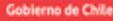
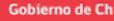


MONITOREO Y SEGUIMIENTO OFERTA PÚBLICA 2020	 Dirección de Presupuestos  Ministerio de Desarrollo Social y Familia	
PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL		
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO		
	 Gobierno de Chile	 Gobierno de Chile

I. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA
<p>Este programa tiene como objetivo aumentar el conocimiento de la oferta turística de Chile en segmentos de mercados de países extranjeros abordados para aumentar visitantes, estadía y divisas por turismo recreativo y negocios, que beneficiarán la oferta receptiva y las economías locales. Para el logro del objetivo se realizan campañas de promoción turística dirigida al consumidor final, además de diversas acciones de promoción turística dirigida al canal de comercialización.</p> <p>El programa atiende en las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, O'Higgins, Maule, Bío Bío, Ñuble, Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén, Magallanes, Metropolitana.</p>

PROPÓSITO
<p>Aumento del conocimiento de la oferta turística de Chile en mercados extranjeros abordados para lograr el aumento de visitantes e ingresos de divisas que benefician a la industria del turismo receptivo nacional.</p>

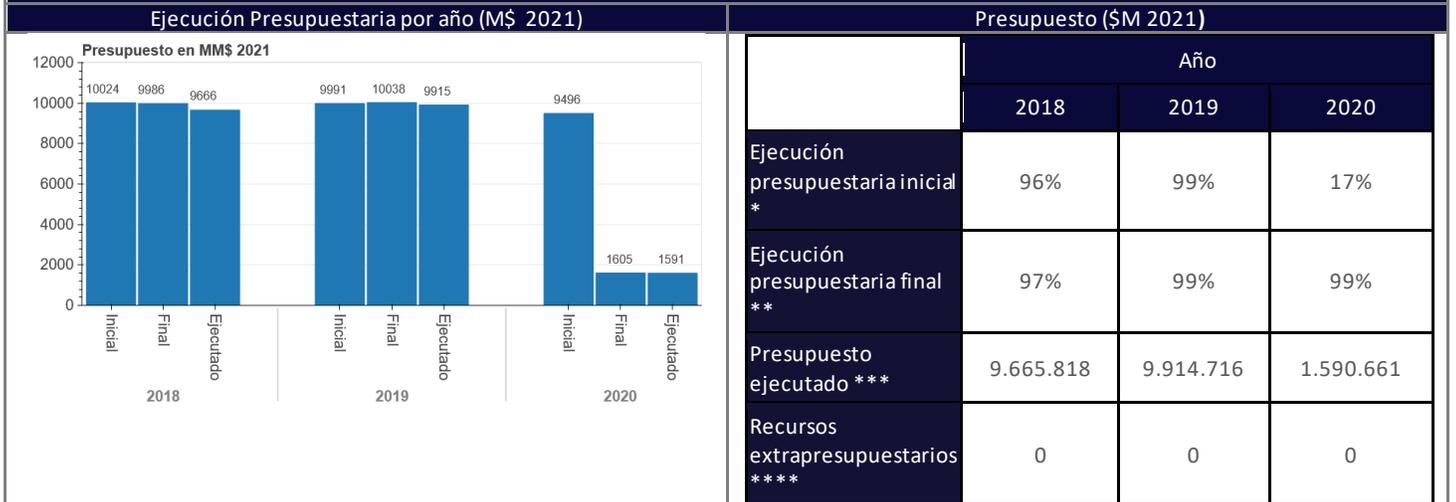
HISTORIAL EVALUATIVO DEL PROGRAMA
<p>Año de inicio: 2002 Evaluación Ex-Ante de diseño: Recomendado Favorablemente (Reformulado 2019) Evaluaciones Ex Post: Evaluación Sectorial (ES) 2020 "Promoción de Exportaciones" - En curso</p>

II. ANÁLISIS DE DESEMPEÑO:		
RESULTADOS ANÁLISIS DE DESEMPEÑO DEL PROGRAMA:		
DIMENSIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES EVALUADOR(ES)
Focalización y Cobertura	<p>El programa no presenta deficiencias evidentes en su focalización 2020 Sin criterios nuevos</p>	Sin observaciones.
Eficiencia y Ejecución Presupuestaria	<p>Subejecución presupuestaria inicial Ejecución presupuestaria final dentro del rango Variación GB fuera de rango GA dentro del umbral respecto al promedio de la categoría grupo GA</p>	El gasto por beneficiario se vio reducido fuertemente respecto al promedio de años anteriores.
Eficacia	<p>El indicador es pertinente El indicador cumple con el criterio de calidad Empeora significativamente</p>	<p>Debido al cierre de las fronteras, medidas por la pandemia COVID-19 adoptadas por las autoridades y el contexto general, la llegada de turistas se vio disminuida 74,6%, mientras en el año 2019 fue una disminución del 22%, constatándose un empeoramiento significativo en el indicador de propósito. Respecto al indicador complementario (que excluye a los turistas argentinos) la llegada de turistas se vio disminuida 76,4%, mientras en el año 2019 fue una disminución del 4%, constatándose también en este indicador un empeoramiento significativo.</p>



III. DESEMPEÑO 2020 DEL PROGRAMA

PRESUPUESTO Y EJECUCIÓN



* La ejecución presupuestaria inicial corresponde a $(\text{presupuesto ejecutado año } t / \text{presupuesto inicial año } t) * 100$. El presupuesto inicial corresponde al total de gastos definidos en la Ley de Presupuestos del Sector Público, o en su defecto, es el monto asignado inicialmente por el Servicio, cuando el programa/iniciativa no está expresamente identificada en la Ley de Presupuestos.

** La ejecución presupuestaria final corresponde a $(\text{presupuesto ejecutado año } t / \text{presupuesto final año } t) * 100$. El presupuesto final incorpora las reasignaciones presupuestarias realizadas al Presupuesto Ley del año.

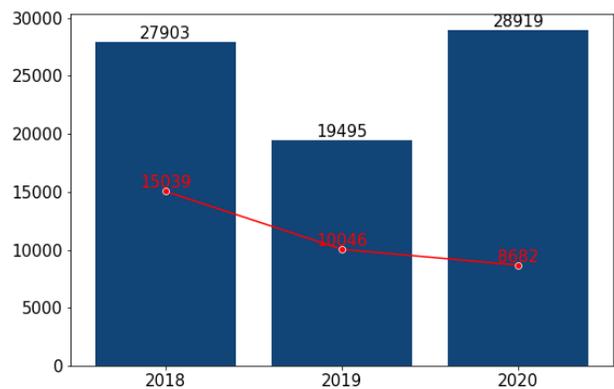
*** El presupuesto ejecutado corresponde al Presupuesto Ley ejecutado por los Servicios, no incluyendo los recursos extrapresupuestarios declarados.

**** Detalla si el programa/iniciativa obtuvo recursos adicionales a los entregados por la Ley de Presupuestos.

GASTO POR SUBTÍTULOS (M\$ 2021)		
Subtítulo	Gastos administrativos	Total ejecutado
21 (Gastos en Personal)	250.733	784.055
22 (Bienes y Servicios de Consumo)	11.978	748.164
29 (Adquisición de Activos No Financieros)	0	58.442
Gasto total ejecutado	262.710	1.590.661

POBLACIÓN

Población objetivo: 28.919 empresas.



1

COBERTURA POR AÑO

EVOLUCIÓN GASTO POR BENEFICIARIO (M\$ 2021)*

¹ Barra azul: Población objetivo

Punto rojo: Población beneficiada

2018	2019	2020	2018	2019	2020
53,9%	51,5%	30%	643	987	183

* Gasto por Beneficiario: (Presupuesto ejecutado año t / número beneficiarios efectivos año t)

COMPONENTES									
GASTO Y PRODUCCIÓN DE COMPONENTES (M\$ 2021)									
Componente (Unidad)	Gasto ejecutado (Miles de \$ (2021))			Producción (Unidad)			Gasto unitario (Miles de \$ (2021))		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Promoción turística dirigida al Turismo de Reuniones o MICE	481.673	228.509	74.980	45	56	5	10.703	4.080	14.996
Promoción turística dirigida al canal de comercialización	2.719.989	1.693.763	206.506	40	23	4	67.999	73.641	51.626
Promoción turística dirigida a Prensa e influenciadores	184.648	928.985	252.108	44	121	39	4.197	7.677	6.464
Promoción turística dirigida a Público Final	5.339.868	6.126.495	794.357	37	56	7	144.320	109.401	113.479
Gasto Administrativo	939.640	936.963	262.711						
Total	9.665.818	9.914.715	1.590.662						
Porcentaje gasto administrativo	10%	10%	16%						

INDICADORES			
INDICADORES DE PROPÓSITO			
Indicador	Efectivo 2018	Efectivo 2019	Efectivo 2020
Tasa de aumento de llegadas de turistas provenientes de los mercados abordados	-14%	-22%	-74,6%
INDICADORES COMPLEMENTARIOS			
Indicador	Efectivo 2018	Efectivo 2019	Efectivo 2020
Tasa de aumento de llegadas de turistas provenientes de los mercados abordados, excluyendo Argentina	N/A	-4%	-76,4%

IV. OTROS ANTECEDENTES DEL PROGRAMA
CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
8. Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
8.1 Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos un 7% anual en los países menos adelantados
8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrandose en sectores de mayor valor añadido y uso intensivo de mano de obra
8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros
8.4 Mejorar progresivamente, para 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, de conformidad con el marco decenal de programas sobre modalidades sostenibles de consumo y producción, empezando por los países desarrollados.
8.9 Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
12. Producción y consumo responsables: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
12.b Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

V. OBSERVACIONES INSTITUCIÓN

AJUSTES POR SITUACIÓN SOCIO SANITARIA

El programa declara haber experimentado modificaciones y/o reprogramaciones en su implementación a partir de la crisis sanitaria por el COVID 19.

OBSERVACIONES DE LA INSTITUCIÓN

Objetivo y Población: La disminución de la población beneficiada no es proporcional a la disminución del presupuesto y de la producción, debido a que por el recorte presupuestario se dejaron de implementar acciones relacionadas a los componentes 1, 2 y 3, con la afectación de la industria que ello conlleva. Dejar de participar de las Ferias y Eventos, dejar de participar de promociones asociadas al Turismo MICE y dejar de implementar acciones de promoción con Prensa, influenciadores y TTOO extranjeros, significó disminuir la presencia de "Chile" en el ámbito de la recordación de parte de los turistas extranjeros de nuestros atributos turísticos, bajar considerablemente el contacto directo de la industria con sus clientes finales en el extranjero y por consiguiente disminuir también las publicaciones y recomendaciones tanto en prensa como a través de TTOO extranjeros que venden nuestro país. Sin embargo, en un intento de combatir la falta de presupuesto y siempre pensando en la búsqueda de abrir oportunidades de promoción de nuestros atractivos turísticos, se volcó la promoción hacia un ámbito más digital, asociado a campañas del componente 4: Promoción turística dirigida al público final, enfocado en promoción orgánica a través de nuestra página chile.travel, invitando a esperar que pase la pandemia para que "Chile vuelva a ser un Plan, Plan Viajar a Chile, donde lo imposible es posible" y con ello mantener en la memoria de los turistas el destino Chile.

Estrategia: La producción por componentes bajó drásticamente, ya que al no tener presupuesto para cada uno ni contar con las condiciones sanitarias nacionales e internacionales para realizar acciones presenciales, se enfocaron los esfuerzos en realizar gestiones tanto internas como con la industria para trabajar con anticipación en las acciones a desarrollar en el 2021.

Se indica el significado de las siglas:

TO: Tour operadores

MICE: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (Turismo de Reuniones)

Indicadores: Debido al cierre de fronteras en el país que se extendió gran parte del año 2020, el iniciador de llegada de turistas se vio disminuido un 74%, respecto al año 2019. Esto sumado a que aún se mantienen la alerta sanitaria a nivel internacional, por lo que a nivel mundial el turismo se ha visto duramente afectado.

Presupuesto: Durante el año 2020 se realizó un recorte presupuestario al programa de promoción de más del 80% del presupuesto total. Esto derivó a que se debieran cancelar o suspender gran parte de los contratos, dando prioridad a las Agencias que generan y ejecutan campañas de comunicaciones.

El presupuesto asignado para el subtítulo 29, se destina a las mejoras para el desarrollo de las acciones de los componentes, como por ejemplo certificados de seguridad para la página de promoción internacional chile.travel, mejoras en el código del sitio web, licencias y agencias que apoyen la implementación de las mejoras.

Observaciones generales: el desarrollo de la promoción turística de los destinos en los mercados internacionales abordados, durante el año 2020 se vio particularmente afectado a consecuencia de la pandemia. No obstante, a pesar de los cierres de fronteras y reducción de presupuesto del programa, todas las acciones se enfocaron en mantener el posicionamiento del país como futuro destino turístico, a través de plataformas digitales que permitieron innovar las formas en que se llega al público final y al canal comercial. Los pilares para desarrollar la promoción internacional se enfocaron en la realización y/o participación de la industria turística nacional en diversas ferias y/o eventos de los mercados abordados, así como también, la recordación del país mediante campañas comunicacionales permanentes, que fueron desarrolladas de forma orgánica (sin inversión) por el Servicio.

Nota técnica 1: La ficha de evaluación de desempeño de la oferta corresponde al seguimiento de la gestión anual de los programas e iniciativas públicas, a partir de la información auto reportada por los Servicios. La cual no corresponde a una evaluación de impacto, de implementación ni fiscalización de la oferta pública.

Nota técnica 2: Cada proceso de evaluación de desempeño de la oferta, considera el ajuste de la metodología utilizada. Esto, con el objeto de fortalecer su contribución a la calidad de la oferta en términos de su diseño y gestión.

Nota técnica 3: La Subsecretaría de Evaluación Social, en un esfuerzo por fortalecer el proceso de monitoreo, realizó durante el año 2020 la homologación en las definiciones conceptuales de las poblaciones en conjunto con DIPRES. Dado aquello no se muestra la población beneficiada, población objetivo y cobertura para los periodos 2018 y 2019.

Nota técnica 4: Tanto los montos de presupuesto como de gastos reportados en la presente ficha se encuentran en pesos año 2021.

S/I: Valor no informado.

N/A: No aplica.

N/C: Valor no comparable.