

CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2014

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	CAPÍTULO	09

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Efectivo 2014	Meta 2014	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Promoción y desarrollo de la actividad turística</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Final</u></p> <p>Indice de variación anual de visitas de turistas extranjeros al país por concepto de turismo receptivo, respecto al año base(2009).</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Número de llegadas de turistas extranjeros al país año t/Número de llegadas de turistas extranjeros al país año 2009)-1)*100)</p>	n.m.	26.13 %	29.35 %	32.75 %	30.91 %	SI	105%	20%	<p><u>Reportes/Informes</u> Memo con Informe Preliminar del Turismo Receptivo 2014, enviado a Director Nacional, con el detalle de las llegadas de turistas al país.</p>	1
<p>•Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>Porcentaje de beneficiarios/as viajados/as a través del Programa Gira de Estudio del total de potenciales beneficiarios/as del programa</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° de participantes viajados a través del Programa Gira de Estudio año t/N° Total de potenciales participantes del programa año t)*100)</p>	1.81 %	1.95 %	2.01 %	2.64 %	2.07 %	SI	127%	20%	<p><u>Reportes/Informes</u> Reporte semestral de pasajeros/as viajados/as en el cual se detalle el número total de personas subsidiadas/beneficiadas al 30 de junio y 31 de diciembre de cada año, formalizado a través de memorándum del/la encargada/o de la unidad de programas sociales al/a subdirector/a de desarrollo.</p>	2

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Efectivo 2014	Meta 2014	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u> Porcentaje de adultos/as mayores viajados/as a través del Programa Vacaciones Tercera Edad del total de adultos/as mayores del país (Censo 2002) Aplica Enfoque de Género: NO	$((N^{\circ} \text{ de adultos/as mayores viajados/as por el Programa año } t / \text{Total de adultos/as mayores del país Censo 2002 (Dato INE)}) * 100)$	2.26 %	2.33 %	2.39 %	2.31 %	2.26 %	SI	102%	20%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte semestral de pasajeros/as viajados/as en el cual se detalle el número total de viajes realizados al 30 de junio y 31 de diciembre de cada año, formalizado a través de memorándum del/la encargada/o de la unidad de programas sociales al/a subdirector/a de desarrollo.	
•Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u> Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los Programas de Turismo Social del total de noches cama disponibles en temporada baja y media en los establecimientos participantes de los programas. Aplica Enfoque de Género: NO	$((\text{Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y medio, año } t / \text{Número de noches cama disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes en los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y media, año } t) * 100)$	n.m.	18.07 %	18.21 %	21.37 %	19.49 %	SI	109%	20%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte semestral de noches camas utilizadas por pasajeros/as de los programas sociales en los establecimientos de alojamiento participantes formalizado a través de memorándum del/la encargada/o de la unidad de programas sociales al/a subdirector/a de desarrollo.	3
•Institucional	<u>Eficacia/Producto</u> Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por Sernatur Aplica Enfoque de Género: NO	$((\text{Total de visitas a los sitios web dispuestos por Sernatur en el año } t / 12))$	100166 personas	189728 personas	266823 personas	307437 personas	220000 personas	SI	139%	20%	<u>Reportes/Informes</u> Memorándum de la Unidad Estrategia Digital, adjuntando informes que den cuenta del número de visitas obtenidas en nuestros sitios webs, obtenidos de la herramienta Google Analytics.	4

(9): Fundamentaciones o justificaciones de metas no cumplidas (cumplimiento inferior a 95%) y metas sobrecumplidas (cumplimiento superior a 105%)

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio	100%
Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas	0%
Porcentaje de cumplimiento global del servicio	100%

Notas:

1.-El sobrecumplimiento en la llegada de turistas se debe principalmente al alza e incremento en visitas que tuvieron los mercados emisores de Brasil, Bolivia, Colombia, México y de países europeos y norteamericanos; definidos como países prioritarios o estratégicos para nuestro país, invirtiéndose gran parte de los recursos en promoción internacional. Los turistas que más crecieron fueron los Brasileños (12,2%), y su repunte se origina en el mes de junio, temporada alta establecida para estos visitantes dado su gran interés por el Turismo de Nieve. Con respecto a las visitas de larga distancia, desde abril el mercado Europeo ha registrado de manera consecutiva significativas alzas, situación similar ha ocurrido desde mayo en Norteamérica, esto se asocia principalmente a la depreciación del peso ante el dólar y el euro y a las recuperaciones económicas que han tenido estos países durante el presente año.

2.-El mayor porcentaje de pasajeros viajados se debe al aumento de viajes realizados durante el primer semestre correspondiente a la extensión de la temporada N° 7 /2013, debido a las renunciaciones realizadas por algunos colegios durante el segundo semestre del 2013, viajes que se concretaron durante el primer semestre de 2014, aumentando la cifra de viajados el 2014.

3.-El aumento de las noches camas, se produce principalmente a consecuencia del aumento de pasajeros viajados en el programa Gira de Estudio y al Programa Vacaciones Tercera Edad

4.-El sobrecumplimiento se debe a un crecimiento de visitas de los sitios de promoción turística, www.chileestuyo.cl y www.chile.travel, debido a un incremento en las campañas digitales que genero un alza en las visitas de los sitios mencionados, como se explica en el informe adjunto (medio de verificación medio de verificación: Reportes Visitas Sitios WEB).El sitio www.chile.travel, creció en cantidad de visitas únicas en comparación con el año 2013 en un 16.62% (1.612.158 visitas únicas el año 2013 a 1.880.105 visitas únicas el año 2014).El sitio www.chileestuyo.cl, creció en cantidad de visitas únicas en comparación con el año 2013 en un 24.62% (768.362 visitas únicas el año 2013 a 957.580 visitas únicas el año 2014).