

CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2013

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 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Información Sectorial	<u>Eficacia/Producto</u> Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por Sernatur <small>Aplica Enfoque de Género: NO</small>	((Total de visitas a los sitios web dispuestos por Sernatur en el año t/12))	0 personas	100166 personas	189728 personas	266823 personas	125000 personas	SI	213%	17%	<u>Reportes/Informes</u> Memorandum de la Unidad Estrategia Digital con informe del Reporte del Google Analytic al/a Subdirector/a de Marketing	1
•Promoción de la actividad turística	<u>Eficacia/Resultado Final</u> Indice de variación anual de visitas de turistas extranjeros al país por concepto de turismo receptivo, respecto al año base(2009). <small>Aplica Enfoque de Género: NO</small>	((Número de llegadas de turistas extranjeros al país año t/Número de llegadas de turistas extranjeros al país año 2009)-1)*100)	0.59 %	n.m.	26.13 %	29.35 %	25.46 %	SI	115%	16%	<u>Formularios/Fichas</u> Informe Preliminar del Turismo Receptivo 2013, enviado a Director Nacional, con el detalle de las llegadas de turistas al país.	2

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Programas de turismo para distintos segmentos de la población	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u> Porcentaje de beneficiarios/as viajados/as a través del Programa Gira de Estudio del total de potenciales beneficiarios/as del programa Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de participantes viajados a través del Programa Gira de Estudio año t/N° Total de potenciales participantes del programa año t)*100)	4.01 %	1.81 %	1.95 %	2.01 %	2.06 %	SI	97%	17%	Reportes/Informes Memorandum con reporte semestral de pasajeros viajados en el cual se detalle el número total de personas subsidiadas/beneficiadas al 30 de junio y 31 de diciembre de cada año. El reporte se realizará a través de un memorándum de la encargada de la Unidad de Programa Sociales al/a Subdirector/a de Desarrollo.	
•Programas de turismo para distintos segmentos de la población	<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° de adultos/as mayores viajados/as por el Programa año t/Total de adultos/as mayores del país Censo 2002 (Dato INE))*100)	1.88 %	2.26 %	2.33 %	2.39 %	2.36 %	SI	101%	17%	Reportes/Informes Memorandum con reporte semestral de pasajeros viajados en el cual se detalle el número total de personas subsidiadas/beneficiadas al 30 de junio y 31 de diciembre de cada año. El reporte se realizará a través de un memorándum de la encargada de la Unidad de Programa Sociales al/a Subdirector/a de Desarrollo.	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Programas de turismo para distintos segmentos de la población	<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	((Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y medio, año t /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)	22.73 %	n.m.	18.07 %	18.21 %	17.78 %	SI	102%	17%	<u>Reportes/Informes</u> Memorándum de la encargada de la Unidad de Programas Sociales al/a Subdirector/a de Desarrollo, siendo ello un verificador que consolida la información de los anexos listados de pasajeros, las fichas de fiscalización de los establecimientos de alojamiento y el resto de la información que se considera para el cálculo del indicador de ocupación.	
•Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	<u>Eficacia/Producto</u> Porcentaje de prestadores turísticos inscritos en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos al año t. Aplica Enfoque de Género: NO	((Número de Prestadores Turísticos inscritos en el Registro Nacional al año t/Total de Prestadores Turísticos de servicios de alojamiento y actividad de turismo aventura existentes al año t)*100)	0.00 %	24.82 %	67.36 %	102.16 %	95.00 %	SI	107%	16%	<u>Formularios/Fichas</u> Informe con Base de datos Registro (ACT), donde se indique prestadores turísticos registrados al 2013 (numerador) y base insrita en registro ACT (denominador).	

(9): Fundamentaciones o justificaciones de metas no cumplidas (cumplimiento inferior a 95%) y metas sobrecumplidas (cumplimiento superior a 120%)

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 se debió principalmente a un importante crecimiento de visitas en los sitios de promoción turística, www.chileestuyo.cl (nacional) y www.chile.travel (internacional). Chile travel creció en un 45% respecto al 2012, dicha alza no se pudo predecir durante el período de formulación de metas 2013, ya que en el transcurso del año 2013 se tomó la decisión de ejecutar un plan de medios asociado a una campaña cuyo presupuesto correspondía a Turismo Chile (ente ejecutor externo del plan de promoción internacional). Su presupuesto, fue de un total de USD 250.000, el cual duplicó el presupuesto interno total del portal para el año 2013. Chile es Tuyo creció en un 94% respecto al 2012. La marca de turismo nacional Chile es TUYO contó con un total de 3 BTL (técnica publicitaria de altos niveles de creatividad, sorpresa y sentido de oportunidad), en comparación con el 2012, que tuvo 1 BTL. Esto afectó directamente el sitio web, ya que venían acompañados de acciones online (redes sociales y concursos similares en Facebook), los cuales ayudaban a la generación de nuevos seguidores y la subsecuente creación de nuevos usuarios del portal. Además conto con un mayor n° de acciones promocionales. Durante el 2012, el portal www.chileestuyo.cl contó únicamente con un plan de medios asociado a la Feria Chile es TUYO 2012, durante el 2013, se activó además de una campaña asociada a la versión 2013 de la feria de turismo nacional, un plan de medios online.

2.-El sobrecumplimiento se explica a los distintos escenarios que presentaron los principales mercados emisores, ya que a los incrementos de Bolivia, Colombia, Venezuela, México y España, se contraponen las bajas de importantes mercados tales como Argentina, Brasil, Perú, EE.UU y Canadá. La variación de la llegada de turistas año 2013 versus 2009 alcanza 800 mil llegadas más de turistas. Esta cifra se explica básicamente por los mercados que de manera significativa han aumentado su cuota de participación los últimos años, como es el caso de los países fronterizos (Argentina, Bolivia y Perú), Brasil, Colombia y Venezuela, además de España en el caso de larga distancia. De lo señalado anteriormente, cabe destacar que se presenta un factor tácito con la inmigración regional hacia nuestro país que se ha desarrollado durante los últimos años, en particular de muchos de los países que presentan significativas alzas respecto al año base 2009. Esto se debe a que si bien Policía Internacional identifica su condición migratoria como Turista, la persona una vez dentro del país tiene la posibilidad de cambiar su condición de Turista a una de Residente en función de lo estipulado en la actual ley de extranjería de Chile.