la entrega anual de recursos.

1.- El porcentaje de cumplimiento corresponde a un -47.03%, las razones de No Cumplimiento se encuentran dentro de los supuestos del indicador y estas son: Durante el 2009 la severa crisis económica mundial afectó seriamente el empleo y por ende las decisiones de gasto de los hogares, se reflejó en una contracción de la demanda, especialmente por bienes suntuarios como el turismo. A lo anterior, el resultado de este indicador se explica también por la influencia negativa que tuvo la gripe A H1N1 en la decisión de los individuos y familias para viajar fuera de sus países. Finalmente, puede señalarse que el incumplimiento de la meta en este indicador se debe a la disminución general que tuvo la actividad turística en el mundo, que según cifras de la OMT alcanzarían un nivel de contracción de entre -9,0% y -10,0%.










2.- El porcentaje de cumplimiento corresponde a un 13.43%, las razones de No Cumplimiento se encuentran dentro de los supuestos del indicador y estas son: Las consecuencias de la crisis económica que afectó la decisión de consumo en el bien turismo, de los hogares y los individuos

provenientes del mercado norteamericano. En el caso de Estados Unidos, el crecimiento estimado para el año 2009 es de -2,7% y el desempleo llegó en noviembre a una tasa del -10% que representa un aumento de un 3,2% en comparación al mismo período del 2008. En México, el PIB ha caído en los primeros nueve meses del año en un -8,1%, a octubre tienen una tasa de desempleo del -8,8%. Lo anterior ha frenado fuertemente el flujo de llegadas a nuestro país de turistas provenientes de América del Norte, originando una caída de un -12,6%.

3.- El porcentaje de cumplimiento corresponde a un 23,05%, las razones de No Cumplimiento se encuentran dentro de los supuestos del indicador y estas son: Las consecuencias de la crisis económica que afectó la decisión de consumo en el bien turismo, de los hogares y los individuos provenientes del mercado europeo. En ese contexto, la llegada de turistas a Chile desde esa región ha sido de -9,8%, siendo aún más acentuada desde países como Inglaterra -15,4%, Alemania -12,1% y España -10,0%, a noviembre de 2009. En síntesis, en el escenario descrito, se refleja una caída en el número de llegadas de turistas extranjeros europeos a nuestro país, con la consiguiente disminución de los ingresos de divisas por este concepto al país.

4.- El sobre cumplimiento de la meta descrita en el indicador anterior, se explica por el aumento (por sobre la tendencia anual) de la llegada de turistas argentinos a Chile, en la temporada estival 2009. Lo anterior, se debe a la realización del evento Dakar 2009 en Argentina y Chile. Junto a esto, el aumento se explica por la naturaleza del bien turismo. Por ser un bien suntuario, el turismo de intereses especiales o de alta sofisticación (de alto costo) baja drásticamente su demanda en relación a la renta (disminuida por efecto de la crisis). Para los sudamericanos, este tipo de turismo está representado por viajes fuera del continente. Es por eso, que el consumo de turismo a nivel regional, se comporta como bien sustituto de este último, es decir, ante el escenario de crisis económica global, los turistas latinoamericanos optaron por reemplazar los viajes de turismo de larga distancia, por viajes al interior de Sudamérica, aumentando la demanda por visitar los destinos turísticos de Chile.

Anexo 5: Programación Gubernamental










Cuadro 8			
Cumplimiento Programación Gubernamental año 2009			
Objetivo ²⁸	Producto ²⁹	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ³⁰	Evaluación ³¹
Difundir el Sistema de Certificación de Calidad para los Servicios Turísticos para incentivar a la industria turística a la implementación y la certificación de estos.	Difusión del sistema de certificación para servicios turísticos	Desarrollo sustentable de la oferta turística	<p>1° Trimestre: CUMPLIDO </p> <p>2° Trimestre: CUMPLIDO </p> <p>3° Trimestre: ALTO </p> <p>4° Trimestre: CUMPLIDO </p> <p><u>Evaluación Final</u> CUMPLIDO </p>
Elaborar un Reglamento para los Servicios de Alojamiento Turístico reemplazando la normativa anterior.	Reglamento del Sistema de Calidad	Desarrollo sustentable de la oferta turística	<p>1° Trimestre: ALTO </p> <p>2° Trimestre: BAJO </p> <p>3° Trimestre: CUMPLIDO </p> <p>4° Trimestre: NO REQUIERE EVALUACIÓN</p> <p><u>Evaluación Final</u> ALTO </p>

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









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

30 Corresponden a los productos estratégicos identificados en el formulario A1 de Definiciones Estratégicas.

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

Cuadro 8			
Cumplimiento Programación Gubernamental año 2009			
Objetivo ²⁸	Producto ²⁹	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ³⁰	Evaluación ³¹
Promover e impulsar el turismo interno para fortalecer a la industria turística	Ejecución del Programa de Fortalecimiento a la Oferta Turística para el mercado interno a través de la realización de Estudios, Desarrollo de Productos, Estrategia comunicacional	Turismo Interno	1° Trimestre: CUMPLIDO  2° Trimestre: CUMPLIDO  3° Trimestre: ALTO  4° Trimestre: CUMPLIDO  Evaluación Final CUMPLIDO 
Ampliar cobertura territorial del Programa de Turismo Social "Gira de Estudios"	Aumento de 1 destino (Araucanía) y 1 ciudad de origen (Maule) del Programa de Gira de Estudio para jóvenes en edad escolar de establecimientos beneficiarios	Turismo Interno	1° Trimestre: NO REQUIERE EVALUACIÓN 2° Trimestre: CUMPLIDO  3° Trimestre: CUMPLIDO  4° Trimestre: CUMPLIDO  Evaluación Final CUMPLIDO 

Cuadro 8
Cumplimiento Programación Gubernamental año 2009

Objetivo ²⁸	Producto ²⁹	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ³⁰	Evaluación ³¹
Puesta en marcha de la primera etapa del Programa Fomento al Turismo (Sematur-BID)	Inicio de Ejecución de Proyecto Sematur-BID	Desarrollo sustentable de la oferta turística	<p>1º Trimestre: NO REQUIERE EVALUACIÓN</p> <p>2º Trimestre: BAJO </p> <p>3º Trimestre: BAJO </p> <p>4º Trimestre: NO REQUIERE EVALUACIÓN</p> <p>Evaluación Final BAJO </p>
Continuar la difusión y establecer las condiciones para la implementación y certificación de los servicios turísticos en cada una de las regiones del país.	Certificación de calidad de a lo menos 90 servicios turísticos a lo largo de todo el país	Desarrollo sustentable de la oferta turística	<p>1º Trimestre: CUMPLIDO </p> <p>2º Trimestre: MEDIO </p> <p>3º Trimestre: MEDIO </p> <p>4º Trimestre: ALTO </p> <p>Evaluación Final ALTO </p>

Anexo 6: Informe Preliminar³² de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas³³

(01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009)

Programa / Institución: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT)

Año Evaluación: 2005

Fecha del Informe: 22-01-2010

Cuadro 9	
Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas	
Compromiso	Cumplimiento
<p>3. Elaborar informe final de la evaluación de impacto del programa, incorporando recomendaciones en función de los resultados de la evaluación.</p>	<p>El Servicio Nacional de Turismo ha aprobado la entrega del informe final de la evaluación de impacto del programa, elaborado por la consultora Econometrics. Este informe incluye las sugerencias de mejora, surgidas en virtud de los resultados finales de la evaluación. En él, se aplica la metodología cuantitativa propuesta por DIPRES.</p> <p>El primer capítulo de esta evaluación buscó contestar la pregunta: ¿Cuál es la evaluación de la Industria y de los Expertos del Programa? Para ello se presentan los resultados obtenidos en la aplicación de la técnica cualitativa de <i>focus groups</i> y de entrevistas realizadas a los agentes relevantes de la estructura del programa.</p> <p>En el segundo capítulo se presenta la evaluación económica del impacto del programa en las firmas participantes en el Programa Aplicación Ley N° 19.255, Promoción Turística de Chile en el Extranjero. Para ello se usaron dos bases de datos diferentes. Una facilitada por el Servicio de Impuestos Internos (SII) (a través de SERNATUR) y otra por TURISMO CHILE, las cuales consideran información referente a los beneficiarios del programa para el período 2001-2007. En particular, la metodología utilizada en este análisis correspondió a una estimación de matching de sección transversal, la cual fue usada para medir el impacto en el mismo período para los beneficiarios del programa en comparación a aquellas firmas que no participaban en este.</p> <p>El tercer capítulo presenta una evaluación del programa en términos de su eficiencia económica y de una comparación con programas similares. Este análisis incluye información sobre los gastos definidos como relevantes por parte de SERNATUR. El análisis de eficiencia de los niveles de producción incluye a cada uno de los componentes que han sido establecidos para el programa. Esto implica el análisis de indicadores que relacionen gastos con productos y/o resultados, y el análisis de la evolución temporal en el transcurso del período evaluado y las causas de dicho comportamiento. De la misma manera, estos</p>

32 Se denomina preliminar porque el informe no incorpora la revisión ni calificación de los compromisos por parte de DIPRES.

33 Se refiere a programas/instituciones evaluadas en el marco del Programa de Evaluación que dirige la Dirección de Presupuestos.

Cuadro 9

Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
	<p>indicadores se contrastan con una meta o un compromiso de desempeño y con indicadores de otros programas (que entregan bienes y/o servicios similares) del sector público o privado o con un referente internacional.</p> <p>Por último, en el cuarto capítulo se presenta un análisis que trata de responder la pregunta: "¿Hacia dónde se debería focalizar el programa en el futuro?". Para ello se dispuso de una base de datos entregada por SERNATUR generada a partir de encuestas realizadas por el Centro de Microdatos de la Universidad de Chile a una muestra de personas que llegaron al país por diferentes puntos de entrada, en distintos períodos del año. La temporalidad del levantamiento de la información comprende el período 2001-2007, en donde se recolectó una serie de variables características del turista y del grupo que lo acompañaba. Se consultó a los turistas encuestados por la razón del viaje al país, la nacionalidad del sujeto, los días de permanencia en el país, el número de personas que constituía el grupo viajero y el gasto efectuado en diferentes ítems. Además se consultó si había contratado una agencia de viajes para llevar a cabo su visita al país. El análisis que se presenta en este capítulo es relevante para el estudio de impacto ya que las agencias de viaje son uno de los rubros estudiados en dicho capítulo.</p> <p>En general los análisis resultantes de este estudio corresponden a un modelo de regresión lineal generalizado, que relaciona el gasto con las variables explicativas antes mencionada. Finalmente, se presenta el análisis de regresión binaria que determinará la probabilidad de elegir una agencia de viajes específica, condicionado a las características particulares del turista. Este estudio permite visualizar cuáles son los agentes, sus orígenes, motivaciones, lugar y temporada de ingreso al país, uso o no de agencias de viajes que representan una mayor contribución al gasto realizado en el país durante su permanencia. Se espera que de este estudio se puedan recomendar los escenarios más rentables a ser incorporados en un diseño futuro del programa.</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Informe Final Estudio de Impacto primera parte Informe Final Estudio de Impacto segunda parte Informe Final Estudio de Impacto tercera parte Informe Final Estudio de Impacto cuarta parte</p>
4. Informar los resultados de la incorporación de las recomendaciones surgidas de la evaluación de impacto del programa.	<p>Las principales recomendaciones de política pública, establecidas en el informe final de la evaluación de impacto del programa son las siguientes:</p> <p>"Habiéndose ya presentado los resultados de la evaluación económica del programa, en sus dimensiones económica y de eficiencia, así como también del análisis cualitativo, en donde se evaluó a nivel de industria su funcionamiento con la participación de agentes relevantes del sector turístico, es relevante estudiar la evolución de la demanda turística que se ha verificado en los últimos años y de esta manera inferir el aporte que han realizado los diferentes tipos de turistas que han llegado al</p>

Cuadro 9

Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
	<p>país.</p> <p>Se espera que este análisis permita orientar el esfuerzo de promoción del programa, teniendo en consideración como ha resultado el ingreso de divisas para el país debido a la llegada de turistas. Debe tenerse en cuenta de que ello es complementario a los objetivos del programa que se presentan en sus respectivos componentes, los cuales definen a los beneficiarios como los socios pertenecientes a la CPT, entre los cuales se encuentran las agencias de viaje.</p> <p>Se aprecia que los principales beneficiarios del Programa de Promoción Turística, en cuanto a participación son las agencias de viajes (Tour Operadores, 49%), seguido de los Hoteles (41%).</p> <p>De acuerdo al análisis de una muestra de los turistas que llegaron al país en el período 2001-2007, se ratifica la hipótesis que planteaba que los turistas gastan más según el lugar por donde ingresen, por lo que manteniendo todos los otros factores constantes, la terminal aérea, Arturo Merino Benítez, es por donde ingresan los turistas que mayor efecto tienen en el incremento de la variable Gasto en el país, tanto con tarjeta como en efectivo. Además, el turista que llega a través del aeropuerto, sin contratar la agencia en temporada alta es el que tiene mayor impacto en la variable gasto en efectivo.</p> <p>Al considerar la temporada de ingreso al país, los turistas que arriban al país en temporada alta, son los que realizan el mayor impacto en el crecimiento de la variable gasto con tarjeta. Lo anterior es válido también en el caso del gasto en efectivo, pero también tiene un efecto similar el llegar en temporada intermedia sin contratar la agencia de viajes. En ambos casos, el contratar una agencia de viajes para realizar la visita al país, no tiene influencia.</p> <p>Junto con ello, el turista que acude al país por Negocios es el que tiene un mayor impacto en el incremento de la variable gasto con tarjeta bancaria, sin importar si contrata o no la agencia de viajes. Debe considerarse además que el motivo de salud es el que mayor impacto tiene sobre el incremento en la variable respuesta, sin importar la decisión del turista sobre contratar la agencia.</p> <p>Desde el punto de vista de la procedencia del turista, los individuos pertenecientes al subgrupo A, conformado por Alemania, Brasil, EE.UU. y España, tienen un mayor impacto en el incremento del gasto, tanto en efectivo como con tarjeta, en relación al subgrupo B, integrado por Argentina, Chile y Perú.</p> <p>Si se tiene en cuenta al turista que contrató la agencia de viajes y que acudió al país por motivos de Vacaciones tuvo el mayor impacto en la variable gasto con tarjeta en el año 2004. En el caso de considerar el gasto en efectivo, el mayor impacto se produce en el año 2007.</p> <p>En contexto, cabe destacar que hasta ahora ha existido una fuerte participación de las agencias de viajes como socias del programa en cuanto a cantidad. Sin embargo, de acuerdo al análisis de gasto de los turistas realizado en este capítulo, se desprende que ellas no necesariamente son las que atraen a los turistas con mayor impacto en</p>

Cuadro 9

Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
	<p>el gasto turístico del país. Por lo tanto, desde ese punto de vista debería analizarse la posibilidad de enfocar el programa también hacia otros rubros que apunten a servir a los turistas que más aportan a la generación de divisas, o bien redefinir el rol de las agencias de viaje de manera que se ajusten con el perfil del segmento objetivo que se defina como relevante".</p> <p>En forma general, el Programa General de Promoción Turística 2010 y el Plan de Marketing 2010, recogen estas observaciones ya que orientan sus acciones promocionales hacia el perfil de turista que de acuerdo a lo señalado en el estudio de impacto, corresponden al de más alto gasto promedio individual. De esta forma, se prioriza la realización de acciones promocionales en los mercados del subgrupo A, conformado por Alemania, Brasil, EE.UU. y España, que a su vez poseen el mayor impacto en el incremento del gasto, tanto en efectivo como con tarjeta, del total del gasto, lo proyectado para estos mercados supera el 50% del total. Junto a lo anterior, asumiendo que el turista que contrató alguna agencia de viajes y que acudió al país por motivos de vacaciones tuvo el mayor impacto en la variable gasto con tarjeta y efectivo, el Programa de Promoción Turística Internacional en su versión para el año 2010, mantiene una alta participación de las agencias de viajes como socias del programa en cuanto a cantidad. En este ámbito, queda pendiente la posibilidad de enfocar el programa también hacia otros rubros que apunten a servir a los turistas que más aportan a la generación de divisas, o bien redefinir el rol de las agencias de viaje de manera que se ajusten con el perfil del segmento objetivo que se defina como relevante.</p> <p>Finalmente, si consideramos que el turista que acude al país por concepto de negocios, es el que impacta de mayor forma la variable gasto con tarjeta bancaria, independiente si contrata agencias de viaje, el programa de acciones de promoción turística contempladas en el Plan Marketing 2010, correspondiente al turismo de negocios, representa un 7,65% del presupuesto total. Lo anterior, sin perjuicio de lo contemplado en el gasto en otros ítems y que también apuntan a incentivar la llegada de turistas que ingresan por motivo de negocios.</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Informe con los resultados de la incorporación de las recomendaciones surgidas de la evaluación de impacto del programa.</p>
<p>2. Diseñar e implementar sistema de información que permita administrar la información recolectada de los siguientes aspectos: Empresas beneficiarias efectivas por tipo de acción de promoción internacional, clientes por mercado atendido. Comportamiento turístico y de divisas por mercado abordado. Movimiento turístico internacional que de cuenta de las tendencias turísticas a nivel internacional. Información desagregada respecto a los gastos autorizados y efectuados, respecto de los aportes</p>	<p>Luego del término de la relación contractual con Arqa (informado en junio de 2009) Turismo Chile decidió contratar los servicios de la empresa OFB Consulting, quienes ofrecieron trabajar en la elaboración e implementación de un sistema ERP basada en la plataforma denominada ADempiere. El objetivo de la propuesta era ofrecer una solución que permita a Turismo Chile los beneficios de apoyar sus procesos de negocio con tecnologías de información (ERP) y en algunos casos, sugerir e implantar modificaciones a los mismos.</p> <p>A continuación se detallan todas las tareas descritas en el documento</p>

Cuadro 9

Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
<p>monetarios y valorizaciones en los proyectos presentados y las rendiciones efectuadas.</p> <p>El seguimiento posterior de este compromiso será realizado a través de indicadores de desempeño que estarán contenidos en la matriz de marco lógico del programa y en el Informe de Gestión Anual que prepara la CPT en el cual se da cuenta de los principales resultados obtenidos en la gestión del año.</p>	<p>de ámbito de proyecto, y para cada una de ellas se identifica el estado actual:</p> <p>1.Fase I - Módulo Presupuesto: Esta etapa que se encuentra en plena operación, muestra el siguiente estado de avance:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Consultoría de negocios: Tarea Completada. -Instalación del servidor: Tarea Completada. -Poblamiento de la base de datos: Tarea Completada. -Proceso de Proyectos: Tarea Completada. -Capacitación inicial súper-usuario: Tarea Completada. -Configuración y afinamiento de ventanas: Tarea Completada. -Ejecución de ejercicios reales: Tarea Completada. -Toma de requerimientos a usuarios finales y modificación de prototipo: Tarea Completada. -Pruebas de prototipo del súper-usuario: Tarea Completada. -Capacitación a usuarios finales de los procesos de la Fase I: Tarea Completada. -Finalización de la capacitación de súper-usuario de los procesos de la Fase I: Tarea Completada. -Fase Tarea Descripción: Tarea Completada. -Instalación del ERP en equipos de usuarios finales: Tarea Completada. -Puesta en marcha del prototipo de la Fase I: Tarea en proceso. <p>2.Fase II - Módulo Compras (gastos): Esta etapa que se encuentra en plena operación, muestra los siguientes productos que se encuentran en funcionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Creación de Orden de Compra: En esta actividad el usuario encargado de la adquisición de productos o servicios debe iniciar el ciclo generando una Orden de Compra. Este documento contiene los datos necesarios para identificar al Proveedor, los Productos o Servicios contratados, Fecha de entrega, Condiciones de Pago, Calidad, cantidad y otros. El Proyecto al cual se aplica en gasto, el o los Ítems imputables y otros datos relevantes. -Recibo de Materiales y/o Servicios: En esta actividad el usuario encargado debe ingresar los antecedentes que permitan validar el adecuado y correcto recibo de los productos o servicios contratados, siendo el paso previo a la recepción de las facturas correspondientes y el pago del compromiso. <p>3.Fase II - Módulo Ventas (ciclo de clientes): Esta etapa que se encuentra en plena operación, muestra los siguientes productos que se encuentran en funcionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Relación Contractual de Socios: En esta unidad se puede ingresar un conjunto de datos relacionados con los Socios de Negocios que tienen relaciones con Turismo Chile, pudiendo ser Socios Activos, Pasivos, Proveedores, Colaboradores, Clientes, Etc. -Relación Comercial: Permite llevar un completo control de los pagos de aportes o contribuciones que tengan que ver con las relaciones entre

Cuadro 9

Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
	<p>Turismo Chile y sus Socios de Negocios. Esto permite ordenar los flujos de pagos, ciclos de facturación y gestiones de cobranza.</p> <p>-Gestión de Proyectos: En esta unidad se controla y gestiona la participación de todos y cada uno de los Socios de Negocios de la CPT en el rol que a cada uno le corresponda. Para el caso de los Socios que participen de las Acciones que la Corporación lleva a cabo, se puede llevar estadísticamente una serie de variables que guarden relación con Cuotas de Mercado, Roles en el Mercado, Coberturas de Participación en eventos, Zonificación Segmentada por rubros, Aportes, Áreas, Mercados, Ferias, y todo otro análisis que pueda ser requerido.</p> <p>Descripción Específica A continuación se detallan todas las tareas descritas en el documento de ámbito de proyecto, y para cada una de ellas se identifica el estado actual.</p> <p>-Consultoría de negocios procesos Fase 2: Tarea Completada. -Proceso de compras nacionales: Tarea Completada. -Proceso de ventas nacionales: Tarea Completada. -Proceso de bodega: Tarea Completada. -Reportes de CRM: Tarea en proceso</p> <p>4.Fase III - Módulo Contabilidad y Cuadros de Control: Esta etapa que se encuentra en plena operación, muestra los siguientes productos que se encuentran en funcionamiento: -Proceso de saldos pendientes: Tarea Completada. -Entrega de Reportes: Tarea en Proceso. -Configuración inicial de cuadros de control: Tarea en Proceso. -Contabilidad de procesos de compra y venta: Tarea en Proceso. -Finalización contable: Tarea en Proceso de Evaluación. -Finalización de la capacitación de súper-usuario: Tarea en Proceso. -Finalización de la capacitación de System Admin: Tarea en Proceso. -Finalización de la capacitación de Report Admin:Tarea en Proceso. Todas las tareas de esta fase están pendientes a la espera de la finalización de la Fase II.</p> <p>Para las tareas que restan del Proyecto, se ha estimado el siguiente cronograma de trabajo, considerando como inicio enero de 2010: -Finalizando la primera quincena de enero 2010 se concluye una de las etapas cruciales de la Marcha Blanca con los módulos existentes. En esta etapa se podrá ingresar los presupuestos de las acciones que Turismo Chile debe controlar y desarrollar durante este año, los Proveedores, Clientes, Órdenes de Compra, Facturas de Compra y Comprobantes de Recibo de Productos y Servicios contratados. -Con posterioridad a este ciclo, se trabajará en una revisión comparativa del sistema contable, comparando los informes y reportes del actual sistema en uso versus lo que genere la solución Adempiere. Los</p>












Cuadro 9

Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
	<p>ajustes y pruebas de los Módulos del ERP serán prioritarios con la finalidad de afinar los detalles que pudieran a esa fecha subsistir. En esta etapa, Turismo Chile podrá ingresar toda la información concerniente a los Socios de Negocios, Los Planes de Cuotas, Contratos, Planes de Pago, Clasificación de Socios, Mercados, Ferias, Eventos y procedimientos de Facturación y Cobranzas para controlar los ingresos.</p> <p>-Las siguientes dos semanas se trabajará en los ajustes contables, Plan de Cuentas, Modelamiento de Imputaciones al Plan de Cuentas y la definición de perfiles de usuarios, sus entornos de trabajo, sus atributos dentro del sistema, los cuadros de control, gráficas de estado, y otros ajustes necesarios en los módulos existentes. En esta etapa se podrán definir los modelos contables y Políticas de Control contable de acuerdo con la normativa legal vigente y en concordancia con las exigencias de SERNATUR, DIPRES y SII.</p> <p>-Con todo lo anterior, se estima liberar en primera instancia la aplicación ERP y CRM de Turismo Chile iniciando febrero de 2010, para comenzar contablemente la total independencia del sistema a contar del ciclo tributario de marzo 2010, sin perjuicio de que la empresa OFB Consulting, responsable de esta implementación, permanecerá durante todo el año auditando, controlando, evaluando y rectificando todo lo que sea necesario para garantizar el correcto funcionamiento de la solución contratada.</p> <p>-Finalizadas las tareas anteriormente señaladas, se da inicio al contrato de soporte y mantención con la empresa OFB Consulting en períodos anuales, donde se garantizará el correcto funcionamiento de la aplicación implementada y se dará soporte ante eventuales problemas que se pudieran presentar.</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Información sistemas de información CPT-Random Informe de avance Sistema de Información ERP Informe Sistema de Información ERP Informe de Avance Sistema de Información Informe de Estado de avance a julio 2009 Informe de avance de los resultados de la implementación del sistema de información</p>

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2009

(Programa de Mejoramiento de la Gestión, Metas de Eficiencia Institucional u otro)

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	I	II	III	IV	V	VI	VII	Prioridad	Ponderador	Valida Sistema	
Marco Básico	Recursos Humanos	Higiene - Seguridad y Mejoramiento de Ambientes de Trabajo				o				Mediana	8,00%		
	Calidad de Atención a Usuarios	Gobierno Electrónico - Tecnologías de Información							o	Alta	10,00%		
	Planificación / Control de Gestión	Gestión Territorial				o				Mediana	9,00%		
	Administración Financiera	Administración Financiero - Contable				o				Mediana	8,00%		
	Enfoque de Género	Enfoque de Género				o				Menor	5,00%		
Marco Avanzado	Recursos Humanos	Capacitación			o					Mediana	9,00%		
		Evaluación del Desempeño				o				Mediana	8,00%		
	Calidad de Atención a Usuarios	Sistema Integral de Información y Atención Ciudadana		o						Mediana	9,00%		
	Planificación / Control de Gestión	Planificación / Control de Gestión				o					Mediana	9,00%	
		Auditoría Interna			o						Alta	15,00%	
	Administración Financiera	Compras y Contrataciones del Sector Público		o							Alta	10,00%	
Porcentaje de Cumplimiento TOTAL Servicio											100,00%		

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

El porcentaje de cumplimiento aún no se encuentra determinado por la Unidad de Auditoría

Cuadro 10				
Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2009				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ³⁴	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ³⁵	Incremento por Desempeño Colectivo ³⁶
Coordinación Nacional y Regional	17	6	100%	8%
Subdirección de Operación y Control	34	5	100%	8%
Fiscalía	6	5	100%	8%
Planificación	12	7	100%	8%
Promoción	21	10	100%	8%
Turismo Social	15	8	100%	8%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	9	8	100%	8%
Dirección Regional de Tarapacá	7	8	100%	8%
Dirección Regional de Antofagasta	7	8	85%	4%
Dirección Regional de Atacama	5	8	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	7	8	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	15	8	100%	8%
Dirección Regional de Metropolitana	7	7	100%	8%
Dirección Regional de O'higgins	7	8	100%	8%
Dirección Regional de Maule	9	8	100%	8%
Dirección Regional de Bío – Bío	14	8	100%	8%
Dirección Regional de Araucanía	9	8	100%	8%
Dirección Regional de Los Ríos	11	8	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	14	8	100%	8%
Dirección Regional de Aysén	8	8	100%	8%
Dirección Regional de Magallanes	12	8	85%	4%

34 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2009.

35 Corresponde al porcentaje que define el grado de cumplimiento del Convenio de Desempeño Colectivo, por equipo de trabajo.

36 Incluye porcentaje de incremento ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional

BOLETÍN: 5687-23

Descripción: "Establece un sistema institucional para el desarrollo del turismo, modifica el decreto ley N° 1.224, que crea el Servicio Nacional de Turismo y otras normas legales."

Objetivo: Los Objetivos principales son: Reforzar la institucionalidad pública del Turismo; Permitir un desarrollo turístico sustentable en las áreas silvestres protegidas; Introducir la variable turística en los instrumentos de planificación territorial en las Zonas de Interés Turístico; Impulsar un nuevo modelo de promoción; Incentivar la competitividad por la vía de homogeneizar los estándares de calidad de los servicios turísticos y; Crear un estatuto de protección a los turistas.

Fecha de ingreso: 08 de Enero de 2008

Estado de tramitación: Tercer trámite constitucional / Senado, terminado el trámite legislativo y en etapa de aprobación por el tribunal constitucional.

Beneficiarios directos: No aplica

Anexo 10: Propuestas Fondo de Modernización de la Gestión Pública

1. FONDO MODERNIZACIÓN 2009

Propuestas adjudicadas FMGP 2009

Nombre Propuesta Adjudicada	Monto Financiamiento Adjudicado para la elaboración de la propuesta durante año 2009
Mejoramiento de la Ubicuidad y Usabilidad del sitio www.sernatur.cl Resolución Exenta N° 423, 22 de abril 2009	\$8.500.000

Propuestas FMGP 2009 a implementarse año 2010 con recursos asignados en Ley de Presupuestos 2010

Nombre Propuesta a implementarse	Monto Financiamiento asignado en Ley de Presupuestos 2010
No se aprobó financiamiento para la etapa de implementación.	