

## FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2005

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO	<b>PARTIDA</b>	07
<b>SERVICIO</b>	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	<b>CAPÍTULO</b>	09

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2001	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo a Junio 2004	Estimación 2012	Meta 2005	Ponderación	Medios de Verificación	Supuestos	Notas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información Sectorial - Información Turística General</li> </ul>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>1 Porcentaje de reclamos resueltos respecto al número de reclamos recibidos</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(Número de reclamos resueltos año t / Número de reclamos recibidos año t) * 100</p>	N.M.	N.M.	N.M.	83 (10/12)*100	90 (18/20)*100	90 (18/20)*100	8%	<p>Base de Datos/Software Administrador del correo web</p>	1	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción del turismo a nivel internacional</li> </ul>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>2 Tasa de variación bi-anual de participantes en congresos internacionales realizados en el país</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>((Número de participantes en congresos internacionales realizados en el país año t / Número de participantes en congresos internacionales realizados en el país año t-1) - 1) * 100</p>	N.M.	N.M.	57.4 % ((14400.0 / 9150.0) - 1) * 100	N.C.	0.0 %	94.4 % ((28000.0 / 14400.0) - 1) * 100	8%	<p>Formularios/Fichas Informe Corporación de Promoción Turística de Chile</p>	2	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información Sectorial</li> </ul>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>3 Porcentaje de consultas atendidas en a lo más 3 días hábiles a través del Sitio Web.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de consultas atendidas en a lo más 3 días hábiles en año t / N° de consultas atendidas a través del sitio web en año t) * 100</p>	100.0 % (0.0/0.0)*100	99.5 % (11361.0/11414.0)*100	98.8 % (6761.0/6841.0)*100	96.5 % (3910.0/4054.0)*100	91.2 % (52000.0/57000.0)*100	96.5 % (5500.0/5700.0)*100	6%	<p>Formularios/Fichas Informe emitido por encargada de la Coordinación Sistema de Información Turística</p>	3	

<p>•Promoción del turismo a nivel internacional</p>	<p><u>Economía/Proceso</u></p> <p>4 Porcentaje de aporte efectivo de agentes privados a las campañas de promoción anual del sector turismo</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(Suma (Montos aporte externo efectivo)/Suma (Valor de campañas))*100</p>	<p>55.0 % (0.0/0.0)*100</p>	<p>M: 0.0 57.2 % (1722364 685.0/301 1077411.0)*100</p>	<p>M: 0.0 51.0 % (1387278.0/272132 6.0)*100</p>	<p>45.9 % (987993.0/ 2154225.0)*100</p>	<p>M: 0.0 50.0 % (1077113.0 /2154225.0)*100</p>	<p>M: 0.0 50.0 % (1500000.0/3000000.0)*100</p>	<p>8%</p>	<p>Formularios/Fichas Informe anual Corporación Turística. Informe de Subdirección de Operaciones y Control Informe Depto. Promoción</p>	<p>4</p>	<p>1</p>
<p>•Turismo Interno -Programas Especiales »Adulto Mayor</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>5 Tasa de variación de adultos mayores que participan en programas turísticos</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>((N° adultos mayores en programas turísticos año t/N° adultos mayores en programas turísticos año t-1)-1)*100</p>	<p>595.0 % ((0.0/0.0)-1)*100</p>	<p>85.7 % ((21938.0 /11815.0)-1)*100</p>	<p>21.1 % ((26564.0 /21938.0)-1)*100</p>	<p>S.I.</p>	<p>5.4 % ((27987.0/2 6564.0)-1)*100</p>	<p>1.8 % ((28500.0 /27987.0)-1)*100</p>	<p>12%</p>	<p>Formularios/Fichas Informe Subdirección de Desarrollo. Informe Subdirección Operaciones y Control. Estados de rendición empresas adjudicatarias.</p>	<p>5</p>	
<p>•Desarrollo sostenible de la oferta turística</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>6 Porcentaje de estudios de impacto ambiental informados por el servicio</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de estudios de impacto ambiental informados por el servicio/N° de estudios de impacto ambiental presentados por CONAMA al servicio)*100</p>	<p>N.C.</p>	<p>100.0 % (35.0/35.0)*100</p>	<p>100.0 % (254.0/254.0)*100</p>	<p>97.2 % (458.0/471.0)*100</p>	<p>100.0 % (470.0/470.0)*100</p>	<p>100.0 % (470.0/470.0)*100</p>	<p>6%</p>	<p>Formularios/Fichas INFORMES DE DIRECCIÓN NACIONAL Y DIRECCIONES REGIONALES DE TURISMO</p>	<p>6</p>	
<p>•Turismo Interno -Programas Especiales »Adulto Mayor</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>7 Porcentaje de beneficiarios que califica el Programa Vacaciones Tercera Edad como</p>	<p>(N° beneficiarios que califica el Programa como "Satisfactorio" o "Muy</p>	<p>87.00 % (261.00/300.00)*100</p>	<p>92.02 % (415.00/451.00)*100</p>	<p>97.29 % (466.00/479.00)*100</p>	<p>S.I.</p>	<p>88.10 % (422.00/479.00)*100</p>	<p>88.10 % (422.00/479.00)*100</p>	<p>12%</p>	<p>Formularios/Fichas EVALUACION ANUAL DEL PROGRAMA</p>	<p>7</p>	<p>2</p>

	<p>“Satisfactorio” o “Muy satisfactorio”</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>satisfactorio”/ N° total de beneficiarios encuestados)* 100</p>										
<p>•Promoción del turismo a nivel internacional</p>	<p><u>Economía/Resultado Final</u></p> <p>8 Tasa de variación anual de ingreso de divisas al país por concepto de Turismo Receptivo.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>((Monto total de divisas ingresadas al país en año t/Monto total de divisas ingresadas al país en año t-1)-1)*100</p>	<p>-5.00 % ((788.00/826.00)-1)*100</p>	<p>10.28 % ((913.00/827.90)-1)*100</p>	<p>3.95 % ((878.10/844.70)-1)*100</p>	<p>S.I.</p>	<p>15.01 % ((1050.00/913.00)-1)*100</p>	<p>10.00 % ((1155.00/1050.00)-1)*100</p>	<p>12%</p>	<p>Formularios/Fichas Estadísticas Sernatur</p>	<p>8</p>	
<p>•Promoción del turismo a nivel internacional</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>9 Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América del Norte</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</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>	<p>2.9 % ((177555.0/172636.0)-1)*100</p>	<p>-3.9 % ((170714.0/177555.0)-1)*100</p>	<p>17.6 % ((200826.0/170714.0)-1)*100</p>	<p>20.0 % ((240990.0/200826.0)-1)*100</p>	<p>7.6 % ((198000.0/184000.0)-1)*100</p>	<p>9.6 % ((217000.0/198000.0)-1)*100</p>	<p>10%</p>	<p>Formularios/Fichas Estadísticas Sernatur</p>	<p>9</p>	
<p>•Promoción del turismo a nivel internacional</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>10 Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de Europa</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</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>	<p>3.6 % ((237856.0/229690.0)-1)*100</p>	<p>-1.5 % ((234254.0/237856.0)-1)*100</p>	<p>25.3 % ((293496.0/234254.0)-1)*100</p>	<p>15.0 % ((337520.0/293496.0)-1)*100</p>	<p>12.2 % ((350000.0/312000.0)-1)*100</p>	<p>11.0 % ((374647.0/337520.0)-1)*100</p>	<p>10%</p>	<p>Formularios/Fichas Estadísticas Sernatur</p>	<p>10</p>	
<p>•Promoción del turismo a nivel internacional</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>11 Tasa de variación anual de ingreso de turistas provenientes de América</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>	<p>-3.0 % ((123846.0/127019.0)-1)*100</p>	<p>-24.5 % ((93499.0/123846.0)-1)*100</p>	<p>9.8 % ((102631.0/93499.0)-1)*100</p>	<p>15.0 % ((1180260.0/102631.0)-1)*100</p>	<p>3.9 % ((950000.0/914000.0)-1)*100</p>	<p>12.0 % ((132189.0/118026.0)-1)*100</p>	<p>8%</p>	<p>Formularios/Fichas Estadísticas Sernatur</p>	<p>11</p>	

	del Sur  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	de America del Sur ingresados al país año t-1)-1)*100											
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Notas:

- 1 Aporte externo a las campañas promocionales corresponde a traslados (aéreos y terrestres, nacionales e internacionales), alojamiento, alimentación, financiamiento para elaboración de material promocional, cuota social y otros. Para cada acción, los aportes de privados son valorizados y Sernatur, mediante transferencia financia hasta un 50%.
- 2 El usuario califica el programa en su totalidad, esto es, el paquete turístico que contiene: alojamiento, alimentación, transporte, actividades recreativas, atención médica y seguros, además, se califica el costo, la calidad y la atención recibida.

Supuesto Meta:

- 1 Permanente capacitación a funcionarios que atienden público, cabe destacar que se contabilizan sólo reclamos en contra de atenciones recibidas en Sernatur
- 2 Chile mantiene sus condiciones que lo hacen un país atractivo para la realización de congresos internacionales  
Los congresos que se encuentran adjudicados se realizan efectivamente
- 3 Los funcionarios que responden consultas han adquirido experticia en las materias acerca de las cuales se consulta  
El número de consultas tiende a la baja, dado que el sitio web se ha ido adaptando a las necesidades de información de los usuarios
- 4 El sector privado mantiene o incrementa su aporte a las campañas de promoción en el exterior
- 5 Se cuenta con presupuesto para subsidio de los paquetes turísticos
- 6 Se mantiene el número de solicitudes del año anterior
- 7 Se supone una muestra equivalente a la utilizada en estudios anteriores
- 8 El país mantiene las condiciones que lo hacen atractivo como destino turístico
- 9 El país mantiene sus condiciones que lo hacen un destino turístico atractivo  
El programa anual de promoción internacional 2004 se focaliza en los mercados prioritarios
- 10 El país mantiene sus condiciones que lo hacen un destino turístico atractivo  
El programa anual de promoción internacional 2004 se focaliza en los mercados prioritarios
- 11 El país mantiene sus condiciones que lo hacen un destino turístico atractivo  
El programa anual de promoción internacional 2004 se focaliza en los mercados prioritarios