
**BALANCE
DE GESTIÓN INTEGRAL
AÑO 2008**

**SERVICIO NACIONAL DE
TURISMO**

SANTIAGO DE CHILE

Índice

1. Presentación.....	02
2. Resultados de la Gestión 2008.....	05
3. Desafíos 2009	14
4. Anexos.....	18
• Anexo 1: Identificación de la Institución.....	19
• Anexo 2: Recursos Humanos.....	27
• Anexo 3: Recursos Financieros.....	32
• Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2008.....	40
• Anexo 5: Programación Gubernamental	49
• Anexo 6: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas.....	52
• Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2008.....	61
• Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo.....	62
• Anexo 9: Proyectos de Ley.....	63

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos.....	30
Cuadro 2: Recursos Presupuestarios 2008.....	32
Cuadro 3: Ingresos y Gastos años 2007 – 2008, Ley de Presupuestos 2009.....	33
Cuadro 4: Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2008.....	35
Cuadro 5: Indicadores de Gestión Financiera.....	37
Cuadro 6: Transferencias Corrientes.....	38
Cuadro 7: Cumplimiento de Indicadores de Desempeño año 2008.....	40
Cuadro 8: Cumplimiento Programación Gubernamental año 2008.....	49
Cuadro 9: Cumplimiento Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas.....	52
Cuadro 10: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2008.....	61
Cuadro 11: Evolución Cumplimiento PMG.....	61
Cuadro 12: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2008.....	62

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Dotación Efectiva año 2008 por tipo de Contrato (mujeres y hombres).....	27
Gráfico 2: Dotación Efectiva año 2008 por Estamento (mujeres y hombres).....	28
Gráfico 3: Dotación Efectiva año 2008 por Grupos de Edad (mujeres y hombres).....	29

1. Presentación

OSCAR SANTELICES ALTAMIRANO

Director Nacional de Turismo

La gestión 2008 del Servicio Nacional de Turismo estuvo marcada por el trabajo desarrollado en la ejecución del Plan de Acción de Turismo 2006-2010, en el cual se da cumplimiento a los principales ejes estratégicos que lo componen: Ley de Turismo; Proyecto de Fortalecimiento de la Oferta turística; Cuenta Satélite de Turismo; Plan de Marketing de Turismo Internacional;; Apoyo al Diseño de Plan de Desarrollo Turístico Comunal; Establecer un Modelo de Gestión de Destinos Turísticos; Programa Vacaciones Tercera Edad; Programa Gira de Estudio y Sendero de Chile

En el ámbito Institucional, en el primer trimestre 2008 se presentó al Congreso Nacional, el Proyecto de Ley de Turismo, el que busca la creación de una Subsecretaría de Turismo, radicada en el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, el proyecto actualmente se encuentra en el Senado para su segundo trámite constitucional.

Continuando con la estrategia desarrollada por Sernatur para posesionar a Chile como destino turístico internacional se ha logrado un crecimiento de un 7,7% en llegadas de turistas, que corresponde a 2.698.659 turistas extranjeros. Las divisas obtenidas por turismo internacional alcanzaron el 2008 una cifra estimada en US\$ 2.020 millones, generados principalmente por los mercados europeo y norteamericano. Nuestra meta hacia el Bicentenario es recibir 3.000.000 de turistas y divisas por US\$ 2.000 millones de dólares.

El año 2008 se aumentó en 4,2% el presupuesto de la Promoción Turística Internacional, llegando la inversión estatal a los M\$ 2.656.906. La ejecución del Plan de Marketing Turístico de Chile, ha permitido realizar campañas de promoción que se han focalizado en los principales mercados emisores de turistas hacia Chile, como son Norteamérica, Europa y Sudamérica. En ellas, se invita a los turistas extranjeros a que exploren y descubran nuestro país, posicionando a Chile como un destino ideal para el turismo de intereses especiales, orientado a satisfacer al turista con calidad integral, pero aún más importante, en el cual se viva una experiencia memorable.

Dentro de las principales acciones de Sernatur, se destaca el Programa Vacaciones Tercera Edad y el Programa Gira de Estudio. El Programa Vacaciones Tercera Edad al finalizar la octava temporada (mayo 2009) permitirá que viajen 32.000 adultos mayores de todo el país, incorporando dos nuevos destinos: Isla de Pascua y Punta Arenas. Esta iniciativa expande su cobertura de viajes a lo largo de todo el país. En el caso del Programa Gira de Estudio, en el año 2008 se benefició a más de 10.400 alumnos /as y profesores /as, pertenecientes a 240 establecimientos educacionales municipalizados del país, lo cual implicó una inversión de más de M\$ 900.000 para subsidiar el 70% del valor del paquete turístico de cada joven. El programa aumentó los orígenes a las regiones del Bío-Bío y Los Lagos, los que se incorporaron a los orígenes de la primera temporada: Metropolitana y Valparaíso. Los destinos también se incrementaron, incorporando a la región de Los Lagos, la que se sumó a los destinos del año anterior: Coquimbo y Bío-Bío.

En el Programa de Calidad para los Servicios Turísticos, hasta el 31 de diciembre del 2008, más de 300 servicios turísticos a nivel nacional se comprometieron a iniciar el proceso de implementación de las normas de calidad, para empresas de alojamiento, turismo aventura, operadores turísticos y guías de turismo. Asimismo, en conjunto con Corfo se lanzó el Programa de Servicios Turísticos de Calidad, lo que ha permitido que cientos de empresarios del sector que deseen mejorar su oferta turística tanto en infraestructura, equipamiento y calidad de los servicios, reciban el apoyo del estado para financiar tanto el proceso de implementación como de certificación, el 70% y 90% de financiamiento estatal respectivamente.

Respecto al Programa de Fomento del Turismo, se empezó a generar los acuerdos operativos necesarios para la ejecución de más de 100 proyectos de diverso tipo para el desarrollo de la nueva oferta de turismo de intereses especiales en cuatro áreas seleccionadas. El Programa además incorpora un componente de fortalecimiento institucional; y de mejora de la competitividad empresarial.

Los desafíos 2009 se enmarcan en la gestión de los ejes estratégicos del Plan de Acción de Turismo. En cuanto a la institucionalidad pública, se espera conseguir la aprobación del Proyecto de Ley en el transcurso de este año y de esta manera lograr que sea sancionada y promulgada por S.E la Presidente de la República en el presente mandato.

Para el Programa de Fomento al Turismo, se espera que para el año 2009 se ejecuten distintas obras para habilitar y potenciar el desarrollo de la actividad turística en las regiones de Arica-Parinacota, Aysén y Magallanes.

Se realizará el diseño de los planes correspondientes para los primeros 7 de 20 destinos del país. Además, se iniciaran los procesos de mejoramiento del sistema de información turística; y se instalarán las primeras gerencias de destino.

En el caso del Programa de Certificación de Calidad, se espera que para este año 2009, contar con a lo menos 100 empresas certificadas. Además, se avanzará en la creación de nuevas normas de certificación para otros servicios turísticos, como alimentación y transporte, lo cuál permitirá incrementar la calidad de la oferta de éstos, en todo el territorio nacional.

Respecto a la Promoción Turística Internacional, este año el Gobierno invertirá cerca de M\$ 3.000.000 en la promoción turística de Chile en el extranjero, lo que representa un aumento del 26,4% respecto al año anterior.

Para la temporada 2009 el Programa Vacaciones Tercera Edad aumentará a 34 mil los cupos de viaje, los que serán distribuidos en 10 mil cupos sociales y 24 mil cupos regulares, con la opción de conocer los destinos de Arica, Iquique, Caldera /Bahía Inglesa, La Serena / Coquimbo, Viña del Mar, Pichilemu, Valle Las Trancas y Concepción o Chillán, Pucón, Villarrica, Valdivia, Puerto Montt, Puerto Varas, Chiloé, Punta Arenas e Isla de Pascua.

El programa Gira de Estudio, el año 2009, además de las regiones que ya han participado, se beneficiará también a la Región del Maule como origen, lo que permitirá favorecer a

aproximadamente once mil jóvenes más. Esto se traducirá en que al término del gobierno se habrá beneficiado a más de 27 mil estudiantes de liceos municipales. Asimismo, este año también se incorporará un nuevo destino de viaje, la Región de la Araucanía, la cual, al igual que los destinos ya existentes, podrá aprovechar las ventajas de recibir turistas en las temporadas con menos afluencia de viajeros.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'O' followed by 'SANT' and a horizontal line.

**OSCAR SANTELICES ALTAMIRANO
DIRECTOR NACIONAL DE TURISMO**

2. Resultados de la Gestión 2008

Ley de Turismo:

El Proyecto de Ley de Turismo ingresó al Congreso Nacional el día 08 de enero del 2008. La Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados aprobó la idea de legislar, dándose inicio a su discusión en particular el día 09 de julio de 2008, en la Cámara de Diputados, donde fue aprobado por unanimidad, pasando, de esta manera, al Senado para su segundo trámite constitucional.

El proyecto se concentra en cinco ejes estratégicos:

1. Se propone la creación de un Comité de Ministros del Turismo como una instancia superior de coordinación en esta materia, siendo responsable de proponer al Presidente de la República los lineamientos centrales que han de orientar la política pública, así como de aprobar y velar por el cumplimiento de las políticas que los órganos públicos habrán de desarrollar en cumplimiento de sus funciones relacionadas con la actividad turística. Asimismo, se propone la creación de una Subsecretaría de Turismo, radicada en el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, cuya dirección recaerá en un Subsecretario. La Subsecretaría, tendrá por función cumplir y hacer cumplir los acuerdos del Comité de Ministros del Turismo y las instrucciones que le imparta el Ministro Presidente del Comité sobre materias relativas a la organización, planificación, promoción, legislación y estrategias del sector turismo a nivel nacional. Por ello el proyecto propone la adecuación de la normativa que rige al Servicio Nacional de Turismo, a fin de posibilitar el ejercicio efectivo de sus nuevas funciones y atribuciones, que pasa ahora a ser esencialmente de ejecución.

2. En materias relativas a la gestión de territorios con aptitud turística, el proyecto de ley propone una importante innovación, elevando la declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT) a través de un acuerdo del Comité de Ministros, que será formalizado por decreto del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, y que en la actualidad sólo se lleva a cabo a través de una Resolución del Jefe de Servicio, la que es publicada en el diario oficial. En dichas zonas deberán coordinarse los esfuerzos públicos, especialmente en materia de planificación territorial, de manera de armonizar las actividades que en ellas se desarrollan con los requerimientos de la actividad turística para lo cual se incorpora la variable turística en los instrumentos de planificación territorial respecto a Zonas declaradas de interés turístico.

3. Se establece un sistema que, a partir de las decisiones centrales del Comité de Ministros, va a posibilitar el desarrollo de la actividad turística en Áreas Silvestres Protegidas. Sin embargo, dichas áreas quedarán igualmente bajo la administración y conservación del organismo público competente.

4. Respecto de la coordinación público-privada y promoción de las potencialidades y valores turísticos nacionales, se propone la creación del Comité Nacional de Promoción Turística, integrado por los directivos de los órganos públicos vinculados con la actividad y las asociaciones de

empresarios que representan los principales rubros empresariales que concentran su quehacer en la misma.

5. Con el fin de incentivar la calidad en la prestación de servicios turísticos, se propone dotar al Servicio Nacional de Turismo de atribuciones para establecer un sistema de clasificación, calificación y certificación de calidad y seguridad, que establezca parámetros objetivos para la operación del mercado y permita a los prestadores de servicios turísticos adecuarse voluntariamente, en la mayor parte de los casos a exigencias análogas a las de otros países.

De este modo, el sistema contempla un registro público de operadores turísticos que será administrado por el Servicio. El Instituto Nacional de Normalización, será el encargado de elaborar las normas técnicas de calidad para los operadores que se sometan al sistema y, además, acreditará y registrará a las entidades privadas certificadoras del cumplimiento de dichas normas. Las empresas de turismo que sean certificadas de acuerdo a este sistema podrán acceder al sello oficial de calidad y podrán incorporarse a los medios de promoción turística nacional e internacional financiados por el Estado. Con el objeto de proteger adecuadamente los derechos de los turistas e incentivar en los operadores el cumplimiento de sus obligaciones, el proyecto considera la elaboración de un Estatuto de Protección al Turista y contempla además procedimientos para sancionar a quienes incurran a sabiendas en determinadas infracciones o afecten la imagen del país con procedimientos engañosos.

Por último, el proyecto reconoce al Turismo Social como una herramienta orientada a permitir que grupos de interés social puedan acceder a los beneficios que otorga el turismo, al tiempo de permitir la disminución de la estacionalidad turística, la redistribución geográfica de la riqueza y la mantención del empleo.

Programa de Fomento al Turismo.

A comienzos del 2008 se creó al interior de Servicio Nacional de Turismo la Unidad Ejecutora del Programa de Fomento del Turismo, el cual ha sido concebido para mejorar la competitividad turística de Chile, a través de la captación de nuevos segmentos de mercado que ayuden a superar los obstáculos enfrentados actualmente por el sector, afrontando la concentración espacial y temporal de la actividad, apoyando las inversiones de puesta en valor turística de atractivos públicos en áreas seleccionadas por su potencial para diversificar territorialmente la oferta y para desestacionalizar la afluencia turística. Las áreas seleccionadas para llevar a cabo este Programa 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.

Las tres áreas se caracterizan por una elevada concentración de atractivos turísticos singulares, de jerarquía internacional, y por estar siendo utilizadas como corredores de tránsito hacia destinos ya consolidados tanto a nivel nacional (San Pedro de Atacama, Torres del Paine), como regional (Cuzco-Machu Picchu en Perú, tiwanaku Lago Titicaca en Bolivia o Calafate en Argentina) y, por

ello, cuentan ya con cierta presencia en canales de información y prescripción turística en mercados emisores relevantes para el Programa. La Unidad Ejecutora dio comienzo a los primeros acuerdos operativos necesarios para la ejecución de los más de 100 proyectos vinculados al desarrollo de la nueva oferta de turismo de intereses especiales.

Adicionalmente, para afrontar los problemas de competitividad empresarial y de debilidad y coordinación institucional, el Programa contempla acciones destinadas a mejorar la organización y capacidad de competir del empresario turístico y apoya acciones de fortalecimiento de SERNATUR a nivel central y regional, así como el establecimiento de mecanismos de gestión en los destinos, que permitirán la articulación sistemática de las inversiones públicas y privadas bajo una misma estrategia de desarrollo.

La estrategia precedente en términos de intervención a nivel de componentes, ha sido elaborada durante todo el 2008, con la participación del BID, Sernatur y consultoras externas.

Sistema de Certificación

Al finalizar el año 2008 más de 300 servicios turísticos, de los subsectores de alojamiento turístico, agencias de viajes & tour operadores a nivel nacional, se comprometieron a iniciar el proceso de implementación de normas de calidad. Asimismo, en conjunto con Corfo se lanzó el Programa de Servicios Turísticos de Calidad, con la creación de un instrumento de financiamiento, que permite al empresariado del sector que desee mejorar su oferta turística tanto en infraestructura, equipamiento y calidad de los servicios, reciban el apoyo del estado para financiar tanto el proceso de implementación como de certificación, en un 70% y 90% de financiamiento estatal respectivamente.

A pesar de los grandes avances obtenidos en este tema, el Servicio no logro dar cumplimiento a la meta asociada a los indicadores de desempeño, esta meta era la de contar con al menos un 80% de servicios turísticos certificados voluntariamente, solo fue posible cumplir con 1,2%, esto se debió al retraso en la aprobación del instrumento de financiamiento. Este instrumento estaba inicialmente programado para marzo de 2008, sin embargo, CORFO decidió retrasar la aprobación debido a modificaciones al sistema de apoyo informático (SIFO). La herramienta de fomento fue lanzada finalmente en septiembre de 2008, tras realizar un fuerte proceso de capacitación conjunta a Consultores y Agentes Operadores Intermediarios, entre otros que conforman parte de la red de apoyo técnico. Quedando habilitado financieramente en algunas regiones sólo a partir de noviembre de 2008, lo que significó que las empresas comenzaran el proceso a partir de los meses de noviembre y diciembre, período en el cual las empresas turística comienzan la alta temporada.

Uno de los grandes logros con la creación de este programa de financiamiento de apoyo a las empresas turísticas para la implementación y certificación de las Normas de Calidad Turística, es que ha permitido que Chile se posicione en esta temática a nivel latinoamericano.

Promoción Turística

a. Promoción Turística Internacional

Continuando con la estrategia para posesionar a Chile como destino turístico internacional se logró un crecimiento de un 7,7% en las llegadas de turistas, correspondiendo a 2.698.659 extranjeros. Las divisas obtenidas por turismo internacional alcanzaron en el año 2008 una cifra estimada en US\$ 2.020 millones, generados principalmente por los mercados europeo y norteamericano.

Se destaca la cifra record alcanzada por los turistas Alemanes llegados al país, cifra que superó los 75.000 turistas, así mismo los holandeses mostraron un incremento porcentual mayor entre los europeos, de un 32.1%.

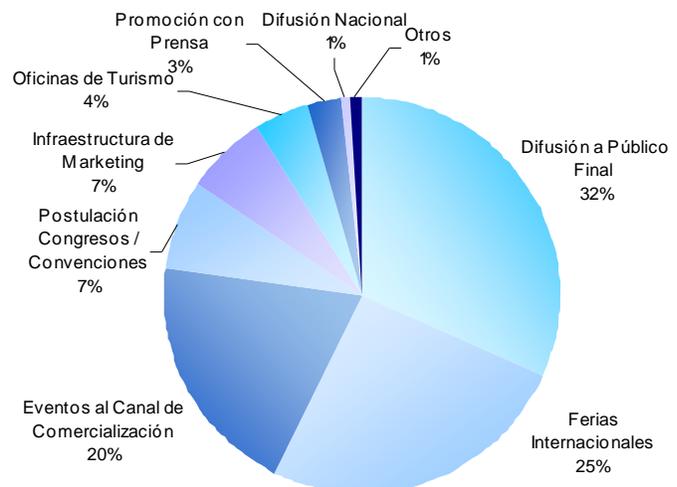
Entre el periodo 2006-2008 a través de la ejecución del Plan de Marketing Turístico Internacional ha permitido aumentar la llegada de turistas en un promedio anual de 10% e incrementar el ingreso de divisas en una tasa media anual del 13,4 %.

Estos sólidos resultados surgen del trabajo conjunto y sistemático realizado entre el Gobierno y el sector privado, que promocionan a Chile como destino turístico atractivo por su diversidad y naturaleza, que además ofrece todas las garantías necesarias para recorrerlo de forma segura.

Las campañas de promoción se han focalizado en los principales mercados emisores de turistas hacia Chile, como son Norteamérica, Europa y Sudamérica. En ellas, se invita a los turistas extranjeros a que exploren y descubran nuestro país, posicionando a Chile como un destino ideal para el turismo de intereses especiales, orientado a satisfacer al turista con calidad integral, pero aún más importante, en el cual se viva una experiencia memorable.

Esta promoción va orientada a mercados muy dinámicos, donde las tendencias de consumo turístico van evolucionando, aparecen más competidores, hay cambios en las condiciones económicas mundiales, entre otros factores, lo que ha motivado al Gobierno ha duplicar su inversión.

En cuanto al detalle de la inversión por tipo de acción promocional, del presupuesto total público y privado del año 2008 se destinó un 32% para acciones de difusión a público final, un 25% en ferias internacionales de turismo, un 20% en acciones de difusión al canal de comercialización, un 7% en postulaciones a congresos y convenciones, un 7% en infraestructura de marketing (folletos, videos, fotos, etc.), un 4% en



oficinas de turismo, un 3% en promoción a través de prensa, entre otras actividades.

Estas acciones promocionales está orientadas a los países mencionados anteriormente los cuales concuerdan en su mayoría con los mercados prioritarios definidos para otros Programas del sector público, como son Imagen País, CORFO, FNDR, entre otros. A modo de ejemplo, las campañas y acciones promocionales en Alemania, España, Inglaterra, Estados Unidos, Canadá, Brasil, etc. Se han complementando y potenciado con las acciones promocionales de la campaña Imagen País dirigida a esos países.

Por otro lado, existe una estrecha coordinación entre las actividades de difusión que realizan SERNATUR y PROCHILE. En algunos casos se ha asociado la realización de un evento que convoca al sector turístico con un evento de promoción gastronómica realizado por PROCHILE en un determinado país. Estas sinergias, producen una promoción más sólida de la imagen de nuestro país, así como para el turismo y otros sectores productivos.

En resumen a lo expuesto podemos dar cuenta de las metas asociadas a los indicadores relativos en este ámbito para el año 2008 fueron los siguientes:

- Tasa de variación anual de ingreso de divisas al país por concepto de Turismo Receptivo, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 2,4 % cumpliéndose finalmente un 11,97%. Esto se debió a que cuando se realizó la estimación de las metas 2008, se previó un retroceso en la demanda de turistas de larga distancia (Norteamérica y Europa), ya que a mediados del año 2007 se produjo una desaceleración de la demanda y se pronosticaron, negativas condiciones macroeconómicas en el mundo para el año 2008. Sin embargo, en el año 2008, a pesar de que los índices macroeconómicos no fueron favorables, se registró un leve crecimiento en las llegadas de larga distancia y en el gasto de los turistas. Siendo los turistas de larga distancia los que más gastan en nuestro país, contribuyendo al aumento en el ingreso de divisas respecto a lo esperado. Por otro lado, en el segundo semestre del año 2008 cayó significativamente el valor del peso chileno, lo que produjo un aumento en las llegadas de turistas principalmente de los mercados regionales (Argentina, Paraguay, Brasil, etc.). Los turistas provenientes de los mercados regionales son muy sensibles a la variación del tipo de cambio, y como el valor del peso chileno bajo, el cambio para ellos fue favorable, implicando para estos turistas ser muy conveniente visitar nuestro país y contar con mayor disponibilidad de gasto. Ambos factores generó un incremento de los ingresos de divisas respecto a lo esperado.
- Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Norte, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de -0,5% cumpliéndose finalmente un 3,9% y la Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de Europa, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de -0,1% cumpliéndose finalmente un 1,5%. Cuando se realizó la estimación de las metas para el año 2008 se previó un retroceso en la demanda de turistas de larga distancia, ya que a mediados del año 2007 se produjo una desaceleración de su demanda y se pronosticó negativas condiciones macroeconómicas para el año 2008. Sin embargo el año 2008, a pesar que los índices macroeconómicos no fueron favorables, se registró un leve crecimiento en las llegadas de turistas de larga distancia.

-
- Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Sur, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 3% cumpliéndose finalmente un 11%. El sobrecumplimiento de la meta se debe principalmente a que en el segundo semestre del año 2008 cayó significativamente el valor del peso chileno, lo que produjo un aumento en las llegadas de turistas principalmente de los mercados regionales (Argentina, Paraguay, Brasil, etc.). Los turistas provenientes de los mercados regionales son muy sensibles a la variación del tipo de cambio, y como el valor del peso chileno bajo, el cambio para ellos fue favorable, implicando para estos turistas ser muy conveniente visitar nuestro país y contar con mayor disponibilidad de gasto.
 - Porcentaje de turistas provenientes de mercados abordados anualmente por la CPT del total de turistas ingresados al país en el año, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 91% cumpliéndose finalmente un 94,74%.
 - Porcentaje de aporte efectivo de agentes privados a las campañas de promoción anual del sector turismo el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 52% cumpliéndose finalmente un 52,5 %.

b. Promoción Turística Nacional

Durante el año 2008 se realizó el segundo Mercado del Turismo, en esta muestra participaron 126 municipios del país y el público visitante tuvo la oportunidad de tener una visión turística de norte a sur, conociendo actividades y valores económicos de 257 circuitos presentados a modo de paquete turístico (alojamiento, alimentación, transporte, actividades recreacionales, etc.) y que adicionalmente fueron dispuestos a los asistentes en una “Guía de Ofertas Nacionales” editada para la ocasión.

El éxito no sólo estuvo en la oportunidad de venta de los productos turísticos, sino también en la cantidad de oportunidades de negocios que esta instancia significó entre municipios, operadores, empresarios y el público. El evento estuvo abierto al público en general teniendo una afluencia total de 5.042 personas.

En otro ámbito el Servicio, en su condición de agente público encargado de Fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística nacional, celebró un convenio de transferencia de recursos financieros por un monto de MM \$1.000 con el Programa Chile Emprende. A través de este convenio se ejecutaron alrededor de 130 actividades definidas por los consejos público-privados y que se orientaron principalmente a la superación de brechas de calidad, el posicionamiento de marcas, la promoción de territorios y la comercialización de productos, estas actividades fueron ejecutadas en 14 regiones de nuestro país, beneficiando a 29 territorios con vocación turística de negocios.

Turismo Social

El programa Vacaciones Tercera Edad al finalizar la Temporada 2008 habrá permitido que viajen, 32.000 adultos mayores los cuales corresponden a todo chileno o residente permanente de 60 años y más, además de todos los jubilados pensionados o montepiados menores de 60 años y todas las personas con capacidad disminuida mayor de 18 años. Cada uno de ellos puede ir acompañado de una persona mayor de 18 años, que hace las veces de acompañante del beneficiario titular.

Se debe destacar que durante el año 2008 el Programa entregó un subsidio de alrededor de M\$ 1.900.000, con esta inversión se financia aproximadamente el 40% del paquete turístico de viajes por beneficiario a los diferentes destinos del país, correspondiendo el 60% restante ser costado por los propios beneficiarios del Programa.

En esta temporada se incorporaron dos nuevos destinos: Punta Arenas e Isla de Pascua, extendiéndose el programa a lo largo de todo el país. Estos dos nuevos destinos se incorporaron a los que ya estaban operando en el programa en temporadas anteriores: Arica, Iquique, Caldera /Bahía Inglesa, La Serena /Coquimbo, Viña del Mar, Pichilemu, Valle Las Trancas y Concepción o Chillán, Pucón, Villarrica, Valdivia, Puerto Montt, Puerto Varas y Chiloé.

Los paquetes turísticos incluyen: Traslado ida y vuelta en avión, tren o bus, alojamiento en habitación doble con baño privado, pensión completa, desayuno, almuerzo y cena, actividades recreativas, atención médica y paramédica, city tour y seguro de viaje.

Asimismo, el programa consideró 9.000 cupos de viaje, denominados cupos sociales Vacaciones Tercera Edad, financiados en aproximadamente en un 80% por SERNATUR, los que fueron distribuidos entre adultos mayores y personas con capacidad disminuida, estos adultos mayores corresponden aquellos que presentan un puntaje igual o inferior a 15.000 puntos en la Ficha de Protección Social, provenientes de 150 comunas a nivel nacional. Éstos tuvieron la opción de viajar hacia los destinos de: Arica, Iquique, Caldera /Bahía Inglesa, La Serena, Viña del Mar, Pichilemu, Pucón Villarrica y Valdivia.

Desde que comenzó el Programa el año 2001, ha beneficiado a más de 200.000 adultos mayores, que junto con beneficiar a éste segmento de la población, también ha significado una gran contribución para combatir la estacionalidad turística nacional, empleando alrededor de 1.800.000 noches camas durante los meses de temporada media y baja de turismo, lo que favorece paso a paso a la pequeña y mediana empresa regional.

Acerca del cumplimiento de metas relativas a los indicadores de desempeño asociados a este ámbito para el año 2008 fueron los siguientes:

- Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Vacaciones Tercera Edad como “Satisfactorio” o “Muy satisfactorio”, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 85,5% cumpliéndose finalmente un 99,01%.

-
- 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 cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 18,9% cumpliéndose finalmente un 25,1% y la Tasa de variación de adultos mayores que participan en el Programa Vacaciones Tercera Edad, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 5,3% cumpliéndose finalmente un 18,6%. Estos resultados se debieron principalmente a que la octava temporada del Programa incorporó dos nuevos destinos (Isla de Pascua y Punta Arenas) generando una alta demanda de beneficiarios, ya que constituían de acuerdo a estudios previos, destinos altamente valorados. Adicionalmente existió un incremento del periodo de ejecución del Programa, comparado con el año anterior, aumentándolo en un mes de ejecución, ya que los viajes comenzaron el 28 de junio del 2008 y en el año 2007 el día 23 de julio.

Para el año 2008, el Programa Gira de Estudio benefició a más de 10.400 alumnos/as y profesores/as, pertenecientes a 240 establecimientos educacionales municipalizados del país, con una inversión de más de M\$ 900 que permitió financiar el 70% del valor del paquete turístico de cada joven.

Al igual que el Programa Vacaciones Tercera el Programa Gira de Estudio contempla todos los componentes del paquete turístico, esto es: traslado en bus exclusivo para cada delegación, alojamiento en hoteles y/ o cabañas durante seis días y cinco noches, alimentación completa, cena, city tours, excursiones, visitas a museos, guía acompañante durante todo el viaje y seguro de viaje complementario.

Cabe destacar que los jóvenes que viajaron a los distintos destinos pudieron conocer los diversos atractivos de cada zona, como por ejemplo, en la Región de Coquimbo tuvieron la posibilidad de conocer la Cruz del tercer Milenio, la ciudad de La Serena, el observatorio de Mamalluca; la casa-escuela de Gabriela Mistral; el Valle del Encanto en la ciudad de Ovalle y el Valle del Elqui. De igual modo, los jóvenes que visitaron la Región del Bío-Bío visitaron la mina Chiflón del Diablo en Lota; el Monitor Huáscar en Talcahuano; el Parque Nacional Laguna del Laja, el Fundo San Agustín de Puñual y los Saltos del Laja. Los estudiantes que visitaron la Región de Los Lagos, éstos conocieron las ciudades de Valdivia, Puerto Montt y Puerto Varas, así como también visitaron la Isla Grande de Chiloé, el Lago todos los Santos y los Saltos del Petrohué. Por otro lado, se debe destacar que a comienzos del año 2008 se comprometió incluir en el programa a los jóvenes pertenecientes a la isla de Juan Fernández, los cuales tuvieron la oportunidad de visitar la región del Bío Bío y conocer sus principales atractivos. Ellos pudieron viajar gracias a la colaboración conjunta entre el Ministerio de Educación y la Armada de Chile, quienes gestionaron el traslado de los jóvenes hacia el continente y, en diciembre del año 2008, hicieron realidad el sueño de tener una gira de estudio a través de Sernatur.

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

-
- Tasa de variación de estudiantes que participan en el Programa Gira de Estudio, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 59,6% cumpliéndose finalmente un 107,1%. El resultado obtenido se debe principalmente a que la segunda temporada del Programa incorporó a dos nuevas regiones de origen (del Bío Bío y de Los Lagos), ampliando la cobertura de 6.000 a 10.000 beneficiarios programados para el periodo.

La temporada 2008 contempló el inicio de los viajes desde el 21 de julio, duplicando el periodo de ejecución en comparación a la primera temporada (los viajes del primer periodo se realizaron a partir del 24 de septiembre del 2007).

Durante la segunda temporada del Programa se implementó un sistema informático de postulación y reserva de viajes, para los establecimientos educacionales. Esto, optimizó la organización del plan de viajes, permitiendo una ejecución expedita y minimizó las deserciones de viaje durante el periodo 2008.

Por otra parte, la incorporación de la región de Los Lagos como nuevo destino, incrementó la oferta hotelera para el Programa, permitiendo el traslado de un mayor número de grupos de viaje por semana comparado con el periodo anterior.

- Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Gira de Estudio como “Satisfactorio” o “Muy satisfactorio”, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 85,5% cumpliéndose finalmente un 99,68%.
- Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en el Programa Giras de Estudio, el cual tenía como meta para el año 2008 un valor de 38,9% cumpliéndose finalmente un 40,08%.

Finalmente, durante el segundo semestre del año 2008 se elaboró la Guía Turismo Joven 2009, con un nuevo formato de edición, la que tiene por objetivo orientar y dar a conocer a los jóvenes entre 15 y 29 años la diversidad de destinos y atractivos turísticos del país. Esta Guía dentro de sus objetivos fue fomentar la campaña de conciencia turística y el cuidado del medio ambiente, adicionalmente se entregaron descuentos turísticos para los jóvenes en temporada alta y baja. Se imprimieron 225.000 ejemplares de los cuales, se distribuyeron 145.000 a través de un medio de circulación nacional, y 80.000 a lo largo del país a través de las oficinas de informaciones turísticas de Sernatur y de otros servicios públicos asociados.

Regiones

Durante el año 2008 se crearon las Direcciones Regionales de Arica-Parinacota y Los Ríos. Adicionalmente se debe destacar en el ámbito Regional la creación de tres nuevas Oficinas Locales, una en San Pedro de Atacama, en donde solo existía una Oficina de Información Turística, el objetivo de esta Oficina Local es entregar una respuesta más efectiva al alto flujo de turistas que visitan dicho destino, mejorando la calidad de información que se entrega al turista nacional y extranjero como así mismo incentivar al sector privado a lograr la certificación de calidad de los servicios existentes en la zona. La otra oficina es la de Arauco, ubicada en la comuna de Lebu, el fin esta es apoyar la actividad turística de esta provincia considerando el incremento del nivel de turistas que visita la zona y el potencial turístico de la misma. Por último se creó la Oficina Provincial de Ranco.

3. Desafíos 2009

Ley de Turismo:

En este ámbito los compromisos institucionales asociados a la tramitación del proyecto de Ley, están en sintonía con los del Ministerio de Economía, representante del ejecutivo en el Congreso, en orden a conseguir la aprobación del Proyecto en el transcurso de este año y de esta manera sea sancionada y promulgada por S.E la Presidente de la República en el presente mandato. Con este objetivo, Sernatur seguirá participando activamente en la discusión del proyecto en la Comisión de Economía del Senado, junto con los asesores del Ministerio.

Programa de Fomento al Turismo.

En relación al Programa de Fomento al Turismo se espera que para este año 2009 se de inicio en la ejecución de los proyectos, durante este año se harán inversiones conjuntas con el Ministerio de Obras Públicas en la habilitación de un Centro de Interpretación de la Era del Salitre en Humberstone, un Centro de Interpretación de los Hielos Continentales y el Cambio Climático en la Región de Aysén y acondicionamiento turístico de Fuerte Bulnes en Magallanes. Así también, con el Programa Sendero de Chile se hará un estudio jurídico para la inversión en suelo de comunidades Aymaras para el desarrollo de actividades turísticas en Parinacota, y rediseño e inversiones en la zona de la Cueva del Milodón en Magallanes. Además, se invertirá en diseños, ordenamiento territorial y equipamiento para el turismo en Putre, Campo de Hielo Norte y en la Carretera Austral.

En el ámbito de la información, se desarrollarán mejoras en instrumentos de medición de la actividad turística y que sirven como insumos para la Cuenta Satélite correspondiente. Se diseñará el modelo de Observatorio Turístico de Destino; y se mejorará parcialmente el equipamiento de las oficinas de información turística.

En lo relacionado con el desarrollo de la actividad, se elaborarán los primeros planes de destino y se pondrán en marcha las gerencias de los destinos emergentes.

Para apoyar el fortalecimiento institucional, se hará un diagnóstico de brechas de desempeño institucional y un diseño para superar esas brechas en concordancia con el proyecto de Ley del Turismo.

Promoción Turística

a. Promoción Turística Internacional

Para el año 2009 el Gobierno invertirá cerca de M\$ 3.000.000 en la Promoción Turística de Chile en el extranjero, lo que representa un incremento del 26,4% respecto al año anterior. Con ello se pretende consolidar la realización de campañas de promoción orientadas al público final, posicionando a Chile como un destino para el turismo de intereses especiales, donde se viva una experiencia memorable.

Se trabajará fuertemente con los principales medios escritos de los mercados de Norteamérica, Europa, Brasil y Argentina, con el objeto de poner a nuestro país como un destino de moda, fortaleciendo el posicionamiento de Chile como destino turístico.

Se fortalecerá el trabajo de promoción en los canales de comercialización, capacitando a los agentes de viajes internacionales para que puedan vender mejor nuestros productos turísticos, se realizarán campañas conjuntas con importantes operadores mayoristas internacionales. Se incrementará la postulación de Chile como sede de congresos y convenciones internacionales, permitiendo aumentar la demanda de turismo de negocios, beneficiándose de la imagen de país estable y seguro que proyecta nuestro país.

Con este conjunto de acciones promocionales se pretende alcanzar la meta de recibir 3.000.000 de turistas extranjeros hacia el Bicentenario, incrementando la llegada de turistas en los principales destinos ubicados en las regiones de Chile, así como atraer a grupos de turistas con un mayor nivel de gasto turístico que aumenten los beneficios económicos de las comunidades que los reciben.

b. Promoción Turística Nacional

Respecto a la Promoción Turística Nacional se ejecutará el Programa de Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno, con un financiamiento de M\$ 490.000, cuyo desafío es estimular el turismo doméstico en baja y media temporada, a través del conocimiento de la demanda, diversificación de los destinos e innovación tecnológica.

El propósito del Programa es invitar a los residentes de Chile a conocer el territorio nacional a través de alternativas de viaje de fácil acceso y con precios convenientes.

Los elementos claves del programa son un mayor conocimiento de la demanda; profundización y diversificación de la oferta; incorporación de tecnología en el proceso de venta; y desarrollo de acciones comunicacionales efectivas.

El punto de partida es el levantamiento de información para conocer, en profundidad, a los chilenos que viajan por motivos vacacionales, en los que se focalizará el esfuerzo comercial. Con esto se busca configurar, de manera correcta, el producto turístico de acuerdo a las reales necesidades de

los chilenos y chilenas. Para esto, se ha destinado un presupuesto de M\$ 70.000 aproximadamente.

El paso siguiente es la configuración del producto turístico: “Estrategia de Producto”, expresado a través de paquetes que incorporen nuevos destinos turísticos, con innovadoras ofertas en su interior. El financiamiento que se destino para este ítem es aproximadamente M\$ 350.000.

Finalmente, a través de una plataforma tecnológica los productos se pondrán a disposición de los turistas. Esta Estrategia de Comercialización permitirá concentrar el esfuerzo del conjunto de organizaciones involucradas en la iniciativa, para esto se ha destinado un alrededor de M\$ 70.000.

Turismo Social

Para la temporada 2009 el Programa Vacaciones Tercera Edad incrementará a 34.000 los cupos de viaje, los que serán distribuidos en 10.000 cupos sociales y 24.000 cupos regulares, con la opción de conocer los destinos de Arica, Iquique, Caldera /Bahía Inglesa, La Serena / Coquimbo, Viña del Mar, Pichilemu, Valle Las Trancas y Concepción o Chillán, Pucón, Villarrica, Valdivia, Puerto Montt, Puerto Varas, Chiloé, Punta Arenas e Isla de Pascua.

En el 2009 el Programa Gira de Estudio, además de las regiones que ya han participado, se beneficiará también a la Región del Maule, lo que permitirá favorecer a aproximadamente 11.000 jóvenes más. Esto se traducirá en que al término del gobierno se habrá beneficiado a más de 27.000 estudiantes de liceos municipales.

Cabe señalar que la implementación de este programa también ha permitido favorecer el desarrollo de los negocios principalmente de pequeñas y medianas empresas de cada región de destino, por lo que se espera seguir contribuyendo con la mantención y generación de nuevos empleos y con el mejoramiento de la infraestructura y de los servicios turísticos, potenciando además a beneficiarios indirectos como los artesanos de cada región.

Asimismo, para este año 2009 también se incorporará un nuevo destino de viaje, la Región de la Araucanía, la cual, al igual que los destinos ya existentes, podrá aprovechar las ventajas de recibir turistas en las temporadas con menos afluencia de viajeros.

Para el año 2009 y segundo periodo de ejecución del Programa Chile Emprende-Sernatur, se generó un convenio por un monto total de MM\$ 1.625 lo que representa un incremento aproximado del 54% respecto del año 2008. En términos de los recursos para inversión estos se pactaron en MM\$ 1.550 los que en términos del año pasado obedecen a un incremento aproximado del 55%.

En términos de la planificación del año 2009, se intervendrá en aproximadamente 35 territorios -un 21% más que el año 2008- lo que generara un aumento de cobertura y la suma de una nueva región con respecto al año 2008.

Finalmente en términos del trabajo a desarrollar durante el año 2009, se definieron tres lineamientos estratégicos claves para fortalecer y sustentabilizar la intervención del año 2008. Las áreas definidas fueron Promoción, Planificación y Calidad.

Sistema de Certificación

Durante el año 2009, se desarrollarán acciones en todas las regiones del país que permitan coordinar, consolidar y fortalecer la Red de Apoyo al Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos. Esta Red de apoyo estará conformada por las Direcciones Regionales de CORFO, Direcciones Regionales de SERNATUR, Agentes Operadores Intermediarios, Consultores, Organismos de Certificación y Gerencias de Territorios Chile Emprende. Se desarrollarán capacitaciones, talleres y videoconferencias que permitan abordar aspectos de comunicación, procedimientos, financiamientos y estrategias que permitan asegurar un buen desempeño de la Red y provocar efectos positivos directos sobre las empresas beneficiarias del sector turismo, generando de paso, un sistema de monitoreo permanente en todas las regiones.

Se generará un Plan de Difusión que incluirá la publicación de material, normas impresas, dípticos y una nueva plataforma web, orientado a motivar a los empresarios para incorporarse al Sistema y, por otra parte, facilitar el trabajo de la Red de Apoyo en todo el país.

Adicionalmente, se abordará un Plan de Gestión con Organizaciones Empresariales, a nivel central y de regiones, que permita informar adecuadamente a sus dirigentes sobre los beneficios del Sistema, alcances y establecer una mesa de dialogo permanente con el sector privado.

Durante este año el Sistema se propondrán los Reglamentos necesarios para dar una estructura legal a la Ley de Turismo en los aspectos de calidad y seguridad para los servicios turísticos.

Finalmente, se espera que durante el año 2009 al menos 100 empresas logren implementar y certificar las normas de calidad.

Regiones

En otro contexto la Región de Atacama se posicionó como destino del Rally Dakar Chile Argentina 2009 a través de la autorización y uso de la marca Dakar–Chile-Atacama. Se realizó una exposición de la marca Atacama en el equipo de nombre Turismo Chile Atacama que competió en el Rally Dakar. El paso del Rally Dakar en la región generó ingresos de alrededor de MM\$ 1.150.

4. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2008
- 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 2008
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo
- Anexo 9: Proyectos de Ley

- **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 fines de lucro, cuyo objetivo sea la promoción turística de Chile en el extranjero, y transferir recursos para dichos efectos.
- D.S. N° 227, de 1987 Reglamento de Calificación y Clasificación de Hoteles, Moteles y Apart-hoteles, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- D.S .N° 701, de 1993, Reglamento de Clasificación de Residenciales y Camping, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- D.S N° 232, de 2006, del Ministerio de Economía Fomento y Reconstrucción que aprueba Reglamento para aplicación del artículo 5 N° 22, del DL N° 1224, de 1975.
- Decreto Fuerza Ley N° 29 (18.834), de 1990, actualizado marzo de 2005

- **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 Proyecto de Ley de Presupuestos- Año 2008

Número	Descripción
1	<p>Programa de Fomento del Turismo M\$ 1.142.362</p> <p>El Programa ha sido concebido para mejorar la competitividad turística de Chile, a través de la captación de nuevos segmentos de mercado que ayuden a superar los obstáculos enfrentados actualmente por el sector. Para afrontar la concentración espacial y temporal de la actividad, el Programa apoya inversiones de puesta en valor turística de atractivos públicos en áreas seleccionadas por su potencial para diversificar territorialmente la oferta y para desestacionalizar la afluencia turística: i) Área del Norte Grande, cuyos límites se sitúan entre Arica-Parinacota-Alto Iquique; ii) Área Austral que comprende el sur de la región de Aysén (Parque Nacional Laguna San Rafael; y iii) Área de la Patagonia y Tierra de Fuego, entre Puerto Natales, Punta Arenas, Puerto Williams y Parque Nacional Cabo de Hornos. Las tres áreas se caracterizan por una elevada concentración de atractivos turísticos singulares, de jerarquía internacional, y por estar siendo utilizadas como corredores de tránsito hacia destinos ya consolidados tanto a nivel nacional (San Pedro de Atacama, Torres del Paine), como regional (Cuzco-Machu Picchu en Perú, Lago Titicaca en Bolivia o Calafate en Argentina) y, por ello, cuentan ya con cierta presencia en canales de información y prescripción turística en mercados emisores relevantes para el Programa. Adicionalmente, para afrontar los problemas de competitividad empresarial y de debilidad y coordinación institucional, el Programa contempla acciones destinadas a mejorar la organización y capacidad de competir del empresario turístico y apoya acciones de fortalecimiento de SERNATUR a nivel central y regional, así como el establecimiento de mecanismos de gestión en los destinos, que permitirán la articulación sistemática de las inversiones públicas y privadas bajo una misma estrategia de desarrollo.</p>
2	<p>Programa de Promoción Turística M\$ 3.230.181</p> <p>La justificación que da origen al programa es que a través de éste, se satisfaga la necesidad de contar con un ente gestor y ejecutor de acciones encaminadas a mejorar el posicionamiento turístico de Chile en el extranjero a través de la acción conjunta de empresarios turísticos con potencial exportador y con la participación del Estado como promotor de la promoción turística, representado por SERNATUR.</p> <p>El problema que se plantea resolver a través de este programa se relaciona con: "La baja incidencia del turismo en el crecimiento económico del país", el cual aún existe aunque es posible afirmar que el desconocimiento de Chile como destino turístico ha ido disminuyendo paulatinamente, ya que los niveles de ingresos de turistas al país han aumentado. Sin embargo, analizando el programa en el contexto internacional el nivel de inversión es aún bajo. Chile gasta 10 veces menos en promoción turística que países con igual nivel de desarrollo turístico. Un ejemplo es el caso de Perú que, a partir del año 2002, su tasa de embarque considera US\$15 para financiar el fondo de promoción turística, fondo que alcanza los US\$15 millones; Argentina, gasta del orden de US\$13 millones (sólo la provincia de Mendoza cuenta con presupuesto de US\$1 millón); y Costa Rica, US\$ 12 millones. Países de alto nivel de desarrollo turístico invierten montos del orden de US\$50 millones como es el caso de Nueva Zelanda; Austria, US\$70 millones y México US\$80 millones.</p> <p>Esto genera un creciente entorno muy competitivo, donde los destinos que no se promocionen fuertemente perderán competitividad, con la consiguiente pérdida de flujos turísticos y de ingreso de divisas.</p> <p>Es necesario consolidar y potenciar un programa de promoción a nivel internacional, el cual sistemáticamente defina estrategias consistentes y que destine recursos para la promoción en los mercados definidos como meta, ya que a mediano plazo se obtendrá un flujo de turistas más alto y estable, así como un aumento en los ingresos de divisas.</p> <p>Durante el año 2007 Chile registró un total de 2.506.756 llegadas de turistas extranjeros, cifra superior en 12% a la registrada el año anterior. Los ingresos monetarios por concepto del denominado "turismo receptivo", ascienden a US\$1.803 millones. Esta última cifra, comparada con el valor total de las exportaciones de bienes del país equivale aproximadamente a un 3,5% y a un 3% del valor de las exportaciones conjuntas de bienes y servicios. También puede compararse con exportaciones de otros bienes tradicionales: las divisas por turismo superan el valor de las exportaciones de vino, son superadas por las exportaciones de salmón y trucha (rubro que está teniendo una importante expansión). Por otra parte, representan cerca del 6% de las exportaciones de cobre (Fuente: SERNATUR, Banco Central, cifras de ingreso de divisas provisorias).</p> <p>Las proyecciones para el 2010 son alcanzar el ingreso de 3 millones de turistas al país, con un ingreso de divisas estimado de US\$ 2.000 millones. Lo anterior como resultado de las acciones promocionales a emprender en el marco de este Programa, según el Plan de Marketing 2007-2010 y del esfuerzo conjunto de los sectores público y privado, con los respectivos recursos para financiar las acciones promocionales definidas en el mencionado Plan.</p>

Número	Descripción
3	<p>Programa Fortalecimiento de la Oferta Turística para el Mercado Interno M\$1.029.000 La PYME turística es un actor a potenciar pues es parte clave de los impulsos que dinamizan la economía en el ámbito local. El Programa pretende fortalecer la cadena de comercialización, incorporar inteligencia de mercado en el proceso de toma de decisiones y desarrollar estrategias comunicacionales, permitiendo así que este actor eleve su competitividad.</p> <p>A. INVESTIGACIÓN DE MERCADO M\$ 155.000 Los efectos generados por el turismo interno son todavía parcialmente conocidos debido a carencias de información que permitan situarlo de manera precisa en el contexto general de la economía. No obstante, se han realizado mediciones, éstas no han sido regulares y la información es aun insuficiente para apoyar la toma de decisiones relevantes para el sector, afectando a todos sus actores. La realización de investigaciones de mercado tiene una importancia crítica para apoyar estrategias de desarrollo de productos y de comercialización que sean competitivas. Conocer con mayor profundidad el desempeño del turismo interno (flujos, consumo) y entender mejor a nuestros consumidores (motivaciones, expectativas, satisfacción) constituyen el objetivo principal a conseguir a través de esta acción.</p> <p>B. DESARROLLO DE PRODUCTOS M\$ 325.000 Aumentar la competitividad (la comercialización y el desarrollo de productos); Dentro de la información que se ha levantado respecto a la demanda de turismo interno, se ha logrado identificar percepciones que deben ser abordadas.</p> <p>Viajar por Chile es muy caro, es sin lugar a dudas el principal paradigma del turismo interno. Actualmente, la oferta de viajes hacia el extranjero es igual o más accesible (condiciones crediticias) en términos económicos, presenta precios realmente competitivos respecto a las prestaciones ofrecidas y adicionalmente, es presentado de manera atractiva (empaquetamiento e imagen). Por el contrario, la percepción de los chilenos respecto a la oferta nacional es que (además de caro) el producto es poco atractivo en su presentación y venta, la calidad de servicio no se condice con los precios y finalmente, no concuerda con las necesidades y hábitos de consumo. La existencia de una oferta que se ajuste a las necesidades y expectativas de los consumidores constituye una etapa fundamental para el incremento del turismo interno. La construcción de alianzas de negocios entre empresas de transporte de pasajeros, prestadores de servicios de alojamiento y alimentación, operadores turísticos locales y operadores mayoristas, en el marco de una instancia de apoyo público, permitiría no sólo mejorar las deficiencias actuales de la oferta, sino instalar una manera de hacer las cosas (desarrollar productos) que se adecue a los cambios de un entorno altamente dinámico.</p> <p>C. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL M\$ 500.000 La implementación de una correcta estrategia de comunicaciones es determinante en los resultados que se obtienen. No se trata de la ejecución de campañas publicitarias genéricas o impresión de grandes cantidades de material, más bien de una serie de acciones que relevarán el sentido del Programa a lo largo de su ejecución y visibilizarán los productos que se ofrezcan. La estrategia será la herramienta a través de la cual se cautive al público, se informe a los participantes, se acerque a la oferta y demanda y se muestre a Chile como una experiencia interesante, entretenida y accesible para los propios chilenos y chilenas.</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.

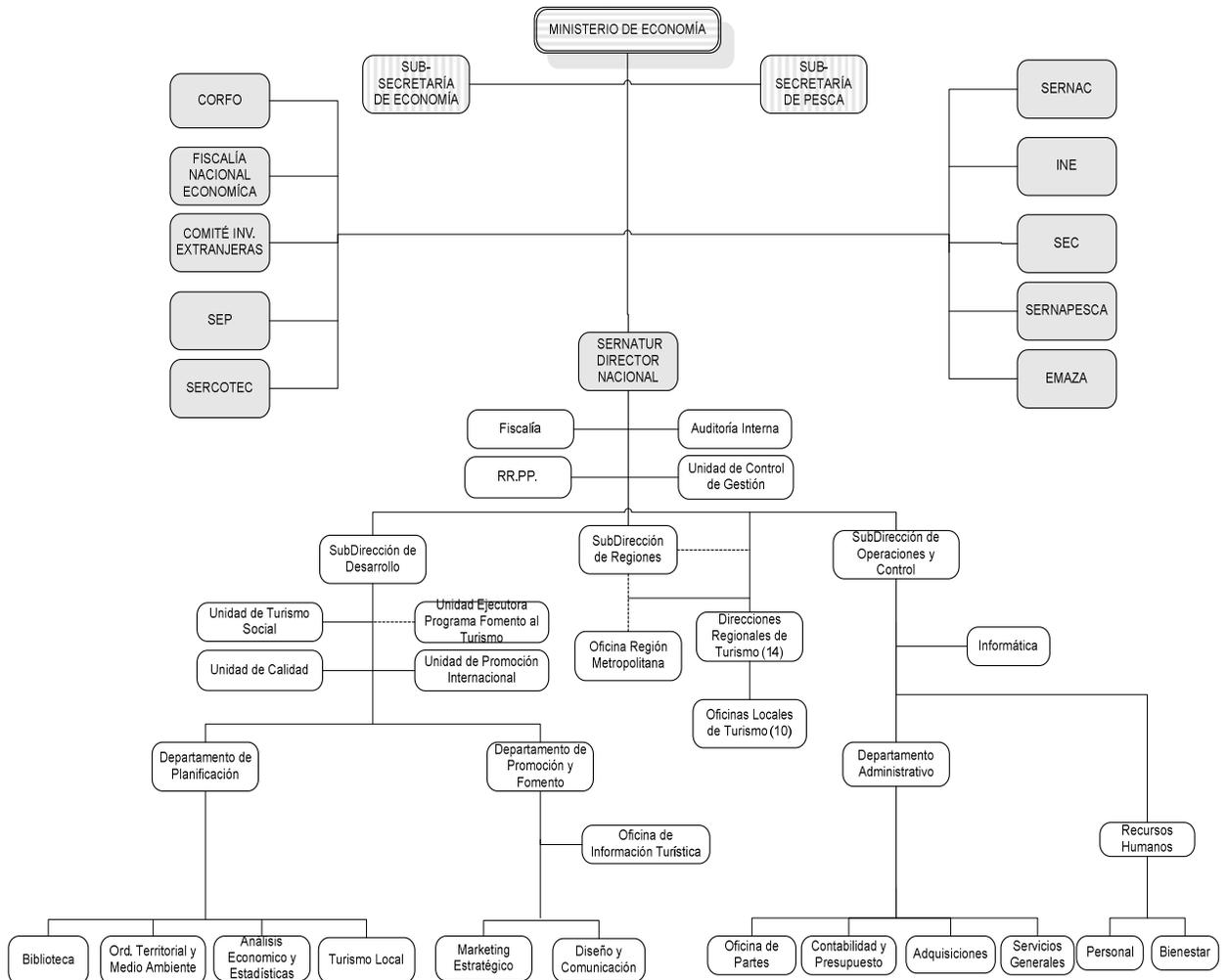
- Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
<i>Información Sectorial</i>		
1	<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
<i>Promoción del turismo a nivel internacional</i>		
2	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en actividades de difusión • Realización de actividades de promoción 	2,5
<i>Turismo Interno</i>		
3	<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
<i>Desarrollo sustentable de la oferta turística</i>		
4	<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



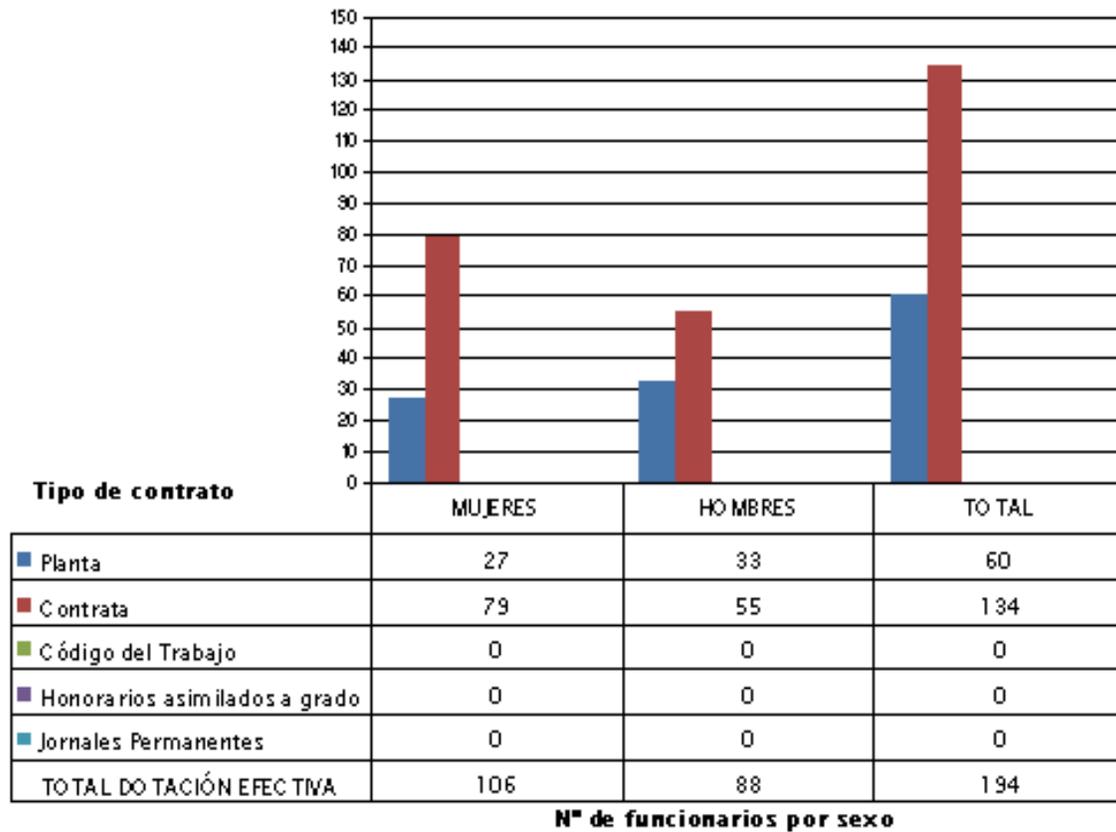
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Oscar Santelices Altamirano
Subdirectora de Desarrollo	Javiera Montes Cruz
Subdirectora de Regiones	Fernada Noriega Berrios
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	Sebastián Raby Guarda
Jefe Departamento Administrativo(S)	Alejandra Vargas Bustos

• Anexo 2: Recursos Humanos

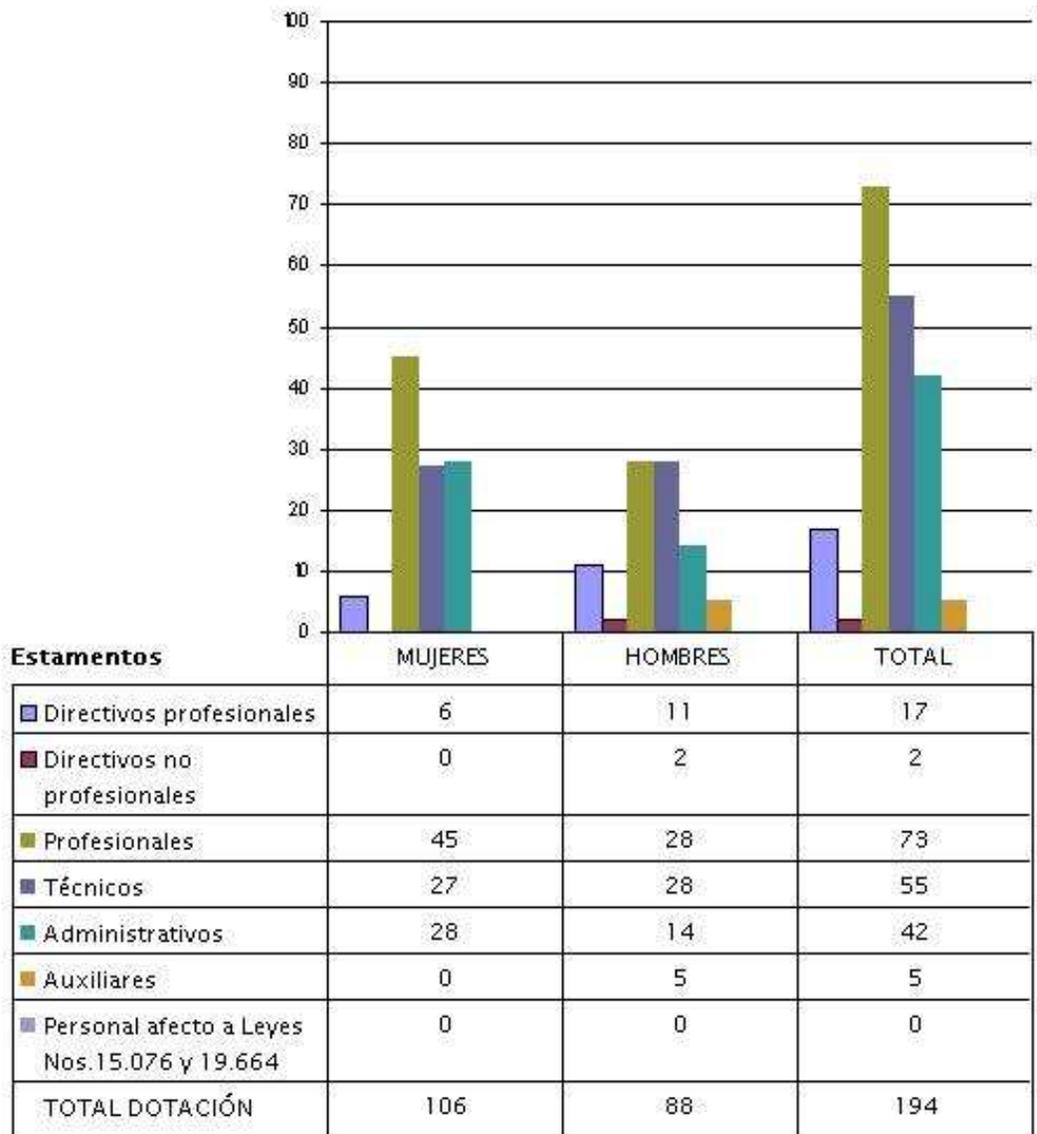
a) Dotación de Personal

- Dotación Efectiva año 2008¹ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)

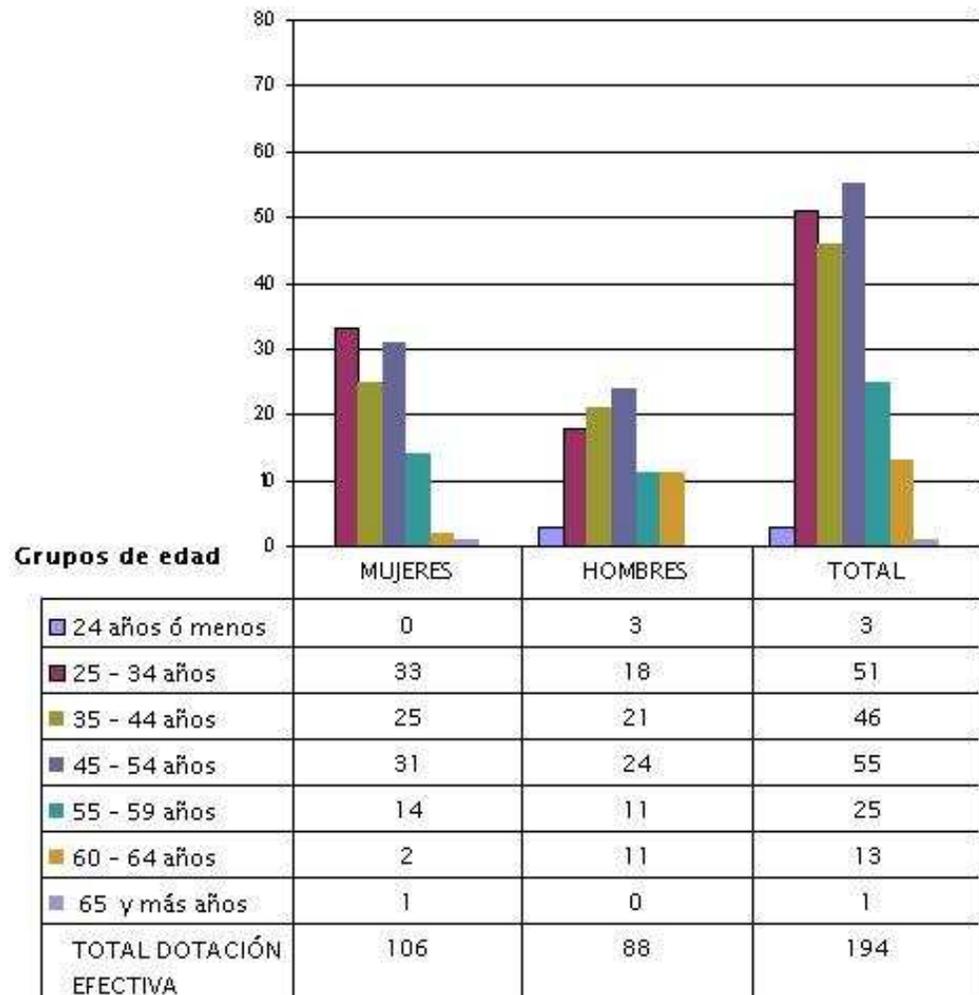


¹ Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes Nos 15.076 y 19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2008. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

- Dotación Efectiva año 2008 por Estamento (mujeres y hombres)



- Dotación Efectiva año 2008 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ²		Avance ³	Notas
		2007	2008		
1. Días No Trabajados					
Promedio Mensual Número de días no trabajados por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas, días administrativos y permisos sin sueldo año } t/12)/\text{Dotación Efectiva año } t$	1,5	1,7	88,2	1
2. Rotación de Personal					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.					
	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año } t/ \text{Dotación Efectiva año } t) *100$	5,6	18,7	29,9	1
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
• Funcionarios jubilados	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios Jubilados año } t/ \text{Dotación Efectiva año } t)*100$	0,0	2,6	---	2
• Funcionarios fallecidos	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios fallecidos año } t/ \text{Dotación Efectiva año } t)*100$	0,0	0,0	---	3
• Retiros voluntarios					
○ con incentivo al retiro	$(\text{N}^\circ \text{ de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año } t/ \text{Dotación efectiva año } t)*100$	0,0	0,0	---	1
○ otros retiros voluntarios	$(\text{N}^\circ \text{ de retiros otros retiros voluntarios año } t/ \text{Dotación efectiva año } t)*100$	4,5	15,5	29,0	1
• Otros	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t/ \text{Dotación efectiva año } t)*100$	1,1	0,5	220	1
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios ingresados año } t/ \text{N}^\circ \text{ de funcionarios en egreso año } t$	0,6	1,3	46,1	1

2 La información corresponde al período Enero 2007 - Diciembre 2007 y Enero 2008 - Diciembre 2008.

3 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 ²		Avance ³	Notas
		2007	2008		
3. Grado de Movilidad en el servicio					
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	1,3	8,3	638,4	2
3.2 Porcentaje de funcionarios recontratados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontratados en grado superior, año t}) / (\text{Total contratos efectivos año t}) * 100$	5,9	1,5	25,4	2
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	68,2	48,5	71,1	2
4.2 Porcentaje de becas ⁴ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	0,6	0,0	0,0	2
4.3 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas para Capacitación año t} / \text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t})$	10,5	16,2	154,2	2
5. Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t} / 12) / \text{Dotación efectiva año t}$	2,8	1,7	164,7	1
6. Evaluación del Desempeño⁵					
Distribución del personal de acuerdo a los resultados de las calificaciones del personal.	Lista 1 % de Funcionarios	98,9	99,4	99,4	1
	Lista 2 % de Funcionarios	1,1	0,6	183,3	1
	Lista 3 % de Funcionarios	0,0	0,0	---	1
	Lista 4 % de Funcionarios	0,0	0,0	---	1

1. Indicador del tipo descendente
2. Indicador del tipo ascendente
3. Indicador del tipo neutro

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

5 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 2008			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto M\$	Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	10.096.892	Corriente ⁶	9.474.696
Endeudamiento ⁷	0	De Capital ⁸	106.085
Otros Ingresos ⁹	2.745.980	Otros Gastos ¹⁰	3.262.091
TOTAL	12.842.872	TOTAL	12.842.872

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

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

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

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

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

b) Resultado de la Gestión Financiera

Cuadro 3				
Ingresos y Gastos devengados años 2007 – 2008, y Ley de Presupuestos 2009				
Denominación	Monto Año 2007	Monto Año 2008	Monto Ley de Presupuestos Año 2009	Notas
	M\$	M\$	M\$	
INGRESOS	11.452.282	10.357.065	15.844.715	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	-	83.524	0	1
OTROS INGRESOS CORRIENTES	57.227	170.926	55.224	2
RECUPERACIONES Y REEMBOLSOS POR LICENCIAS MEDICAS	43.796	63.481	42.480	
OTROS	13.431	107.445	12.744	
APORTE FISCAL	11.391.313	10.096.892	12.249.642	3
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	3.742	3.725	4.009	
VEHÍCULOS	3.742	3.725	4009	
RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS	-	1.998		
ENDEUDAMIENTO	-	0	3.535.640	4
ENDEUDAMIENTO EXTERNO	-	0	3.535.640	
SALDO INICIAL DE CAJA	-	0	200	
GASTOS	12.049.074	11.632.087	15.844.715	
GASTOS EN PERSONAL	2.861.296	2.995.726	3.659.751	5
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	1.173.532	1.100.544	2.952.342	6
PRESTACIÓN DE SEGURIDAD SOCIAL	-	96.473	0	7
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	6.473.460	5.732.332	7.979.055	8
AL SECTOR PRIVADO	6.473.460	5.620.765	7.624.093	
PROGRAMA DE PROMOCION TURÍSTICA	2.667.626	2.613.939	3.359.461	
PROGRAMA VACACIONES TERCERA EDAD	3.244.581	2.070.159	2.861.981	
PROGRAMA GIRAS DE ESTUDIO	561.253	936.667	912.007	
PROGRAMA FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA TURISTICA PARA EL MERCADO INTERNO			490.644	
AL GOBIERNO CENTRAL			91.430	
PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO - CONAMA (SENDERO DE CHILE)			91.430	
A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS	-	111567	263.532	
PROGRAMA DE FOMENTO DE TURISMO	-	111567	263.532	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	92.834	119.472	320.383	9
VEHÍCULOS	24.952	49.532	41.524	
MOBILIARIO Y OTROS	26.794	27.562	18.054	
MAQUINAS Y EQUIPOS			12.001	
EQUIPOS INFORMATICOS	30.117	32.245	113.510	
PROGRAMAS INFORMATICOS	10.972	10.133	135.294	
TRANSFERENCIAS DE CAPITAL			860.512	6

Cuadro 3				
Ingresos y Gastos devengados años 2007 – 2008, y Ley de Presupuestos 2009				
Denominación	Monto Año 2007	Monto Año 2008	Monto Ley de Presupuestos Año 2009	Notas
	M\$	M\$	M\$	
AL GOBIERNO CENTRAL			860.512	
PROGRAMA AL FOMENTO DE TURISMO MOP			860.512	
PRESTAMOS		1.934		
ANTICIPO POR CAMBIO DE RESIDENCIA		1.934		
SERVICIO DE LA DEUDA	1.447.951	1.585.606	72.672	6
INTERESES DEUDA EXTERNA			32.229	
OTROS GASTOS FINANCIEROS DEUDA EXTERNA			40.443	
DEUDA FLOTANTE	1.447.951	1.585.606	-	
SALDO FINAL DE CAJA	-	0	0	
RESULTADO DEL EJERCICIO	-596.792	-1.275.022		

1. Existe una diferencia entre los ingresos devengados año 2007, 2008 y la Ley de Presupuesto año 2009, debido a que dicho concepto corresponde a transferencia del Ministerio de Bienes Nacionales para ejecutar en el Programa de Turismo Social y Recreacional durante el año 2008.
2. Respecto a los ingresos devengados años 2007 y 2008 en el subtítulo 08 “Otros Ingresos Corrientes” corresponden a recuperación de subsidio por incapacidad laboras, así como también a ingresos provenientes de rendiciones de años anteriores presentadas por la Corporación de Promoción Turística, así como también a ingresos por concepto de reintegros, remates y arriendos de bienes muebles.
3. Entre los años 2007, 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 Fomento de Turismo en el año 2008.
4. 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.
5. El incremento en la Ley de Presupuesto del año 2009, corresponde a los recursos contemplados para la ejecución de Programa de Fomento de Turismo, así como también a la incorporación de 38 cargos contratados durante el año 2008, bajo la modalidad honorarios (mayoritariamente del subt. 24) que pasaron a la contrata para el período 2009.
6. El incremento de este Subtitulo en la Ley de Presupuesto del año 2009, corresponde a los recursos contemplados para la ejecución de Programa de Fomento de Turismo.
7. Corresponde a recursos incorporados durante el ejercicio 2008 para el pago de Bonificación por retiro Leyes 19.882 y 20.212.
8. En el subtítulo 24 Transferencias Corrientes el gasto devengado de los años 2007 y 2008 así como también la Ley de Presupuesto año 2009 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 y Giras de Estudio.
9. El presupuesto de gasto para Adquisición de Activos no financieros presenta un incremento para el presupuesto del año 2009 ya que parte importante de dichos recursos corresponden al Programa de Fomento de Turismo.

c) Comportamiento Presupuestario Año 2008

Cuadro 4 Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2008								
Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial[1] (M\$)	Presupuesto Final[2] (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia [3] (M\$)	Notas
			INGRESOS	11.840.217	11.496.389	10.357.065	1.139.324	
'05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES DEL SECTOR PRIVADO ADMINISTRADORA DE FONDO	74.576	89.959	83.524	6.435	1
	'01		DEL GOBIERNO REGIONAL	0	15.383	8.948	6.435	
	'02		SUBSECRETARIA DE BIENES NACIONALES	74.576	74.576	74.576	0	
		'003		74.576	74.576		74.576	
'08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	12.460	140.316	170.926	-30.610	2
	'01		RECUPERACIONES Y REEMBOLSOS POR LICENCIAS MEDICAS	5.608	44.660	63.481	-18.821	
	'99		OTROS	6.852	95.656	107.445	-11.789	
'09			APORTE FISCAL	10.459.660	10.096.892	10.096.892	0	
	'01		LIBRE	10.459.660	10.096.892	10.096.892	0	
'10			VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	3.775	3.775	3.725	50	
	'03		VEHÍCULOS	3.775	3.775	3.725	50	
12			RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS POR ANTICIPO DE CAMBIO DE RESIDENCIA	0	1.934	1.998	-64	
	'07				1.934	1.998	-64	
'14			ENDEUDAMIENTO	1.289.746	1.163.513	0	1.163.513	3
	'02		ENDEUDAMIENTO EXTERNO	1.289.746	1.163.513	0	1.163.513	
			GASTOS	11.840.417	13.894.263	11.632.087	2.262.176	
21			GASTOS EN PERSONAL	2.617.999	3.001.134	2.995.726	5.408	4
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	1.200.209	1.128.778	1.100.544	28.234	
'23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	96.808	96.473	335	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTE AL SECTOR PRIVADO	7.898.957	7.956.750	5.732.332	2.224.418	
	'01			6.307.004	6.667.004	5.620.765	1.046.239	
		131	PROGRAMA DE PROMOCION TURÍSTICA	2.656.906	2.616.906	2.613.939	2.967	
		132	PROGRAMA VACACIONES TERCERA EDAD	3.110.863	3.110.863	2.070.159	1.040.704	5
		133	PROGRAMA GIRAS DE ESTUDIO	539.235	939.235	936.667	2.568	6
	'03		A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS	1.591.953	1.289.746	111.567	1.178.179	
		'005	PROGRAMA DE FOMENTO AL TURISMO	1.591.953	1.289.746	111.567	1.178.179	

Cuadro 4
Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2008

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial[1] (M\$)	Presupuesto Final[2] (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia [3] (M\$)	Notas
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	123.252	123.252	119.472	3.780	
	03		VEHÍCULOS	52.200	52.200	49.532	2.668	
	04		MOBILIARIO Y OTROS	47.668	27.668	27.562	106	
	06		EQUIPOS INFORMATICOS	12.275	32.275	32.245	30	7
	07		PROGRAMAS INFORMATICOS	11.109	11.109	10.133	976	
32			PRESTAMOS		1.934	1.934	0	
34			SERVICIO DE LA DEUDA		1.585.607	1.585.606	1	
			RESULTADO	-200	-2.397.874	-1.275.022	-1.122.852	

1. La diferencia entre el presupuesto inicial y Presupuesto final se debe obedece a funcionarios acogidos a la bonificación por retiro.
2. La Diferencia resultante entre el presupuesto final y los gastos devengados obedece principalmente a la recuperación de montos superiores a los estimados en la Ley de Presupuesto por concepto de "Recuperación y Reembolsos por Licencias Médicas" y a rendiciones efectuadas por la Corporación de Promoción turística.
3. La diferencia entre la ley de presupuesto inicial y final, obedece a la incorporación de Aporte Local al financiamiento del crédito para el Programa de Fomento de Turismo. Por su parte la diferencia entre el Presupuesto final y el gasto devengado, obedece al monto del crédito BID, el cual nunca ingresó debido a que no se firmó convenio.
4. Se incrementó el Subtitulo 21, respecto del Presupuesto inicial, con el objeto de financiar déficit.
5. La Diferencia entre el Presupuesto final y el gasto devengado de 2008 para el Programa Vacaciones Tercera edad, corresponde principalmente a saldos no utilizados y que serán incorporados en presupuesto 2009.
6. La diferencia entre el Presupuesto inicial y final, se debe principalmente a modificaciones del Programa Giras de Estudio, el cual aumentó su valor.
7. El incremento existente entre el presupuesto inicial y final obedece exclusivamente a la implementación de las Direcciones Regionales de Turismo y obsolescencia de equipamiento existente.

d) Indicadores de Gestión Financiera

Cuadro 5 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ¹¹			Avance ¹² 2008/ 2007	Notas
			2006	2007	2008		
Porcentaje de decretos modificatorios que no son originados por leyes	[N° total de decretos modificatorios - N° de decretos originados en leyes ¹³ / N° total de decretos modificatorios]*100		12,5	25	53,33	46,88	1
Promedio del gasto de operación por funcionario	[Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22) / Dotación efectiva ¹⁴]		18.119	20.733	21.115	98,19	2
Porcentaje del gasto en programas del subtítulo 24 sobre el gasto de operación	[Gasto en Programas del subt. 24 ¹⁵ / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100		109	160	140	114,65	3
Porcentaje del gasto en estudios y proyectos de inversión sobre el gasto de operación	[Gasto en estudios y proyectos de inversión ¹⁶ / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100		-	-	-	-	

1. Durante el año 2008, hubo quince modificaciones presupuestarias, de las cuales , siete correspondían a reajustes y otras Leyes
2. El año 2008 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 200, cuya dotación efectiva fue de 194
3. Para el ejercicio 2008 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, sin embargo éste disminuyó respecto al año 2007

11 Los factores de actualización de los montos en pesos es de 1,1350 para 2006 a 2008 y de 1,0872 para 2007 a 2008.

12 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.

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

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

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

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

e) Transferencias Corrientes¹⁷

Cuadro 6 Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2008 ¹⁸ (M\$)	Presupuesto Final 2008 ¹⁹ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ²⁰	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO					
Gastos en Personal	7.596.750	6.793.237	5.732.333	1.060.904	
Bienes y Servicios de Consumo	469.902	497.378	483.644	13.734	
Inversión Real	32.288	44.255	38.196	6.059	
Otros	0	0	0	0	
	7.094.560	6.251.604	5.210.493	1.041.111	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal	-	-	-	-	
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros ²¹					
TOTAL TRANSFERENCIAS	7.596.750	6.793.237	5.732.333	1.060.904	

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

18 Corresponde al aprobado en el Congreso.

19 Corresponde al vigente al 31.12.2008.

20 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

21 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

f) Iniciativas de Inversión²²

No aplica

²² Se refiere a proyectos, estudios y/o programas imputados en los subtítulos 30 y 31 del presupuesto.

● Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2008

- Indicadores de Desempeño presentados en el Proyecto de Presupuestos año 2008

Cuadro 7 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/NO ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
● Información Sectorial -Información Turística General	<u>Calidad/Producto</u>	((Numero de usuarios/as que califica la calidad de la atención como "Satisfactoria" o "Muy satisfactorio/Número total de usuarios/as encuestados/as) *100)	%	n.m.	86.8 %	93.7 %	87.0 %	SI	108%	
	Porcentaje de usuarios/as satisfechos/as con la calidad de la atención en las Oficinas de Información Turística (OIT)									
	Aplica Enfoque de Género: SI	Mujeres:		n.m.	51.9%	94.0%	48.8%			
		Hombres:		n.m.	48.1%	93.3%	51.2%			

23 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2008 es igual o superior a un 95% de la meta.

24 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2008 en relación a la meta 2008.

Cuadro 7 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/NO ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
●Promoción del turismo a nivel internacional										
<u>Economía/Producto</u>										
●Programa: Promoción Turística a Nivel Internacional Evaluado en: 1999										
	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)	%	59.9 %	47.5 %	52.5 %	52.0 %	SI	101%	
●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005										
	Aplica Enfoque de Género: NO									
●Promoción del turismo a nivel internacional										
<u>Economía/Resultado Final</u>										
●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005										
	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)	%	12.27 % 1199	12.78 % 1707.70	11.97 % 2020	2.40 % 1280	SI	499%	1
	Aplica Enfoque de Género: NO									

Cuadro 7 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/NO ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
<p>●Promoción del turismo a nivel internacional</p> <p>●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Norte</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((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)</p>	%	9.4 % 277622	4.5 % 292125	3.9 % 301678	-0.5 % 273000	SI	100%	2
<p>●Promoción del turismo a nivel internacional</p> <p>●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de Europa</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° de turistas provenientes de Europa ingresados al país año t/N° de turistas provenientes de Europa ingresados al país año t-1)-1)*100)</p>	%	4.7 % 382338	8.0 % 412104	1.5 % 422123	-0.1 % 393500	SI	100%	3
<p>●Promoción del turismo a nivel internacional</p> <p>●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Sur</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° de turistas provenientes de América del Sur ingresados al país año t/N° de turistas provenientes de América del Sur ingresados al país año t-1)-1)*100)</p>	%	13.4 % 1454140	16.0 % 1686244	11.0 % 1832600	3.0 % 1675000	SI	363%	4

Cuadro 7
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/NO ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
●Promoción del turismo a nivel internacional	<u>Economía/Resultado Intermedio</u>									
	Porcentaje de turistas provenientes de mercados abordados anualmente por la CPT del total de turistas ingresados al país en el año	((Número de turistas provenientes de mercados abordados por la CPT año t/Total de turistas ingresados al país año t)*100)	%	96.17 %	85.34 %	94.74 %	91.00 %	SI	104%	
●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005	Aplica Enfoque de Género: NO									
●Turismo Interno -Programas Especiales *Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida	<u>Calidad/Producto</u>									
	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)	%	88.00 %	97.99 %	99.01 %	85.50 %	SI	116%	
●Programa: Programa Vacaciones Tercera Edad Evaluado en: 2003	Aplica Enfoque de Género: SI	Mujeres:		0.00%	97.53%	99.12%	85.67%			
		Hombres:		0.00%	99.06%	98.41%	86.00%			

Cuadro 7 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/N O ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
●Turismo Interno -Programas Especiales *Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u> 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)	%	0.0 %	29.0 %	25.1 %	18.9 %	SI	133%	5
●Programa: Programa Vacaciones Tercera Edad Evaluado en: 2003	Aplica Enfoque de Género: NO									
●Turismo Interno -Programas Especiales *Adulto Mayor y personas con capacidad disminuida	<u>Eficacia/Producto</u> Tasa de variación de adultos mayores que participan en el Programa Vacaciones Tercera Edad	(((N° adultos mayores participantes del Programa Vacaciones Tercera Edad año t/N° adultos mayores participantes del Programa Vacaciones Tercera Edad año t-1)-1)*100)	%	0.1 % 19572	0.0 % 0.0	18.6 % 24858	5.3 % 20000	SI	354%	6
●Programa: Programa Vacaciones Tercera Edad Evaluado en: 2003	Aplica Enfoque de Género: SI	Mujeres: Hombres:		2.4% -5.3%	0.0% 0.0%	20.7% 12.8%	3.8% 9.2%			

Cuadro 7 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/NO ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
•Turismo Interno -Programas Especiales *Turismo Juvenil	<u>Eficacia/Producto</u>									
	Tasa de variación de estudiantes que participan en el Programa Gira de Estudio	$((N^{\circ} \text{ estudiantes participantes Programa Gira de Estudio año } t / N^{\circ} \text{ estudiantes participantes Programa Gira de Estudio año } t-1) - 1) * 100$	%	n.c.	0.0 % 0.0	107.1 % 10471	59.6 % 6864	SI	180%	7
	Aplica Enfoque de Género: NO									
•Turismo Interno -Programas Especiales *Turismo Juvenil	<u>Calidad/Producto</u>									
	Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Gira de Estudio como "Satisfactorio" o "Muy satisfactorio"	$((N^{\circ} \text{ beneficiarios que califica el Programa como "Satisfactorio" o "Muy satisfactorio"} / N^{\circ} \text{ total de beneficiarios encuestados}) * 100$	%	n.c.	0.00 %	99.68 %	85.50 %	SI	117%	
	Aplica Enfoque de Género: NO									
•Turismo Interno -Programas Especiales *Turismo Juvenil	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u>									
	Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en el Programa Giras de Estudio	$((N^{\circ} \text{ de noches camas utilizadas por el Programa Gira de Estudio} / \text{Total de noches camas disponibles en temporada baja y media en los establecimientos de alojamiento turístico participantes en el Programa}) * 100$	%	n.c.	0.0 %	40.8 %	38.9 %	SI	105%	
	Aplica Enfoque de Género: NO									

Cuadro 7 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2008										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2008	Cumple SI/NO ²³	% Cumplimiento ²⁴	Notas
				2006	2007	2008				
•Desarrollo sostenible de la oferta turística	<u>Economía/Proceso</u>									
	<u>o</u>									
	Porcentaje de ejecución del presupuesto FNDR asignado a iniciativas de inversión del Servicio	((Presupuesto FNDR ejecutado en iniciativas de inversión/Presupuesto FNDR asignado a iniciativas de inversión)*100)	%	84.4 %	115.6 %	126.7 %	100.0 %	SI	127%	8
	Aplica Enfoque de Género: NO									
•Implementación y difusión de normativa de servicios turísticos	<u>Eficacia/Producto</u>									
	<u>o</u>									
	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)	%	n.m.	66.7 %	1.2 %	80.0 %	NO	2%	9
	Aplica Enfoque de Género: NO									

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio: 95 %

Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas: 0 %

Porcentaje de cumplimiento global del servicio: 95 %

Notas:

1.-Cuando se realizó la estimación de las metas 2008, se previó un retroceso en la demanda de turistas de larga distancia (Norteamérica y Europa), ya que a mediados del año 2007 se produjo una desaceleración de la demanda y se pronosticaron, negativas condiciones macroeconómicas en el mundo para el año 2008. Sin embargo, a diferencia de lo proyectado, se registró un leve crecimiento en las llegadas de larga distancia y un aumento en el gasto de los turistas. Son estos turistas los que más reportan divisas a nuestro país. Adicionalmente, en el 2° semestre del 2008 cayó significativamente el valor del peso chileno, lo que produjo un aumento en las llegadas de turistas principalmente de los

mercados regionales (Argentina, Paraguay, Brasil, etc.), por lo favorable del tipo de cambio, generando también mayor capacidad de gasto de estos. Ambos factores generó un incremento de los ingresos de divisas respecto a lo esperado.

2.-Para este caso, no se puede explicar el cumplimiento de la meta calculando la relación entre la tasa variación logrado y tasa variación definida como meta, ya que estos porcentajes no tienen un cero absoluto. Por lo tanto, la variación entre el valor logrado y el estimado está dentro del intervalo que normalmente se ocupa para este tipo de estimaciones. La cifra lograda durante el año 2008, representa un cumplimiento del 104,4% en las llegadas de turistas norteamericanos a Chile. Cuando se realizó la estimación de las metas para el año 2008 se previó un retroceso en la demanda de turistas de Norteamérica, ya que a mediados del año 2007 se produjo una desaceleración de su demanda, y se pronosticó negativas condiciones macroeconómicas para el año 2008. Sin embargo el año 2008, a pesar que los índices macroeconómicos.

3.-Para este caso, no se puede explicar el cumplimiento de la meta calculando la relación entre la tasa variación logrado y tasa variación definida como meta, ya que estos porcentajes no tienen un cero absoluto. Por lo tanto, la variación entre el valor logrado y el estimado está dentro del intervalo que normalmente se ocupa para este tipo de estimaciones. La cifra lograda durante el año 2008, representa un cumplimiento del 101,6% en las llegadas de turistas europeos a Chile. Cuando se realizó la estimación de las metas para el año 2008 se previó un retroceso en la demanda de turistas de Europa, ya que a mediados del año 2007 se produjo una desaceleración de su demanda, y se pronosticó negativas condiciones macroeconómicas para el año 2008. Sin embargo el año 2008, a pesar que los índices macroeconómicos no fueron favorables, se registró un leve crecimiento en las llegadas de turistas Europeos.

4.-La cifra lograda durante el año 2008 representa un cumplimiento del 107,8% en las llegadas de turistas sudamericanos a Chile. El sobrecumplimiento se justifica debido a que en el 2° semestre del 2008 cayó significativamente el valor del peso chileno, lo que produjo un aumento en las llegadas de turistas principalmente de los mercados regionales (Argentina, Paraguay, Brasil, etc.). Los turistas provenientes de los mercados regionales son muy sensibles a la variación del tipo de cambio, y como el valor del peso chileno bajo, el cambio para ellos fue favorable, implicando para estos turistas ser muy conveniente visitar nuestro país y contar con mayor disponibilidad de gasto.

5.-Se ejecutó una movilización porcentualmente mayor a la estimada para el año 2008, fundamentada en que existió un período mayor de ejecución del Programa respecto al año 2007 (se adelantó en un mes), una mayor disposición de plazas (camas) para beneficiarios con la incorporación de 2 nuevos destinos (Isla de Pascua y Punta Arenas) y a la racionalización del proceso de postulación y organización de viajes producto de la informatización de éste. Se estableció un compromiso con DIPRES para aumentar al máximo la ejecución del Programa en el año 2008, permitiendo disminuir el período de extensión (marzo y abril de 2009), debido a que la contraloría autorizó para el año 2009 la posibilidad de renovación de contrato con la empresa adjudicataria. Ello generó una solicitud para la adjudicataria de aumentar al máximo la ejecución del Programa 2008, por estos motivos se sobrecumplió la meta.

6.-Se ejecutó una movilización porcentualmente mayor a la estimada para el año 2008, fundamentada en que existió un período mayor de ejecución del Programa respecto al año 2007 (se adelantó en un mes), una mayor disposición de plazas (camas) para beneficiarios con la incorporación de 2 nuevos destinos (Isla de Pascua y Punta Arenas) y a la racionalización del proceso de postulación y organización de viajes producto de la informatización de éste. Se estableció un compromiso con DIPRES para aumentar al máximo la ejecución del Programa en el año 2008, permitiendo disminuir el período de extensión (marzo y abril de 2009), debido a que la contraloría autorizó para el año 2009 la posibilidad de renovación de contrato con la empresa adjudicataria. Ello generó una solicitud para la adjudicataria de aumentar al máximo la ejecución del Programa 2008, por estos motivos se sobrecumplió la meta.

7.-Se ejecutó una movilización porcentualmente mayor a la estimada para el año 2008, fundamentada en que: 1. Se duplicó el período de ejecución del Programa en comparación con el año 2007, en que los viajes se iniciaron en Septiembre y en el 2008 en julio. 2. Existió una mayor disposición de plazas (camas) para beneficiarios, debido a la incorporación de 2 nuevas regiones de origen (Bío Bío y Los Lagos) y 1 nuevo destino (Los Lagos), ampliando la cobertura de 6.000 a 10.000 beneficiarios programados para el período. 3. Racionalización del proceso de postulación y organización de viajes, en esta temporada se implementó un sistema informático de postulación y reserva de viajes, para los establecimientos educacionales, optimizando la organización del plan de viajes, facilitando su ejecución

expedita y minimizo las deserciones de viaje durante el periodo 2008. Estos factores influyeron para el sobrecumplimiento.

8.-El sobrecumplimiento es consecuencia de que se realizaron modificaciones a las glosas presupuestarias de los Gobiernos Regionales (Glosa 02.4), que facilitaron el proceso de evaluación de iniciativas FNDR de promoción turística, capacitación y fomento productivo, entre otras; lo que permitió, por una parte, que varias iniciativas que tenían plazo estimado de inicio de ejecución durante el año 2009, se adelantaran al 2008.

9.-El financiamiento del sistema para incentivar a los empresarios recae sobre CORFO. Este instrumento estaba inicialmente programado para marzo de 2008, sin embargo, CORFO decidió retrasar la aprobación debido a modificaciones al sistema de apoyo. Adicionalmente existió un retraso en la aprobación en la Contraloría General de la República. En junio fue aprobado por la Contraloría General de la República el instrumento de financiamiento de apoyo a las empresas para la implementación y certificación de calidad, FOCAL Turismo de CORFO. La herramienta de fomento fue lanzada finalmente en septiembre de 2008, tras realizar un fuerte proceso de capacitación conjunta a consultores y operadores intermediarios. Quedando habilitado financieramente en algunas regiones solo a partir de noviembre de 2008. Lo que significó que las empresas comenzaran a partir de octubre el proceso que demora alrededor de 8 meses a 1 año, certificándose las primeras empresas recién en el primer semestre del 2009.

• Anexo 5: Programación Gubernamental

Cuadro 8 Cumplimiento Programación Gubernamental año 2008				
Objetivo ²⁵	Producto ²⁶	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ²⁷	Evaluación ²⁸	
Puesta en marcha de la primera etapa del Programa Fomento al Turismo (Sematur-BID)	Inicio de Ejecución de Proyecto Sematur-BID	Desarrollo sostenible de la oferta turística	1° Trimestre: CUMPLIDO	
			2° Trimestre: MEDIO	
			3° Trimestre: BAJO	
			4° Trimestre: BAJO	
Continuar la difusión y establecer las condiciones para la implementación y certificación de los servicios turísticos en cada una de las regiones del país.	Implementación y Certificación de calidad de a lo menos 200 servicios turísticos a lo largo de todo el país	Implementación y difusión de normativa de servicios turísticos	1° Trimestre: CUMPLIDO	
			2° Trimestre: CUMPLIDO	
			3° Trimestre: MEDIO	
			4° Trimestre: BAJO	
	Difusión nacional del Sistema de Certificación y las normas de Calidad en turismo.	Implementación y difusión de normativa de servicios turísticos	1° Trimestre: NO REQUIERE EVALUACIÓN	
			2° Trimestre: INCUMPLIDO	
			3° Trimestre: MEDIO	
			4° Trimestre: MEDIO	

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

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

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

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

**Cuadro 8
Cumplimiento Programación Gubernamental año 2008**

Objetivo ²⁵	Producto ²⁶	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ²⁷	Evaluación ²⁸
Incrementar destinos en Programas de Turismo Social	Aumento de 1 destino el Programa de Giras de Estudios para jóvenes en edad escolar (Enseñanza Media) y 2 ciudades de origen de los beneficiarios (Los Lagos y Bío Bío).	Turismo Interno	<p><u>1º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>2º Trimestre:</u> INCUMPLIDO </p> <p><u>3º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>4º Trimestre:</u> NO REQUIERE EVALUACIÓN</p>
	Aumento en un Destino en el Programa Vacaciones Tercera Edad	Turismo Interno	<p><u>1º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>2º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>3º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>4º Trimestre:</u> NO REQUIERE EVALUACIÓN </p>
Evaluar e implementar el Modelo de Gestión para Destinos Turísticos	Evaluar la implementación del Modelo de Gestión de Destinos turísticos en el Destino Pica	Desarrollo sostenible de la oferta turística	<p><u>1º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>2º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>3º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>4º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p>
	Realizar Seguimiento a la implementación del Modelo de Gestión de Destinos turísticos en el Destino Valdivia	Desarrollo sostenible de la oferta turística	<p><u>1º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>2º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>3º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p> <p><u>4º Trimestre:</u> CUMPLIDO </p>

**Cuadro 8
Cumplimiento Programación Gubernamental año 2008**

Objetivo ²⁵	Producto ²⁶	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ²⁷	Evaluación ²⁸
Elaboración de lineamientos y contenidos estratégicos para la formulación del Plan de Marketing de Turismo Interno	Plan de Marketing de Turismo Interno	Turismo Interno	<p><u>1º Trimestre:</u> CUMPLIDO</p> <p><u>2º Trimestre:</u> CUMPLIDO</p> <p><u>3º Trimestre:</u> CUMPLIDO</p> <p><u>4º Trimestre:</u> CUMPLIDO</p>



• **Anexo 6: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas²⁹**
(01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008)

Programa/Institución : Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT)
Año Evaluación : 2005
Fecha del Informe : lunes, 18 de mayo de 2009 13:19:57

Cuadro 9
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
------------	--------------

3. Monitorear los resultados del Plan de Marketing Internacional 2006 y elaborar en función de los resultados del año 2006 el Plan de Marketing Internacional 2007, introduciendo además los ajustes necesarios al Plan de Marketing Turístico Internacional para el período 2006-2010.

Para el año 2007 se diseñó un Plan de Marketing el cual establece los siguientes objetivos y metas: **Objetivo general:** Posicionar a Chile en el ámbito internacional como destino turístico recreativo de intereses especiales, y como destino sede de congresos y convenciones internacionales. **Definición de posicionamiento:** Chile, naturaleza que conmueve, que sorprende. El lugar donde la naturaleza se impone, salvaje, auténtica y no modelada. La sensación de estar solo, de volver a conectarse con uno mismo...un viaje al interior. Chile sorprende por su impactante geografía, su modernidad, su gente cálida Chile genera sensaciones y emociones, un país que supera expectativas y sorprende. **METAS DE TURISMO DE NEGOCIOS 2007:** **Objetivo** Posicionar Chile como sede de estándares internacionales, destacando su infraestructura, facilidades para la realización de reuniones en un entorno privilegiado, por su cercanía con la naturaleza. - Presentar alrededor de 48 postulaciones o candidaturas al 2010, aumentando las probabilidades de captar más congresos internacionales para Chile. - Llegar a alrededor de 75 reuniones internacionales al 2010, considerando un aumento de 5 a 6 reuniones anuales. - Aumentar la cantidad promedio de delegados asistentes por reunión. Se espera superar los 630 delegados en promedio por reunión en el 2010. - Mantener un crecimiento anual sostenido, ya sea en términos de reuniones realizadas, como en número de delegados asistentes, a objeto de mantener el ranking o ubicación por país alcanzado por país hasta la fecha, e idealmente estar dentro de los 30 primeros países a nivel internacional, al año 2010. **TURISMO RECREATIVO:** Apunta a los nichos de mercado relacionados con lo recreacional, vacacional en los mercados más rentables, promocionando destinos y productos de Chile. **Objetivo:** Posicionar Chile como destino natural y poco explorado, de gran diversidad cultural y geográfica y estándares internacionales de servicios. - **Mercados larga distancia:** Europa: Alemania, España, Inglaterra, Francia, Italia - **Norteamérica:** EEUU y Canadá México - **Mercados regionales:** Argentina, Brasil, Colombia. **Metas de Turismo de Recreacional,** están definidos por cada mercado - Aumentar el crecimiento anual de turistas extranjeros - Mantener o aumentar gasto promedio de los mercados más rentables - Generar información sobre los mercados emisores más rentables - Mantener base de datos actuales y potenciales empresarios de los mercados más rentables. **LAS ESTRATEGIAS GENERALES PLANTEADAS SON:** 1.- Generar Plan estratégico por periodo (2007-2010) 2.-

²⁹ 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

Concentrar esfuerzos en países más rentables (divisas país) 3.- Aumentar inversión en turismo de negocios (por aporte en divisas) 4.- Focalizar en turista de alto ingreso 5.- Incentivar cadena comercial (Tour Operadores) 6.- Incentivar empresarios chilenos a aumentar inversión en promoción 7.- Incentivar asociatividad de empresarios y generación de cluster de productos 8.- Generar prospección de nuevos mercados 9.- Invertir en inteligencia de mercado y medición de gestión del programa y la industria turística. Según lo informado a DIPRES, debido a la naturaleza de las acciones promocionales los resultados preliminares de seguimiento y cumplimiento de objetivos y metas del Plan de Marketing 2007 estarán disponibles en agosto de 2008. Se adjunta medio de verificación "Plan de Marketing 2007-2010" en el cual está incluido el "Plan de Marketing 2007" ya que todas las definiciones de Objetivos y Estrategias Específicas, Presupuesto y Acciones Promocionales específicas (pág. 53 en adelante) fueron considerando el año 2007 de aplicación.

Calificación: Cumplido (Junio 2008)

Medios de Verificación:

Se adjunta Documento resumen del análisis de resultado al plan de Marketing 2006.

Resumen Ejecutivo Plan de Marketing 2007

Plan de Marketing 2007-2010 con los ajustes necesarios

Se adjunta Evaluación 2006.

Nuevo Plan de Marketing 2007-2010

Plan de Marketing 2007

Plan de Marketing 2007 (El cual está contenido en el Plan de Marketing 2007-2010).

4. Evaluar el resultado de la aplicación de los criterios de asignación de recursos en las acciones 2006, incorporando recomendaciones que permitan introducir las correcciones necesarias a los criterios de asignación aplicados.

Se aplican los criterios de asignación originalmente planteados para el presupuesto del 2006. Luego se monitorean y surgen una serie de recomendaciones de cambio que son: 1. Reordenar los criterios de manera de que su aplicabilidad sea coherente con la desagregación de la información que nutre estos criterios, partiendo de lo más general a lo más específico. 2. Incorporar 2 nuevos indicadores que contengan: Información sobre las ventas de los socios por mercado objetivo a nivel país. Indicador que deberá ponderarse porcentualmente y aplicarse al promedio final de asignación. Información sobre la inversión real de los socios por mercado objetivo a nivel país. Ambos indicadores podrán construirse una vez entregada y aplicada la nueva ficha estadística, de manera de clasificar la información que será llevada a los criterios y la forma en que esto se hará. 3. Aplicar los criterios hasta el nivel más específico de clasificación, es decir a nivel de países y acción y no sólo a nivel de regiones abordadas. En función de lo anterior a continuación se detallan los nuevos criterios de asignación presupuestaria: 1. Asignación de presupuesto por línea de negocio 2. Asignación de presupuesto a infraestructura de marketing: acciones transversales y complementarias en los mercados definidos Nivel Regional: 3. Asignación por componente geográfico: Se consideran 2 niveles: Norteamérica, Europa, Latinoamérica. Asia y Oceanía. Luego se segmenta cada región por países. A partir de la definición anterior procede realizar un análisis de la Industria Turismo Receptivo de Chile, estableciéndose los siguientes criterios de asignación: 1. Nivel de rentabilidad del mercado; 2. Nivel de Conectividad; 3. Grado de

Cuadro 9	
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas	
Compromiso	Cumplimiento
	<p>Penetración de Mercado; 4. Factores Coyunturales; 5. Costo financiero de las acciones. Por la naturaleza del producto turístico la aplicación del criterio de rentabilidad de mercado por sí sólo no debe definir la intención de invertir en un mercado, sino que ésta depende tanto o más de los otros factores. La conectividad aérea es un factor fundamental al momento de focalizar los recursos a invertir dado que la definición de vuelos no está sólo relacionada solamente a la demanda por un destino determinado, sino que también a regulaciones internacionales de derechos de tráfico aéreo. Por lo tanto es altamente justificable invertir en aquellos mercados que ya cuentan con derechos de tráfico para volar en Sudamérica, particularmente Chile. Finalmente, la participación de los socios en las acciones promocionales es fundamental, ya que según lo establecido en la ley 19.255, ellos deben aportar al menos el 50% del costo total y por otro lado, el producto turístico debe venderse como cualquier otro producto o servicio y eso depende del interés que tengan las empresas turísticas chilenas y las empresas extranjeras del canal de comercialización internacional. Por lo tanto, los mercados definidos como prioritarios deben ser atractivos para la inversión en promoción del sector privado. Las variables como son el ingreso de divisas y la conectividad, permiten priorizar aquellos mercados que sean más interesantes para el sector público y también para los privados. Por otra parte se debe tener presente que los países definidos como prioritarios las acciones de promoción y por tanto los recursos disponibles están concentrándose en alcanzar el grado de mantención y permanencia que consolide a Chile como destino turístico de larga distancia, por lo que en esta etapa del Programa se prioriza la inversión en los mercados que estén más consolidados y que aporten mayor número de divisas a Chile. De todas formas, queremos innovar y captar nuevos mercados, para seguir diversificando los flujos de demanda, tarea que en la actualidad se realiza con fuertes limitaciones presupuestarias. En la medida que los recursos para invertir en promoción así lo permitan, el Programa podrá realizar más acciones promocionales que permitan prospectar nuevos mercados con alto nivel de gasto.</p> <p>Calificación: Cumplido (Junio 2008)</p> <p>Medios de Verificación: Se adjunta documento de aplicación criterios de Asignación de recursos en las acciones 2006 así como las correcciones necesarias a aplicar y nuevos criterios de asignación presupuestaria. Observación Aplicación criterios asignación Presupuestaria año 2006 marzo 07. Criterios de Asignación de recursos en las acciones 2006 Aplicación criterios de Asignación de recursos en las acciones 2006</p>

2. Elaborar informe de avance de la evaluación de impacto Reporte a la fecha de los avances del estudio: Por Resolución Exenta

Cuadro 9
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
del programa.	<p>Nº 259, de fecha 26 de Marzo de 2007, se llama a licitación pública para la contratación de un estudio de Evaluación Impacto Programa Aplicación Ley 19.255, Promoción Turística de Chile en el Extranjero. Por Resolución 428 del 10 de mayo de 2007 se adjudica a la empresa SCL Econometrics S.A.A la fecha, se ha entregado el primer informe con la programación detallada del trabajo a realizar. La metodología del estudio implica principalmente dos estudios: uno cuantitativo, en el cual se aplica la metodología indicada por DIPRES ("Diferencias en Diferencias") y otro estudio cualitativo. A la fecha, la empresa que está realizando el estudio cualitativo, que se desarrolla en dos etapas: una fase en que se utiliza la técnica de la entrevista en profundidad y una fase en que se utiliza la técnica del focus group. Por medio de ambas técnicas se busca indagar la visión, opinión y percepción de diferentes actores vinculados con el programa - socios, personas vinculadas con la dirección actual y pasada -, a fin de cumplir con los objetivos del estudio. Por otro lado, el estudio cuantitativo ha estado retrasado, ya que la principal información proviene del SII, el cual contestó en mayo de 2008 a la solicitud realizada en octubre de 2007. La información entregada no es la adecuada por lo que SERNATUR solicitó nuevamente la información al SII, mediante Oficio Ord. Nº 631 del 10 de noviembre de 2008. El Departamento de Estudios quedó comprometido de entregar toda la información en enero de 2009, la cual se ha retrasado hasta marzo de este año.</p> <p>Sin esta información no es posible aplicar la metodología cuantitativa propuesta por DIPRES, por lo que los resultados finales, conclusiones y sus recomendaciones están pendientes por la respuesta de SII.</p> <p>No obstante, se ha avanzado con la realización del estudio cualitativo, el cual permitirá mejorar, aclarar y complementar las conclusiones del estudio cuantitativo. Se adjunta informe de avance con los detalles de la realización de este estudio.</p> <p>Calificación: Parcialmente cumplido</p> <p>Observación: Se insiste que está pendiente complementar lo informado con los resultados obtenidos del estudio cualitativo, entiéndase los resultados de la aplicación de las pautas de entrevistas y focus group, e informar los avances del estudio cuantitativo, en el cual se aplica la metodología indicada por DIPRES. Se deja constancia que los medios de verificación adjuntados no corresponden a lo solicitado, ya que no entrega información de avance ni de los resultados del estudio cualitativo ni de la evaluación de impacto del programa.</p> <p>Medios de Verificación: Se adjunta Bases Administrativas Se adjunta Términos Técnicos de Referencia Se adjunta informe de avance Informe Avance Estudio Impacto Res. Ex 259, con Bases Estudio Impacto Informe Técnico de Adjudicación Res 428 con Adjudicación Oferta Técnica Consultora SCL Econometrics Informe Avance Estudio Impacto Informe de Avance Estudio Impacto Actualizado</p>

Cuadro 9
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas

Compromiso

Cumplimiento

3. Elaborar informe final de la evaluación de impacto del programa, incorporando recomendaciones en función de los resultados de la evaluación.

No se puede reportar cumplimiento, debido a que aún el Estudio de Impacto está en etapa de ejecución y no se han evacuado las sugerencias en virtud de los resultados finales de la evaluación. El retraso se ha debido principalmente a que no ha estado disponible la información de órganos claves, en este caso el SII, la cual se ha retrasado hasta marzo del año 2009.

Sin esta información no es posible aplicar la metodología cuantitativa propuesta por DIPRES, por lo que los resultados finales, conclusiones y sus recomendaciones están pendientes por la respuesta de SII.

No obstante se informa lo que se espera contenga dicho informe final, relacionado con los productos esperados del mencionado estudio. - Evaluación de impacto del Programa a nivel macroeconómico con las variables consideradas en los objetivos específicos, metodología empleada, análisis de resultados e información de respaldo identificando en cada caso sus respectivas fuentes. - Evaluación de impacto del Programa a nivel de la industria con las variables consideradas en los objetivos específicos, metodología empleada, análisis de resultados e información de respaldo identificando en cada caso sus respectivas fuentes. - Evaluación de la eficiencia y economía del Programa, con las variables consideradas en los objetivos específicos, metodología empleada, análisis de resultados e información de respaldo identificando en cada caso sus respectivas fuentes. Recomendaciones de la empresa consultora acerca de aspectos a mejorar en el funcionamiento del programa No obstante se informa lo que se espera contenga dicho informe final, relacionado con los productos esperados del mencionado estudio. - Evaluación de impacto del Programa a nivel macroeconómico con las variables consideradas en los objetivos específicos, metodología empleada, análisis de resultados e información de respaldo identificando en cada caso sus respectivas fuentes. - Evaluación de impacto del Programa a nivel de la industria con las variables consideradas en los objetivos específicos, metodología empleada, análisis de resultados e información de respaldo identificando en cada caso sus respectivas fuentes. - Evaluación de la eficiencia y economía del Programa, con las variables consideradas en los objetivos específicos, metodología empleada, análisis de resultados e información de respaldo identificando en cada caso sus respectivas fuentes. Recomendaciones de la empresa consultora acerca de aspectos a mejorar en el funcionamiento del programa.

Calificación: No cumplido

Observación: Queda pendiente el informe final de la evaluación de impacto del programa, incorporando recomendaciones en función de los resultados de la evaluación.

Cuadro 9
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
<p>4. Informar los resultados de la incorporación de las recomendaciones surgidas de la evaluación de impacto del programa.</p>	<p>No se puede reportar cumplimiento, debido a que aún el Estudio de Impacto está en etapa de ejecución y no se han evacuado las sugerencias en virtud de los resultados finales de la evaluación</p> <p>Calificación: No cumplido</p> <p>Observación: Queda pendiente informar 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 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>El desarrollo del sistema de información requerido por Turismo Chile, fue encargado inicialmente a la empresa Random Asesorías y Capacitación. En su primera etapa de análisis el sistema presento una estructura de datos muy poco flexible, lo que no facilitaría realizar las modificaciones, y generaría una dependencia sistémica y una poca adaptabilidad con los requerimientos específicos de Turismo Chile. Por lo tanto, se optó por seleccionar un sistema más abierto al desarrollo de nuevas aplicaciones en el manejo de la información. El desarrollo de esta una nueva aplicación fue encargado a la empresa Arqa Ltda. Arqa Ltda. presentó un sistema denominado ERP(Enterprise Resource Planning). Es un sistema de gestión de información estructurado para satisfacer la demanda de soluciones de gestión empresarial, basado en el ofrecimiento de una solución completa que permite a las empresas evaluar, implementar y gestionar más fácilmente su negocio. Las soluciones ERP se caracterizan por su modularidad, integración de la información (dato único), universalidad, estandarización e interfaces con otras aplicaciones.</p> <p>Posteriormente Arqa fue presentando problemas de construcción y de interpretación de los requerimientos establecidos por Turismo Chile, lo cual produjo las siguientes falencias: Incompleta toma de requerimientos que no permitió elaborar un modelo sólido y representativo de la estructura organizacional, flujos de datos y procesos administrativos; Cambios de profesionales durante las tareas críticas del desarrollo que truncaron su continuidad; Errores de diseño, modelamiento y programación que no generaban los resultados esperados por los usuarios en los procesos y transacciones del sistema; Incumplimiento en los plazos de entrega y estados de avance establecidos contractualmente.</p> <p>Por lo anterior, se optó por terminar la relación contractual con Arqa. Turismo Chile decidió contratar los servicios de la empresa OFB Consulting, quienes están en condiciones de trabajar en la elaboración e implementación de un sistema ERP basada en la plataforma internacionalmente calificada como de excelencia, denominada ADempiere. El objetivo de la propuesta es 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. OFB abordará la implantación del ERP desde la perspectiva de los procesos de negocio de Turismo Chile, de tal manera de lograr el</p>

Cuadro 9
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
	<p>mayor retorno de la inversión en el menor tiempo posible.</p> <p>Al final del proyecto Turismo Chile obtendrá los siguientes objetivos y procesos documentados para:</p> <p>Proceso de Control de proyectos: incluye Definición de presupuestos itemizados al estándar SERNATUR y CPT, comparativas y control, Recursos utilizados, Tareas definidas y cumplimientos, Actividades desarrolladas, estadísticas, Proyectos y acciones, Asignaciones, Organización de proyectos.</p> <p>Proceso de Compras: incluye Requisiciones, Cotizaciones, órdenes de compra, recibo de materiales, factura de proveedores, pago a proveedores</p> <p>Proceso de ventas: incluye generación órdenes de servicios, entrega de servicios, facturación a clientes y pago de clientes.</p> <p>Sistema de cobranzas: cuotas sociales, facturación y contratos.</p> <p>Proceso de medición del desempeño: incluye Contabilidad, administración financiera, tesorería, reportes de gestión en acciones, mercados, socios, etc. en diferentes formatos</p> <p>Sistemas de información configurados y con adecuaciones que apoyen los procesos especificados</p> <p>Usuarios finales entrenados en los procesos y sistemas instalados</p> <p>Reportes de Gestión y Consultas</p> <p>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;</p> <p>Información desagregada respecto a los gastos autorizados y efectuados, respecto de los aportes monetarios y valorizaciones en los proyectos presentados y las rendiciones efectuadas; Otros que se puedan requerir y que no se encuentran enumerados en los puntos anteriores, tomando como referencia registros existentes e incorporados en la base de Datos.</p> <p>También podrá incluir en el sistema información de los distintos agentes del turismo</p> <p>Avances a la fecha: En la actualidad el sistema se encuentra ya instalado en su etapa de desarrollo con un primer módulo implementado, el que se refiere a la creación de los presupuestos de las Acciones o Proyectos. Este se ha probado con datos de simulación sin presentar incoherencias ni errores en su funcionamiento. Las observaciones presentadas se refieren simplemente a temas de rotulación de casillas, ventanas y otros objetos de captura o ingreso de datos y no a procesos y funcionalidades.</p> <p>En etapa de construcción se encuentra el módulo de Socios y Clientes, el que incorporará entre otras cosas las Cuotas Sociales, datos de referencia para cobranzas y facturación, agenda de contactos, etc.</p> <p>En paralelo se comenzará a trabajar con el ciclo de compras de Turismo Chile, lo que se confrontará con los presupuestos con el fin de</p>

Cuadro 9 Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas	
Compromiso	Cumplimiento
	llevar una comparativa de comportamiento para ver los requerimientos de controles y en el próximo mes se trabajarán los módulos de proyectos y contabilidad. Se estima que el sistema estará operando inicialmente en el mes de julio de 2009.
	Calificación: Parcialmente cumplido
	Observación: Queda pendiente informar los avances en la implementación del sistema de información y enviar los medios de verificación que permitan validar lo informado.
	Medios de Verificación: Información sistemas de información CPT-Random Informe de avance Sistema de Información ERP Informe Sistema de Información ERP Informe de Avance Sistema de Información

A la fecha, se han generado los siguientes avances en la mejora del procedimiento de presentación, aprobación, transferencia de recursos, modalidad de pago y rendición de los proyectos de promoción internacional, presentados en el marco de la aplicación de la Ley N° 19.255: 1. Se hicieron las correcciones necesarias al "Manual de Procedimientos Administrativos. Para la Aprobación de Proyectos Aplicación Ley N° 19.255".2. Se definieron los Informes Técnicos de evaluación de proyectos, tanto en su versión Ex ante como Ex post (evaluación al momento de la presentación del proyecto y evaluación posterior a la ejecución). Están utilizándose en la actualidad.3. Se definió un modelo de formato tipo para la presentación de proyectos de promoción internacional. Turismo Chile presenta todos sus proyectos bajo este formato.4. Se encuentra en operación un registro digital de proyectos.5. Se definió el formato tipo para la rendición técnica y financiera de los proyectos. Está actualmente en rigor, Turismo Chile debe presentar las rendiciones de proyectos bajo este formato.

2. Informar los resultados y eventuales mejoramientos en el procedimiento de presentación y aprobación de proyectos, transferencia de recursos y modalidad de pago.

6. Se ha implementado el total funcionamiento del sistema de declaración en línea de la Subdirección de Operaciones y Control (SDOC), denominado sistema PTAG, Plataforma Tecnológica de Apoyo a la Gestión, el cual permite la rendición / declaración online de gastos asociados a los proyectos aprobados por SERNATUR, en el marco de la aplicación Ley 19.255.

Una vez implementado el sistema, la información de las declaraciones (rendiciones) de los proyectos fue cargada inicialmente por la propia Subdirección de Operaciones con la información (histórica) de las rendiciones de los proyectos del año presupuestario 2006. A la fecha se han cargado 50 rendiciones de cuentas de proyectos de este año presupuestario.

Para el año 2007, a la fecha se han ingresado 60 rendiciones de cuentas de proyectos ya ejecutados.

Cuadro 9
Cumplimiento de Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas

Compromiso

Cumplimiento

El sistema se aloja en un equipo interno de Sernatur, al cual se puede acceder a través de la red interna y en forma remota a través de la web (<http://condor.sernatur.cl/ptag/>).

Durante el 2008 se realizaron capacitaciones a personal de CPT relacionados con la ejecución financiera de proyectos, sobre la utilización del sistema. Hoy día, Turismo Chile accede on line al sistema, vía web, y declara los recursos utilizados por proyectos, utilizando la siguiente dirección: <http://condor.sernatur.cl/ptag/> mediante claves de acceso habilitadas.

Ahora, los profesionales de Turismo Chile cargan y actualizan información en línea de las rendiciones de cuentas de los proyectos ejecutados y saben que este es la vía para la presentación electrónica de las mencionadas rendiciones de cuenta.

Existe a la fecha, cargadas 17 rendiciones de cuentas de proyectos ejecutados del año presupuestario 2008.

Por último, la implementación total del sistema ha permitido a la SDOC de Sernatur controlar y realizar el seguimiento en línea del número de rendiciones de cuentas realizadas, si se presentan en la fecha correspondiente, así como la revisión de las rendiciones propiamente tal, entre otros, mejorando significativamente la gestión de control en esta materia.

Calificación: Cumplido (Diciembre 2008)

Medios de Verificación:

Informe de Avance

Manual de Procedimientos.

Manual Para Proceso De Rendición De Cuentas De Proyectos De Promoción Turística Internacional En El Marco De La Ley N° 19.255

Manual de Procedimientos Administrativos Para la Aprobación de Proyectos Aplicación Ley N° 19.255

Informe avances mejoramiento procesos

Formato Rendición Técnica y Financiera de Proyectos

Informe avances mejoramiento procesos

Manual de Procedimientos Administrativos Para la Aprobación de Proyectos Aplicación Ley N° 19.255

Informe Situación PTAG

Manual PTAG

- **Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2008 (Programa de Mejoramiento de la Gestión, Metas de Eficiencia Institucional u otro)**

- **Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2008**

Cuadro 10 Cumplimiento PMG 2008														
Áreas de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión										Prioridad	Ponderador	Cumple
		Etapas de Desarrollo o Estados de Avance												
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X			
Recursos Humanos	Capacitación						○					ALTA	11%	✓
	Higiene-Seguridad y Mejoramiento de Ambientes de Trabajo				○							MENOR	5%	✗
	Evaluación de Desempeño							○				MEDIA	8%	✓
Calidad de Atención a Usuarios	Sistema Integral de Atención a Cliente(a)s, Usuario(a)s y Beneficiario(a)s							○				ALTA	12%	✓
	Gobierno Electrónico						○					ALTA	10%	✗
Planificación / Control / Gestión Territorial	Planificación / Control de Gestión									○		MEDIA	8%	✓
	Auditoria Interna						○					ALTA	15%	✓
	Gestión Territorial				○							MEDIA	7%	✓
Administración Financiera	Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público							○				ALTA	12%	✓
	Administración Financiero-Contable					○						MEDIA	7%	✓
Enfoque de Género	Enfoque de Género				○							MENOR	5%	✗

Porcentaje Total de Cumplimiento: 80%

Cuadro 11 Evolución Cumplimiento PMG				
	2005	2006	2007	2008
Porcentaje Total de Cumplimiento PMG	100 %	90 %	88 %	80%

• Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2008				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ³⁰	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ³¹	Incremento por Desempeño Colectivo ³²
Coordinación Nacional y Regional	15	6	100%	7.01842%
Subdirección de Operación y Control	33	9	100%	7.01842%
Fiscalía	6	6	100%	7.01842%
Planificación	13	6	100%	7.01842%
Promoción	17	8	100%	7.01842%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	9	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Tarapacá	8	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Antofagasta	7	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Atacama	5	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Coquimbo	8	9	90%	7.01842%
Dirección Regional de Valparaíso	12	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Metropolitana	8	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de O'higgins	6	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Maule	9	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Bío – Bío	13	9	90%	7.01842%
Dirección Regional de Araucanía	9	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Los Ríos	13	9	90%	7.01842%
Dirección Regional de Los Lagos	13	9	100%	7.01842%
Dirección Regional de Aysén	8	9	85%	3.5%
Dirección Regional de Magallanes	11	9	90%	7.01842%

30 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2008.

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

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

- **Anexo 9: Proyectos de Ley**

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: Segundo Trámite constitucional. Después de haber sido aprobado por la Cámara de diputados, Ingresó al Senado y fue enviado a la Comisión de Economía para su discusión.

Beneficiarios directos: No aplica