

**MONITOREO Y SEGUIMIENTO OFERTA PÚBLICA 2019**



**NOMBRE DEL PROGRAMA: PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL**

**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO  
MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO**

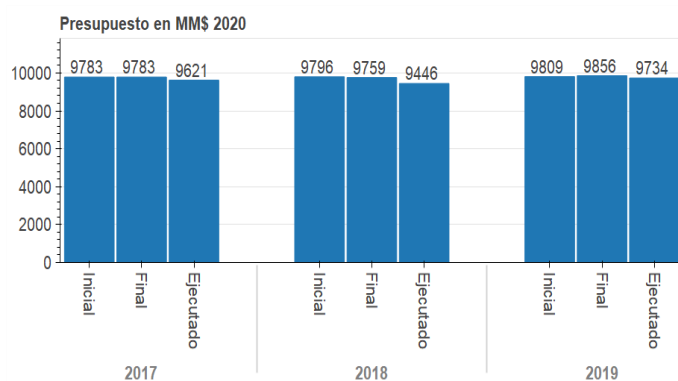
**DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA:**

Este programa tiene como objetivo aumentar el conocimiento de la oferta turística de Chile en segmentos de mercados de países extranjeros abordados para aumentar visitantes, estadía y divisas por turismo recreativo y negocios, que beneficiarán la oferta receptiva y las economías locales. Para el logro del objetivo se realizan campañas de promoción turística dirigida al consumidor final, además de diversas acciones de promoción turística dirigida al canal de comercialización.

**HISTORIAL EVALUATIVO DEL PROGRAMA:**

Año de inicio: 2002  
 Monitoreado desde: 2012  
 Evaluación Ex-Ante de diseño: Recomendado Favorablemente (Reformulado - 2019)  
 Evaluación ex post: Desempeño insuficiente (EPG - 2016 )

**PRESUPUESTO Y EJECUCIÓN**



Presupuesto por subtítulo	Monto ejecutado (M\$ (2020))
Subtítulo 21	782.489
Subtítulo 22	8.796.841
Subtítulo 24	67.088
Subtítulo 29	87.791
<b>Total</b>	<b>9.734.209</b>

Ejecución respecto a:	Año		
	2017	2018	2019
<b>Presupuesto inicial</b>	98%	96%	99%
<b>Presupuesto final</b>	98%	97%	99%

Recursos extrapresupuestarios año (M\$ (2020))		
No	Fuente	
	Monto	

COSTO Y PRODUCCIÓN DE COMPONENTES (M\$ 2020): BIENES									
Componente (Unidad)	Gasto ejecutado (Miles de \$ (2020))			Producción (Unidad)			Gasto unitario (Miles de \$ (2020))		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Promoción turística dirigida al canal de comercialización (Acciones dirigidas al canal de comercialización)	No aplica	2.658.068	1.662.927	No aplica	40	23	No aplica	66.452	72.301
Promoción turística dirigida dirigidas a Público Final (Acciones de promoción turística dirigidas a Público final)	No aplica	5.218.305	6.014.956	No aplica	37	56	No aplica	141.035	107.410
Promoción turística dirigida al Turismo de Reuniones o MICE (Acciones de promoción turística dirigidas a Turismo de Reuniones o MICE)	No aplica	470.708	224.350	No aplica	45	56	No aplica	10.460	4.006
Promoción turística dirigida dirigidas a Prensa e influenciadores (Acciones de promoción turística dirigidas a Prensa e influenciadores)	No aplica	180.445	912.072	No aplica	44	121	No aplica	4.101	7.538
Gasto Administrativo subtítulo 24	668.877	918.249	0						
Gasto Administrativo subtítulo (21,22, etc.) <sup>1</sup>			919.905						
<b>Total</b>	<b>9.620.576</b>	<b>9.445.775</b>	<b>9.734.209</b>						
Porcentaje gasto administrativo	6,8%	9,5%	9,5%						

POBLACIÓN BENEFICIADA			
	2017	2018	2019
<b>Objetivo</b>	4.891 empresas	27.903 empresas	19.495 empresas
<b>Beneficiada (Beneficiada/Objetivo)</b>	13.231 270,5%	15.039 53,9%	10.046 51,5%
<b>Nueva (Nueva/Beneficiada)</b>	13.231 100%	0 0%	0 0%
<b>Egresada (Egresada/Beneficiada)</b>	13.231 100%	0 0%	0 0%

GASTO POR BENEFICIARIO (MILES DE \$ (2020))		
2017	2018	2019
727	628	969

<sup>1</sup> La información desagregada de gasto administrativo según subtítulo fue requerida a partir del año 2019, por lo que no está disponible para los años precedentes.

### CRITERIOS DE FOCALIZACIÓN

Prestadores turísticos registrados en Registro de prestadores turísticos, SERNATUR. Asociaciones Gremiales vigentes en Registro de Asociaciones Gremiales, Ministerio de Economía. Municipalidades. Empresas del giro 552050 "Servicios de banquetes, bodas y otras celebraciones" de SII porque éstos no tienen obligación de Registrarse en Sernatur pero se benefician de las acciones como ferias y eventos o realización de congresos internacionales.

### RESULTADOS REPORTADOS POR EL PROGRAMA A NIVEL DE PROPÓSITO

#### Propósito

Aumento del conocimiento de la oferta turística de Chile en mercados extranjeros abordados para lograr el aumento de visitantes e ingresos de divisas que beneficien a la industria del turismo receptivo nacional.

Nombre indicador	Fórmula de cálculo	2017	2018	2019
<b>Tasa de aumento de llegadas de turistas provenientes de los mercados abordados</b>	$((N^{\circ} \text{ de llegada de turistas al país de los mercados abordados en el período } t / N^{\circ} \text{ de llegada de turistas al país de los mercados abordados en el período } t-1) - 1) * 100$	12% (5.665.571/5.044.772)	-14% (4.867.156/5.665.571)	-22% (3.858.480/4.947.550)

### OTROS INDICADORES

Nombre indicador	Fórmula de cálculo	2017	2018	2019
<b>Tasa de aumento de llegadas de turistas provenientes de los mercados abordados, excluyendo Argentina</b>	$((N^{\circ} \text{ de llegada de turistas al país de los mercados abordados en el período } t, \text{ excluyendo Argentina} / N^{\circ} \text{ de llegada de turistas al país de los mercados abordados en el período } t-1, \text{ excluyendo Argentina}) - 1) * 100$	No aplica	No aplica	-4% (2.423.013/2.525.315)

### COMENTARIOS EVALUADORES

<b>Eficiencia</b>	Gasto por beneficiario: Variación fuera de rango, aumenta considerablemente respecto del promedio de los años 2017-2018. Ejecución inicial: Ejecución dentro de rango Ejecución final: Ejecución dentro de rango Gasto administrativo: Dentro del umbral respecto al promedio de la categoría de programas e iniciativas similares
<b>Focalización</b>	Cumple con criterios de focalización: Sí
<b>Eficacia</b>	Pertinencia del Indicador: El indicador permite medir el propósito/objetivo del programa/iniciativa. Calidad del Indicador: No se advierten deficiencias metodológicas en el indicador. Resultado (respecto de 2018): Empeora considerablemente.