

BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2014

MINISTERIO DE ECONOMÍA,
FOMENTO Y TURISMO

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

Índice

1. Carta Presentación del Ministro del ramo	3
2. Resumen Ejecutivo Servicio	5
3. Resultados de la Gestión año 2014	7
4. Desafíos para el año 2015	20
7. Anexos.....	25
Anexo 1: Identificación de la Institución	26
a) Definiciones Estratégicas	26
b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio.....	29
c) Principales Autoridades.....	30
Anexo 2: Recursos Humanos.....	31
Anexo 3: Recursos Financieros.....	38
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2014.....	44
Anexo 5: Compromisos de Gobierno	47
Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014)	48
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2014	49
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	51

1. Carta Presentación del Ministro del ramo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene la misión de promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada, la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de nuestras empresas, a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad. Para el logro de dicha misión, este Ministerio se compone de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Comité de Inversiones Extranjeras, Corporación de Fomento de la Producción, Fiscalía Nacional Económica, Instituto Nacional de Estadísticas, Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Servicio de Cooperación Técnica, Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, Servicio Nacional de Turismo, Servicio Nacional del Consumidor y Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento; los que son los encargados de diseñar y ejecutar las políticas públicas en pos del logro de los objetivos trazados.

Los ámbitos de acción del ministerio son múltiples: estimular el emprendimiento y la innovación, apoyar a las empresas de menor tamaño, asegurar la libre competencia, promover la protección de los consumidores, atraer la inversión extranjera y colaborar con el diseño de políticas públicas mediante elaboración de estadísticas nacionales confiables. También destaca nuestro trabajo en los ámbitos del turismo, la pesca y la acuicultura.

Dentro de los logros 2014 podemos destacar:

- Lanzamiento de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, la que se compone de 47 medidas y contempla recursos por más de 670 mil millones de pesos a ejecutarse entre los años 2014 y 2018. Al 31 de diciembre de 2014 se habían cumplido 21 de las 47 medidas y cerca del 90 por ciento tenía avances sustantivos.
- Instalación de una nueva Política de Emprendimiento 2014-2018 que busca convertir a Chile en uno de los mejores ecosistemas para emprender, con apoyo financiero directo para iniciar negocios impulsando un ecosistema que facilite esta actividad.
- Creación de los Programas Estratégicos de Desarrollo, una instancia de articulación y acción público-privada para el mejoramiento competitivo de sectores estratégicos a nivel regional, meso-regional o nacional. Durante 2014 se trabajó en la elaboración de los diagnósticos e identificación de brechas productivas, para luego dar paso al proceso de elaboración de una hoja de ruta en cada uno de estos sectores. A diciembre de 2014 se habían aprobado 28 programas en diversos sectores.
- Inicio de la implementación de una red de 50 Centros de Desarrollo de Negocios que, con presencia en todas las regiones, serán el principal instrumento de asesoría técnica para

micro y pequeñas empresas y emprendedores, quienes recibirán apoyo especializado y gratuito. Además, se definió la localización de los primeros 33 centros, que entrarán en funcionamiento en el segundo semestre de 2015.

- Desarrollo del Programa de Fortalecimiento de Barrios Comerciales, resultado de un trabajo conjunto entre los ministerios de Economía, Fomento y Turismo, y de Vivienda y Urbanismo, cuyo propósito es el de apoyar, promover y coordinar la gestión comercial, productiva y de desarrollo urbano de barrios comerciales. Durante 2014, a través de un proceso de participación y decisión regional, se realizó un catastro a nivel nacional y se seleccionaron los primeros 60 barrios que serán beneficiados durante el 2015.
- Envío al Congreso del proyecto de ley que fortalece la institucionalidad de SERNAC, el cual representa el avance más significativo para la protección de los derechos de consumidor desde 1997.
- Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, que busca posicionar a Chile como un polo de atracción turística mundial. Con este fin también se creó en el presupuesto 2015 el Fondo de Desarrollo Turístico que permitirá financiar dicho plan en un plazo de cuatro años.
- Crecimiento de 14,2 por ciento de la inversión extranjera directa en Chile, contrastando con el escenario latinoamericano donde ésta cayó en 19 por ciento.

Para el 2015 se espera desplegar por completo la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento y contar con la gran mayoría de las medidas cumplidas o con avance considerable, incluyendo todas las acciones relativas a la diversificación productiva de la economía. Todo ello impulsado por el presupuesto sectorial 2015 que aumenta en 22 por ciento, lo que significa un aumento muy superior al dos por ciento promedio que creció anualmente en la administración anterior.

Como Ministerio seguiremos desplegando nuestras acciones para aportar en la construcción de una economía participativa e inclusiva, con mayores espacios y apoyos para emprender e innovar, en la que empresas de diferentes tamaños coexistan en igualdad de condiciones, en un ambiente competitivo con pleno respeto a los derechos de los consumidores, necesidades de las comunidades y cuidado del medioambiente.



MINISTRO DE ECONOMÍA FOMENTO Y TURISMO

2. Resumen Ejecutivo Servicio

El Servicio Nacional de Turismo es el organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. Ejecuta la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a lo/as visitantes, nacionales y extranjero/as, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo, también hay oficinas locales en San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, Chillán, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena y Puerto Natales. Trabajan 527 personas, el 61,5% son mujeres equivalente a 324 funcionarias.

Este servicio atiende a las necesidades de visitantes nacionales y extranjero/as, prestadores de servicios turísticos, inversionistas del sector, centros de estudio superior y medio que imparten carreras de turismo a nivel nacional, organismos internacionales, gremios del sector, municipios y otros.

De acuerdo a lo comprometido en el Programa de Gobierno 2014 – 2018, el Servicio Nacional de Turismo este año aumentó la cobertura incrementando el número de viajes realizados, tanto para el programa Gira de Estudio como para el programa Vacaciones Tercera Edad. Gira de Estudios registró 24.949 pasajero/as, alumno/as y profesore/as durante el 2014. Vacaciones Tercera Edad, alcanzó un crecimiento del 27,3%, respecto del año anterior en número de pasajero/as viajado/as y en un 54,59% en el valor total del subsidio asignado.

Además, se creó un nuevo programa, Turismo Familiar, cuya finalidad es aumentar la utilización de servicios turísticos y facilitar el acceso de familias vulnerables a los beneficios físicos, sociales y psicológicos del turismo. Durante el año 2015 se ejecutará el plan piloto, que beneficiará a ocho mil personas aproximadamente, para lograr esto el aporte estatal por concepto de subsidio ascenderá a más de 900 millones de pesos.

El 2014 SERNATUR aumentó la inversión para el Plan de Promoción Internacional 2014-2016 a 16 mil millones de pesos entre aportes públicos y privados. Sólo para el año 2014 la inversión total alcanzó 6 mil 400 millones de pesos, recursos que permitieron realizar 17 ferias internacionales en 13 países, logrando aumentar en un 60% los participantes respecto del año 2012. Además, se realizaron múltiples campañas y acciones promocionales enfocadas a consumidor final.

El Servicio Nacional de Turismo ejecutó 2 mil millones de pesos extras del presupuesto para contribuir a la reactivación económica. Se asignaron 450 millones al programa de Promoción Turística, que buscó posicionar a Chile en mercados prioritarios, tales como: Estados Unidos, Brasil,

Australia y Europa. Estas campañas, en su conjunto, lograron generar un aumento del 152% de las visitas únicas a las plataformas respecto del año anterior. Y se asignaron mil 550 millones a los programas Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudios. Para el caso de Vacaciones Tercera Edad este aumento implicó adicionar en un 21,5% el presupuesto del programa, aumentando así el número de beneficiario/as en 23 mil 128 (un 8,15%). Asimismo, en el programa Gira de Estudio este aumento implicó adicionar en un 24.56% el presupuesto del programa, permitiendo aumentar en 5 mil 764 pasajero/as.

En el contexto de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento Económico, el Servicio Nacional de Turismo trabajó activamente en conjunto con otras entidades públicas y privadas, en las fases de animación y formulación de las propuestas de Programas Estratégicos para el Desarrollo Productivo, identificando preliminarmente brechas productivas y consensuando propuestas de valor para cada uno de los ocho programas formulados, entre los cuales se encuentran: Turismo del Desierto en la Ruta del Qhapap Ñan; Ruta Escénica de Parques Nacionales, Lagos y Volcanes; Turismo Deportivo en el Borde Costero de Arica y Parinacota; Magallanes Experiencia Antártica, entre otros. También se desarrolló la primera etapa de diseño del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, acción liderada por la Subsecretaria de Turismo, donde SERNATUR tuvo una participación activa mediante la coordinación con las Direcciones Regionales de Turismo, quienes contribuyeron en el levantamiento de brechas de competitividad y la identificación de destinos turísticos a priorizar.

Para el 2015 SERNATUR definió desafíos para seguir avanzando en el desarrollo y promoción del turismo en el país. Entre los desafíos definidos se destaca la ejecución y consolidación del Programa Turismo Familiar, el aumento del número de beneficiario/as de los Programas Sociales y el fortalecimiento del marketing internacional a público final, para lo cual se aumentó la inversión para el Plan de Promoción Internacional 2014-2016. Adicionalmente, SERNATUR en el año 2015 deberá generar acciones para incorporar mejoras al Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. Así como también trabajar para impulsar la oferta y promoción de la oferta turística con elementos culturales, promover aquellas líneas estratégicas que garanticen un crecimiento turístico basado en la sustentabilidad y potenciar el desarrollo turístico sustentable en áreas Silvestres Protegidas del Estado.


OMAR HERNÁNDEZ ALCAYAGA
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO



3. Resultados de la Gestión año 2014

3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, las 56 medidas y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio.

De acuerdo a lo comprometido en el Programa de Gobierno 2014 – 2018, el Servicio Nacional de Turismo durante el primer año de gestión de la actual administración, ha aumentado la cobertura, incrementando el número de viajes realizados, tanto para el Programa Gira de Estudio como para el Programa Vacaciones Tercera Edad. El Programa Vacaciones Tercera Edad, alcanzó un crecimiento del 27,3%, respecto del año anterior en número de pasajero/as viajado/as y en un 54,59% en el valor total del subsidio asignado. Mientras que el Programa Gira de Estudios, registró durante el 2014 24.949 pasajero/as, alumno/as y profesores/as, lo que implicó una inversión por parte del Estado, de 2 mil 500 millones, equivalente a un 19% de aumento en la cantidad de pasajero/as viajado/as.

Con el fin de aumentar la utilización de servicios turísticos y de aumentar el número de compatriotas que puedan disfrutar de unos días de descanso, se diseñó un nuevo programa, el que lleva por nombre Programa Turismo Familiar. Esta iniciativa tiene por propósito incrementar la utilización de servicios turísticos de alojamiento en el período de alta demanda, y un segundo propósito de facilitar el acceso de familias vulnerables a los beneficios físicos, sociales y psicológicos del turismo. Durante el primer trimestre del año 2015 se ejecutará el Plan piloto, que se estima beneficiará a ocho mil personas correspondientes a familias vulnerables de las regiones participantes y así aumentar la ocupabilidad en cada comuna de destino. Para esto el aporte estatal por concepto de subsidio ascenderá a más de 900 millones de pesos.

En marketing internacional, durante el 2014 SERNATUR trabajó en fortalecer el contacto con el público final, para lo cual aumentó la inversión para el Plan de Promoción Internacional 2014-2016 a 16 mil millones de pesos entre aportes públicos y privados. Sólo para el año 2014 la inversión total alcanzó 6 mil 400 millones de pesos, recursos que permitieron realizar 17 ferias internacionales en 13 países, logrando aumentar en un 60% los participantes respecto del año 2012. Además, se realizaron múltiples campañas y acciones promocionales enfocadas a consumidor final, en medios on y off line y tres eventos a público final de gran impacto en ciudades altamente turísticas de Francia, Estados Unidos y Brasil.

Dentro del accionar más destacable, SERNATUR ejecutó 2 mil millones extras del presupuesto para contribuir a la reactivación económica, cuya distribución y resultados se presentan a continuación.

- 450 millones asignados al programa de Promoción Turística que buscó posicionar a Chile en mercados prioritarios, tales como: Estados Unidos, Brasil, Australia y Europa. Estas campañas, en su conjunto, lograron generar un aumento del 152% equivalente a 1 millón 970 mil 501 visitas únicas a las plataformas durante el año 2014, respecto al año 2013 donde se registró un total de 781 mil 236 visitantes.
- Mil 550 millones de pesos (956 millones 600 mil pesos para Programa Vacaciones Tercera Edad y 598 millones 400 mil pesos para Programa Giras de Estudio). Para el caso de Vacaciones Tercera Edad el aumento presupuestario implicó adicionar en un 21,5% el presupuesto del

programa, lo que equivale a 23 mil 128 noches/cama, permitiendo, a su vez, aumentar el número de beneficiario/as en 23 mil 128 (un 8,15%). Asimismo, en el programa Gira de Estudio el aumento presupuestario implicó adicionar en un 24.56% el presupuesto del programa, equivalente a 28 mil 380 noches/cama, permitiendo aumentar 5 mil 764 pasajero/as.

Finalmente, en el contexto de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento Económico, acción cumplida y contenida en las 56 primeras medidas de Gobierno, el Servicio Nacional de Turismo trabajó activamente durante el año 2014, en conjunto con otras entidades públicas y privadas, en las fases de animación y formulación de las propuestas de Programas Estratégicos para el Desarrollo Productivo (medida N° 2 de la Agenda), sector económico turismo, identificando preliminarmente brechas productivas y consensuando propuestas de valor para cada uno de los ocho programas formulados, entre los cuales se encuentran: Turismo del Desierto en la Ruta del Qhapap Ñan; Ruta Escénica de Parques Nacionales, Lagos y Volcanes; Turismo Deportivo en el Borde Costero de Arica y Parinacota; Magallanes Experiencia Antártica, entre otros.

Asimismo, se desarrolló la primera etapa de diseño del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable (medida N° 4 de la Agenda), acción liderada por la Subsecretaria de Turismo, donde SERNATUR tuvo una participación activa mediante la coordinación con las Direcciones Regionales de Turismo, quienes contribuyeron en el levantamiento de brechas de competitividad y la identificación de destinos turísticos a priorizar.

3.2 Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía

Para dar cumplimiento a la misión y objetivos institucionales, el Servicio Nacional de Turismo desarrolló en el año 2014 cinco productos estratégicos: Información sectorial, promoción y desarrollo de la actividad turística, programas de turismo interno, instrumentos de gestión y desarrollo sustentable de la oferta turística y sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. A continuación se presentan los principales resultados logrados en cada uno de los productos señalados.

3.2.1 Información Sectorial

En cuanto a la **recopilación de información estadística**, se continuó entregando mensualmente las cifras de turistas extranjero/as entrados a Chile por nacionalidad y paso fronterizo. Asimismo, se realizaron informes sobre tasa de ocupación de habitaciones en establecimientos de alojamiento turístico en fines de semana largo. Lo anterior permitió, entre otros resultados, constatar la llegada de turistas extranjero/as al país, alcanzando durante el año 2014 la cifra de 3.672.803, valor que representa un alza de 2,7% respecto al año anterior.

	Llegada de Turistas Extranjeros por mes							Variaciones (%)	
	Acumulado a diciembre (x1000)							14/08	14/13(%)
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014		
YTD	2.710,0	2.759,7	2.800,6	3.137,3	3.554,3	3.576,2	3.672,8	35,5	2,7
ene	388,4	432,6	441,1	429,8	490,5	484,5	491,0	26,4	1,3
feb	290,2	304,5	290,1	305,6	387,1	350,3	354,1	20,7	1,1
mar	261,0	236,3	190,5	296,1	300,3	356,3	334,0	36,5	-6,3
abr	180,0	215,9	180,6	231,2	278,4	252,0	254,1	40,0	0,8
may	141,9	157,8	170,6	190,6	218,7	210,6	228,5	48,4	8,5
jun	140,5	139,9	142,8	171,3	192,2	197,4	193,0	40,5	-2,2
jul	202,6	171,2	195,8	224,6	261,3	258,4	270,4	27,5	4,7
ago	176,7	160,9	188,3	197,5	249,7	252,2	251,3	42,7	-0,4
sep	183,5	175,8	196,1	216,1	241,6	240,7	244,7	31,2	1,7
oct	206,2	211,5	234,5	250,3	264,9	290,7	302,2	41,0	3,9
nov	229,8	235,7	255,9	277,1	299,2	308,5	312,5	34,3	1,3
dic	309,3	317,7	314,3	347,1	370,3	374,6	437,1	21,1	16,7

Elaborado por SERNATUR, en base a información de la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional y Carabineros de Chile (OS3).

Nota 1. Incluye chilenos residentes en el exterior. Excluye visitantes por Puertos Marítimos.

Nota 2. Año 2014 preliminar.

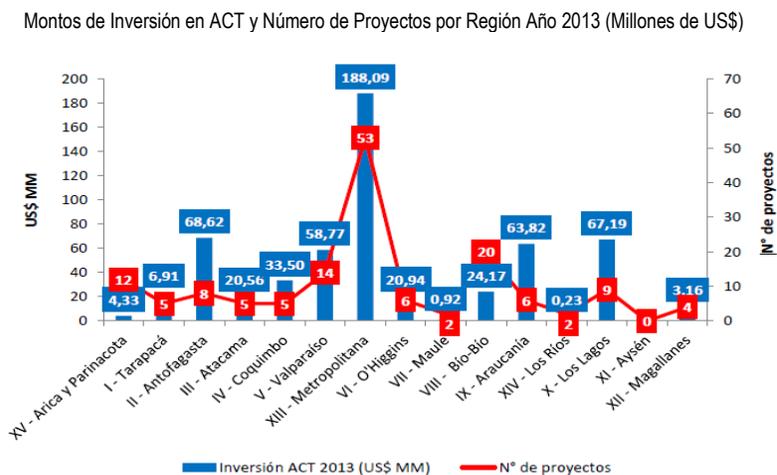
Respecto a estudios para la medición de la actividad turística, se realizaron los **Estudios del Turismo Receptivo (TR) y Emisivo (TE)** en Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez (Santiago), considerando una inversión de \$50 millones aproximadamente, donde UF1.200 fueron aportadas por el Banco Central para la realización del levantamiento de datos. El objetivo de estos estudios es proporcionar información básica para cuantificar el impacto económico del turismo

receptivo en el país y determinar el comportamiento del turista extranjero/a que visita Chile, como también del residente en Chile que viaja al exterior. Los resultados se entregan al Banco Central y se publican en la página web de SERNATUR. Producto de lo anterior se constató, a nivel de divisas, que a septiembre del 2014 se estima un ingreso total de divisas de \$US 1.949,9 millones, cifra que incluye a turistas, excursionistas y transporte internacional de pasajero/as (de bandera chilena).

Adicionalmente, se realizó la medición del **Turismo de Nieve y Deportes de Invierno en la Región Metropolitana**, análisis que permitió determinar que en los centros invernales de la Región Metropolitana se alcanzó 552 mil visitas durante el 2014, donde el 64,5% de los visitantes son residentes de Chile (88,6% de Santiago) y 35,6% corresponden a extranjero/as (59,8% de ellos son Brasileiro/as).

También se efectuó el **Empadronamiento Turismo Interno en Hogares de la Región Metropolitana** de manera de poder realizar los estudios sobre medición y comportamiento del turismo interno. En el 2014 se realizó un levantamiento de información en hogares de zona urbana y rural de la Región Metropolitana con el propósito principal de actualizar el marco poblacional del Censo INE 2002, levantar información considerando variables de segmentación, levantar información incluyendo zona rural y contar con cartografía actualizada.

Además, en el 2014 se actualizó el **catastro de la inversión privada** realizada en turismo durante el año 2013, acción que permitió a Junio 2014 identificar 190 proyectos, cuyos montos de inversión asciende aproximadamente a US\$659,57 millones a nivel nacional, de los cuales 151 proyectos están confirmados y en catastro. El siguiente gráfico muestra la inversión total privada registrada en turismo para el año 2013 a nivel nacional. Las cinco regiones de mayor inversión son: Región Metropolitana, Antofagasta, Los Lagos, La Araucanía y Valparaíso, con un total de US\$446,50 millones, que corresponden a un 79,6% del total de inversión registrada a nivel nacional (US\$561,21 millones).



Se elaboró el informe “**Estimación del Empleo en Turismo Año 2013**” donde se presentó una metodología de estimación del empleo en turismo. De la estimación realizada se destaca que la serie 2009 – 2013 presenta una tendencia a incrementarse de manera positiva a partir del año 2011, dejando atrás el efecto negativo que tuvo el terremoto del 27 de febrero de 2010 en el empleo

turístico. A nivel de regiones, al último trimestre móvil del año 2013, la Región Metropolitana se destaca como la región que concentra la mayor cantidad de empleo turístico con 124.380 personas, representando un 42,3% del empleo del Turismo, esta cifra significa un incremento de un 0,8% respecto del mismo período del 2012, es decir, cerca de 1.000 personas más. Además, el empleo turístico de la región alcanza el 3,9% del empleo total. En segundo lugar se encuentra la Región de Valparaíso con 32.814 personas trabajando en turismo, un -8,3% en relación al mismo período del 2012, sin embargo, el empleo turístico representa el 4,2% del total de empleo de la región.

Finalmente, en el año 2014 también se realizaron las siguientes acciones:

- Informe Turismo Anual Año 2013, producto logrado en coordinación con el INE que contempla una síntesis de las estadísticas de turismo del país.
- Estadísticas de Establecimientos de Alojamiento Turístico por Comunas Año 2013 y Primer Semestre Año 2014.
- Implementación del Proyecto Bienes Públicos de CORFO, donde SERNATUR es contraparte técnica, el cual busca desarrollar e implementar metodologías para la construcción de indicadores económicos estratégicos regionalizados del turismo en Chile. El proyecto comenzó en agosto 2013 y finalizará en el primer semestre del año 2015. El monto del proyecto es de \$140 millones aproximadamente.
- Apoyo Técnico a Direcciones Regionales de Turismo a través de la Guía Metodológica de los Observatorios Turísticos dirigida a los desarrolladores y ejecutores de proyectos de Observatorios Turísticos regionales.

3.2.2 Promoción y desarrollo de la actividad turística

En cuanto al **Programa de Promoción Internacional**, en el año 2014, la estrategia de marketing internacional se centró en dos ámbitos. Primero, en generar acciones de promoción para mantener la visibilidad de Chile como destino turístico en los mercados denominados prioritarios¹, estableciendo lazos con operadores turísticos y agencias de viajes que permitan fortalecer el canal de comercialización. En segundo lugar, la estrategia se centró en realizar acciones de promoción dirigidas al consumidor final. Para desarrollar esta estrategia se aumentó la inversión para el Plan de Promoción Internacional 2014-2016 a 16 mil millones de pesos entre aportes públicos y privados. Sólo para el año 2014 la inversión total alcanzó 6 mil 400 millones de pesos. Con esta inversión se buscó continuar con los esfuerzos de posicionar a Chile como destino turístico, aumentar el número de turistas y a su vez, aumentar la cantidad de divisas que estos aportan a la economía del país. Entre las diversas acciones realizadas durante el año 2014, se destacan los siguientes resultados:

En total se realizaron 17 ferias en trece países, logrando aumentar en un 60% los participantes respecto del año 2012, siendo las principales en Estados Unidos, Brasil, Colombia, Perú, Argentina, Francia, entre otras.

Además, se realizaron 69 postulaciones en el ámbito del Turismo de Reuniones obteniendo como resultado 28 adjudicaciones para nuestro país. Se destaca la adjudicación de la Cumbre ATTA Chile

¹ Mercados prioritarios: Norteamérica (EEUU y Canadá), LATAM (Brasil, Argentina, Perú, Colombia y México), Europa (España, Francia, Alemania e Inglaterra) y Lejanos (Australia).

2015, principal evento de turismo aventura a nivel mundial, a realizarse en octubre del año 2015 en Puerto Varas y que reunirá a más de 700 delegado/as de 60 países, principalmente del mercado norteamericano.

Se realizaron diversas campañas y acciones promocionales enfocadas a consumidor final, entre las principales se encuentran las realizadas con reconocidas marcas, tales como: la alianza con NiKon Francia, Marmot, Vale, Columbia Sportwear de Estados Unidos. Específicamente, en el caso de Nikon se registró un total de 16 mil 800 participantes, aumentando en un 138 % los fans de Francia y 33 millones de impresiones en el sitio web.

En cuanto a campañas Latinoamericanas, en Brasil se logró un total de 4 mil 500 segundos de publicidad (con un spots de 30 segundos) durante la segunda etapa del Mundial de Fútbol FIFA. Respecto a la cobertura de visibilidad en LATAM, más de 16 millones de personas que vieron el spot de Chile (señal LATAM sin Brasil). En Argentina se efectuó la campaña Táctica Argentina, con más de 30 puntos de publicidad en vía pública en cinco ciudades argentinas (Mendoza, Buenos Aires, Salta, Córdoba, Neuquén) y acciones a público final en Buenos Aires. Por su parte, en Colombia se contrataron tres pantallas 3D que mostraban los principales videos de Chile en el centro comercial más importante de Bogotá. En la campaña, más de diez mil personas vieron los videos de Chile.

En el Chile - Week (desarrollado en Francia, Estados Unidos y Brasil), se efectuaron tres eventos, donde se potenciaron distintas experiencias, siendo la más atractiva para el público la “Astronómica”, donde se proyectaban los cielos más limpios del planeta invitando a vivir la experiencia de estar en los diferentes observatorios que existen en Chile. En París hubo un alcance de más de 250 mil personas por día y mil 260 ingresaron al cubo, en NYC el alcance fue de las 200 mil personas diarias y mil 874 participaron de la experiencia del cubo y en Sao Paulo el alcance fue más extenso logrando 300 mil personas diariamente, mientras que dos mil 292 ingresaron al cubo.

El país también participó en una feria gastronómica en Australia, específicamente, en Melbourne visitaron la feria más de 30 mil personas mientras que en Sydney los visitantes alcanzaron los 33 mil. Finalmente, SERNATUR desarrolló una campaña público final en Estados Unidos, en conjunto con la Universidad de Columbia NYC. La cobertura de los eventos se estima que alcanzó a más de 11 mil personas, 28 mil estudiantes y 3 mil 500 profesores.

Respecto a la **promocional nacional**, el objetivo principal ha sido posicionar a Chile en el mercado nacional y aumentar los indicadores de turismo interno en el país a lo largo de todo el año. En este contexto, se destacan las siguientes campañas promocionales:

Se desarrolló la Estrategia Comunicacional de Conciencia Turística de Chile, logrando una línea comunicacional unificada a nivel nacional enfocada a tres públicos objetivos: Comunidad local, anfitriones y turistas. En ella se invirtió un total de 40 millones de pesos.

Se ejecutó la “Campaña de Turismo Interno Chile es Tuyo 2014”, en la cual se creó un nuevo llamado a la acción denominado “Yo Amo Viajar Por Chile”. La campaña tuvo una inversión de 40 millones de pesos, alcanzando los 480 mil seguidores en el Fanpage de Chile es Tuyo.

Se llevó a cabo la cuarta versión de la Feria VYVA, el evento buscó dar un fuerte impulso al turismo interno y poder motivar a que sean más los chilenos que se interesen por recorrer su país y lo prefieran. La Feria se desarrolló en el mes de noviembre, durante tres días en el Centro Cultural Estación Mapocho y se estima que el evento convocó a cerca de 20 mil personas de público general, contando además con una exitosa jornada destinada al público profesional del rubro.

También, se desarrollaron las campañas “Vacaciones Tercera Edad 2014 – 2015” y “Sello de Calidad Turística”. En la primera, se filmó un nuevo comercial de televisión, frases de radio y gráfica para prensa, invirtiendo 235 millones de pesos y en sólo cuatro semanas de exhibición se logró comercializar el 33 % de los cupos anuales, lo que demuestra el gran interés por parte de lo/as beneficiario/as. La segunda, tuvo por objetivo resaltar a los prestadores de servicio que obtienen el Sello de Calidad Turística. De esta manera, se puso en marcha la campaña “Tus Mejores Vacaciones” dirigida a público final y se creó el sitio web www.tusmejoresvacaciones.cl, repositorio de todos los servicios con el Sello Q, y en el cual se invirtió un total de 114 millones de pesos. La campaña fue implementada en televisión abierta, metro, prensa y redes sociales.

En el marco de la **estrategia digital**, se realizó la Campaña Always On en Google Adwords (Search y Display) y Facebook, la que tuvo por propósito aumentar el tráfico a la página, específicamente potenciar el Catálogo Turístico. Adicionalmente, se realizaron los concursos en Facebook: "Chile es suyo compadre -comadre", "Ganas de Viaje" y "Editor Chile es Tuyo", registrando un alcance total de 40.022.490 usuario/as, 136.703 fans adicionales en nuestro Fanpage y un tráfico total de 1.803.540 visitas al sitio.

El 4 de diciembre se realizó un Below the Line, BTL (técnica publicitaria de altos niveles de creatividad, sorpresa y sentido de oportunidad) en el frontis de la oficina central de SERNATUR, donde se lanzó la campaña “Yo amo viajar por Chile”, la que dio inicio al concurso digital del mismo nombre, que actualmente sigue activo. El concurso está dirigido a todos los chilenos que deseen compartir sus fotografías y videos en nuestra plataforma, quienes participan por premios. Este concurso ha permitido el aumento de tráfico al sitio e interacción en él equivalente a 27.483 visitas adicionales.

Se trabajó constantemente con Sponsor Post, con campañas dirigidas a nuestros mercados más importantes Estados Unidos, Argentina y Brasil. Asimismo se realizaron campañas en Google Adwords y Youtube en conjunto con la Corporación Turismo Chile. Además, se incorporó el sistema Gmail Sponsored Promotions (GSP) en las campañas de Chile Travel, herramienta que ha permitido obtener mejores resultados en la segmentación y el formato de anuncios que ofrece y diversificar nuestros medios digitales para buscar nuevas audiencias.

Finalmente, se creó la cuenta de Instagram de Chile Travel, la que ha tenido un gran éxito con más de 2 mil seguidores.

En cuanto a la **gestión de las Oficinas de Información Turística, OIT**, en el año 2014 ingresaron a las 23 Oficinas de Información Turística de SERNATUR² un total de 232.473 personas. Las oficinas

² No se consideran la OIT de Putre y la OIT de Chaitén por no tener Sistema de Registro de Ingreso de Turistas.

que presentan una mayor cantidad de visitas son OIT San Pedro de Atacama (39.402 visitas), OIT Copiapó (18.038 visitas) y OIT Puerto Montt (17.761 visitas).

Además se unificó la imagen y diseño de la OIT GAM y OIT Aeropuerto, en base a una línea gráfica, diseño y arquitectura, lo cual representa un posicionamiento de marca de las Oficinas de Informaciones Turísticas de SERNATUR. Con este avance, más del 90% de las Oficinas de Información Turística dispone actualmente de una imagen unificada.

Las OIT también participaron en la Certificación en la Norma ISO 9001:2008, en ella se certificaron diez OIT, desde la Región de Coquimbo hasta la Región de Aysén, considerando la Dirección Nacional de SERNATUR³. Acción que permitió implementar procesos estandarizados que aportan eficiencia y eficacia a la atención del usuario/a.

Finalmente, en la OIT de Arica y Parinacota y la OIT de Aysén, también se desarrollaron e implementaron plataformas de información presencial y virtual tanto para turistas nacionales como extranjero/as. Estas plataformas permiten brindar al usuario/a información turística actualizada de forma interactiva en pantallas touch.

3.2.3 Programas de turismo social

Para dar cumplimiento al Programa de Gobierno, en el año 2014 el Servicio Nacional de Turismo diseñó la versión piloto de un nuevo programa denominado **Turismo Familiar**, iniciativa que beneficiará en el año 2015 a ocho mil personas correspondientes aproximadamente a 2 mil familias vulnerables, subsidiando cerca de un 93% un paquete turístico. Para esto, el aporte estatal por concepto de subsidio ascenderá a 947 millones 200 mil pesos. Cabe señalar que el Programa dará acceso preferente a usuario/as del subsistema Seguridades y Oportunidades Ley N° 20.595 y considera una focalización en la convocatoria hacia un 60% de familias con jefatura de hogar femenina. Las regiones favorecidas para ejecutar esta iniciativa son Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule, Biobío y La Araucanía, las cuales consideran 2 tipos de paquetes turísticos según la temporada. (5 días/ 4 noches para la temporada alta; y 3 días/ 2 noches para las temporadas baja y media).

En cuanto al **Programa Vacaciones Tercera Edad**⁴ (VTE), durante el año 2014 se beneficiaron a 334 empresas prestadoras de servicios turísticos, 37,72% correspondientes a alojamientos turísticos, 9,28% a operadores turísticos y 52,99% a agencias de viajes. Asimismo, el aporte a la industria turística realizado por el Programa, considerando los conceptos de subsidio, copago y gasto extra en destino, sólo contemplando los cupos regulares y sociales, fue de \$11.851.806.248.-, lo que se traduce en que por cada \$1.- invertido por el Estado, las personas aportaron \$2,2.-. Por su parte, el porcentaje de ocupabilidad generado por el Programa corresponde a un 21,06%, equivalente a 284.845 noches camas utilizadas respecto de 1.352.387 de noches camas disponibles

3 En el año 2014 el alcance la certificación en la Norma ISO 9001:2008 no consideró a la Dirección Regional Metropolitana.

4 Los valores indicados consideran los 3 cupos del programa (social, regular e intrarregional) y el aumento presupuestario del año 2014.

a lo largo del país en los establecimientos de alojamiento que participan del Programa. Respecto a los adultos mayores, el Programa registró en el año 2014, 52.198 pasajeros/as, lo que significó una inversión por parte del Estado, sólo por concepto de subsidio, de \$5.050.810.999.-, alcanzando un crecimiento del 27,3%, respecto del año anterior en la cantidad de pasajero/as viajados y un 54,59% en cuanto al subsidio asignado.

Finalmente, el **Programa Gira de Estudio**⁵ durante el año 2014 benefició a 80 empresas prestadoras de servicios turísticos, 53% correspondientes a alojamientos turísticos, 1% a operadores turísticos y 46% a servicios de alimentación. Asimismo, el aporte a la industria turística realizado por el Programa, considerando los conceptos de subsidio, copago y gasto extra en destino fue de \$4.046.626.523, lo que se traduce en un 62% de aporte estatal, 23% de copago y 15% atribuido al gasto extra. Por su parte, el porcentaje de ocupabilidad generado por el Programa corresponde a un 16,1%, equivalente a 121.264 noches camas utilizadas respecto de 751.080 noches camas disponibles a lo largo del país en los establecimientos de alojamiento. Respecto a los beneficiarios/as, el Programa registró en el año 2014 24.949 pasajeros/as alumnos y profesores, cuya inversión por parte del Estado fue de \$2.500.572.719. Respecto el año 2013, hubo un 19% de aumento en la cantidad de pasajero/as viajado/as.

3.2.4 Instrumentos de gestión y desarrollo sustentable de la oferta turística

En el año 2014 y con el objetivo de **fortalecer la puesta en valor turística a recursos naturales y culturales**, se desarrolló en conjunto con el Cementerio General de Santiago y el Consejo de Monumentos Nacionales el proyecto “Plan de Interpretación Patrimonial para Cementerio General de Santiago, fase uno”, el cual tuvo un costo de 52 millones de pesos. En él se ejecutó el diseño de un Plan de interpretación y producción de elementos complementarios al recorrido en terreno (diseño acabado, arquitectura de paneles, emplazamiento de paneles, folletería, audioguías, mapas, afiches, postales, app, entre otros).

Se continuó con el desarrollo de las **Rutas Chile**, implementándose señales turísticas en los dos circuitos de Ruta Chile de la Región del Biobío: el Circuito Piedra de Lobos correspondiente a la Ruta del Mar y Circuito Lefkenmapu perteneciente a la Ruta Originaria, dicho proyecto tuvo una inversión de 204 millones de pesos. Con esto se logró implementar el 80% de las regiones con señales turísticas de Rutas Chile. Adicionalmente, se desarrolló, en conjunto con las Direcciones Regionales, el levantamiento de información del estado actual de un circuito por región.

Para lograr el desarrollo de oferta de actividades y productos turísticos innovadores, que diversifiquen los destinos y que al mismo tiempo, ayuden a la sofisticación de la industria turística en pos de la mejora de la oferta actual, SERNATUR participa como mandante y/u oferente en tres Bienes Públicos financiado por CORFO: **“Plataforma de rutas Outdoors para la interacción de sus actores utilizando tecnologías de la información y comunicación”**, con un monto total del proyecto aproximado de 196 millones de pesos; **“Plan de desarrollo y herramientas de competitividad para transformar a Chile en destino de Turismo Astronómico de clase mundial”**, cuyo monto total del

⁵ Los valores informados consideran todos los viajes ejecutados y pagados con presupuesto del año 2014 (pasajeros viajados por aumento presupuestario, intrarregionales, etc.)

proyecto asciende a 183 millones de pesos y; “Sistema de uso público y servicios comerciales de los Parques Nacionales de Chile”, con monto total del proyecto aproximado de 183 millones de pesos.

Por su parte, el **Programa de Turismo Municipal**, cumplió en 2014 diez años de ejecución. En el marco del aniversario, se desarrolló Seminario de Turismo Municipal con la participación de coordinadores municipales de turismo y alcaldes de 250 municipalidades, además de los encargados regionales del programa. Esta iniciativa se logró desarrollar con un presupuesto de 10 millones de pesos y consideró la participación de otras instituciones como Servicio Nacional de la Discapacidad y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. El Programa ha conseguido que actualmente existan 506 funcionarios municipales trabajando en áreas de turismo, ha logrado fomentar la asociatividad público – privada en las comunas y ha conseguido alcanzar la cifra de 312 municipios que cuentan con coordinador municipal de turismo, cifra que bordea el 90 % del total nacional de dicho estamento.

En el marco del **Programa de Capital Humano**, y de acuerdo al plan desarrollado el año 2013, se conformaron tres comisiones de trabajo (de instituciones de educación superior que dictan carreras de turismo, de empleadores turísticos y de profesionales del turismo) para llevar adelante las acciones necesarias de implementar en materia de educación y formación, con la finalidad de especializar y perfeccionar al capital humano asociado a turismo.

En el ámbito de **Turismo Cultural**, se elaboró la “Guía Metodológica para el Desarrollo del Turismo Cultural”, desarrollada gracias al Fondo de Cooperación Chile - México “Fortalezas Turísticas de Chile y México: Intercambio de experiencias socio-culturales que aportan a la sustentabilidad del sector”, esta iniciativa alcanzó un costo total de 20 millones de pesos, de los cuales 10 millones de pesos fueron cedidos por SERNATUR y los otros 10 millones de pesos fueron entregados por el Fondo. El objetivo de la guía metodológica es apoyar el trabajo tanto de planificadores y gestores turísticos y culturales que trabajan a nivel municipal, y también a los profesionales de las Direcciones Regionales de SERNATUR que prestan asistencia técnica a las diversas iniciativas de turismo cultural a escala local. Además, considerando la importancia de posicionar a nuestro país como destino turístico cultural, SERNATUR organizó en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes el Seminario Nacional de Turismo Cultural bajo el lema “Chile: destino turístico cultural”, con un costo de 8 millones de pesos, donde participaron distintos actores de instituciones públicas y privadas. También en el marco de la agenda conjunta de trabajo con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, dentro de las acciones de sensibilización y capacitación se realizaron diversos seminarios regionales de turismo cultural con el objetivo de abordar variadas temáticas relacionadas al turismo y la cultura.

Con la finalidad de fortalecer la colaboración interinstitucional entre los organismos públicos que tienen injerencias en turismo y cultura, durante el año 2014 se realizaron dos reuniones de la Mesa Nacional de Turismo Cultural como una instancia de discusión y validación para definir estrategias de desarrollo en esta línea. Ambas reuniones tuvieron una amplia participación de instituciones que dentro de sus iniciativas desarrollan acciones ligadas a turismo: Consejo de la Cultura y las Artes, Consejo de Monumentos Nacionales, Instituto de Desarrollo Agropecuario, Ministerio de Bienes Nacionales, Corporación de Fomento de la Producción, Subsecretaría de Desarrollo Regional, entre otros.

SERNATUR también realizó el Quinto Concurso Mujer Microempresaria Turística cuyo objetivo fue destacar el rol de la mujer en la actividad turística, premiando la preservación de la cultura local en los emprendimientos de mujeres a lo largo del país, buscando reconocer y destacar los esfuerzos liderados por mujeres empresarias que desarrollan un turismo asociado a las expresiones culturales que son una fuente de desarrollo local.

Respecto a la **evaluación de impactos en paisaje y turismo** en el marco del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), durante el año 2014, SERNATUR dio respuesta a un total de 670 solicitudes de pronunciamiento realizadas por el Servicio de Evaluación Ambiental (SEA) de proyectos de inversión que ingresan al SEIA. Asimismo, se trabajó en conjunto con el SEA en el desarrollo y mejoramiento de la guía para la evaluación de valor turístico.

En conjunto con la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR realizó la **actualización de los Destinos Turísticos** del País generando una completa cartografía a nivel nacional y regional con los respectivos destinos turísticos. A partir de este trabajo se delimitaron 82 Destinos Turísticos divididos en Destinos Potenciales, Destinos Emergentes y Destinos Consolidados.

Además, durante el 2014 se brindó apoyo técnico a la Subsecretaría de Turismo en la generación de informes de revisión de postulaciones a las ZOIT que estaban en proceso bajo el Decreto N°172/2012 y de planes de acción asociadas a las ZOIT ya declaradas.

También se desarrolló un **“Manual de Ordenanzas Turísticas Municipales Sustentables”** con el objetivo de entregar lineamientos y recomendaciones para que los municipios orienten sus esfuerzos hacia la sustentabilidad en la elaboración de sus ordenanzas turísticas, mediante la incorporación de los criterios definidos por el Consejo Global de Turismo Sustentable.

Con el fin de orientar a los propietarios de Iniciativas de Conservación Privada (ICP) a enfocar sus energías y recursos en el turismo sustentable y a su vez, dar continuidad al proyecto Bienes Públicos “Plataforma para la Gestión y comercialización asociativa del Turismo en Iniciativas de Conservación Privada de tres eco - regiones de Chile”, SERNATUR desarrolló el **“Manual para Áreas Silvestres Protegidas Privadas”**.

Con el objetivo de fomentar entre las empresas de la industria turística chilena la adopción de políticas y prácticas de Responsabilidad Empresarial, en noviembre del 2014 el Servicio se adjudicó por un monto de \$5.771.500, la impresión de un total de 1.800 unidades de la Serie de **“Guías de RS para el Sector Turismo en Chile”**, las que fueron distribuidas a las Direcciones Regionales y a distintos actores claves del sector turismo.

Durante el 2014 se finaliza el proyecto de **Bien Público “Diseño e implementación de un sistema de distinción de Sustentabilidad en Destinos Turísticos de Chile”**, realizado por la Universidad Andrés Bello. Como producto de este Bien Público se desarrolló el documento “Destinos Turísticos Sustentables: propuesta para un Sistema de Distinción”. Se realizaron tres talleres para transferir los conocimientos generados con el proyecto en el sur, centro y norte del País con la participación de las Direcciones Regionales. También se da término al proyecto de Bien Público **“Proyecto**

Indicadores de Sustentabilidad para el Apoyo de Negocios de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas", realizado por la Universidad de Chile, iniciado en 2011 mediante un concurso de INNOVA CORFO (\$180 MM). Como producto de este Bien Público se generó un Manual para aplicar indicadores de sustentabilidad en Áreas Protegidas Ámbito Biofísico y un Manual para aplicar indicadores de sustentabilidad en Áreas protegidas Ámbito Sociocultural, que fueron difundidos por SERNATUR durante el año 2014.

Finalmente, en el año 2014 se da comienzo al proyecto de Bien Público "**Sistema de Uso Público y Servicios Comerciales de los Parques Nacionales de Chile**" financiado por CORFO (\$183MM), que lleva a cabo Parques para Chile, en donde SERNATUR participa como mandante asociado. El proyecto se encuentra en ejecución desde noviembre del 2014 y tiene una duración de dos años.

3.2.5 Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos

A finales del año 2014 los **servicios de alojamiento registrados** ascendieron a 6.517, mientras que las actividades de turismo aventura alcanzaron las 1.319 a nivel nacional. Estos servicios corresponden a las 2 tipologías de empresas con obligación de registro (alojamiento turístico y turismo aventura), las que en combinación con el resto de tipos de empresas que abarca el sector turístico, totalizan 12.263 servicios registrados en SERNATUR.

Durante el año 2014 se llevó a cabo una campaña de registro a nivel nacional, con objeto de difundir y facilitar el trámite a los/as prestadores de servicio.

Con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos, en el transcurso del 2014 se realizaron 3.363 **inspecciones a servicios de turismo aventura y establecimientos de alojamiento turístico**. Además se firmó un convenio de colaboración con la Armada para inspecciones conjuntas de actividades de turismo aventura que se realizan en espacios acuáticos.

La **Certificación de Calidad Turística**, busca mejorar la calidad de la oferta de servicios turísticos para hacerla más competitiva. La certificación, que comenzó en el año 2007 y es voluntaria para los prestadores de servicios turísticos, ha logrado que más de 255 servicios cuenten actualmente con Sello de Calidad Turística vigente, 41 de los cuales fueron entregados en el año 2014.

Con el objetivo de seguir contribuyendo a la mejora continua en la actividad turística, SERNATUR firmó un convenio de colaboración con el Instituto Nacional de Normalización. El convenio, que bordea los 100 millones de pesos, busca incorporar elementos de calidad en la gestión de los servicios de alojamiento turístico y trabajar sobre **normas de calidad** para las Actividades de Turismo Aventura, entre otros.

En relación a la difusión del Sello Q (de Calidad Turística), durante 2014 se realizaron campañas offline y online, dentro de las que se creó el nuevo portal para público final www.tusmejoresvacaciones.cl, para el cual se realizó el lanzamiento a través de una activación llamada "Capenane Q" (la cual se replicó en cada una de las regiones y en la feria VYVA), además de considerar planes de medios, ejecutados por ejemplo en las revistas de las aerolíneas LAN y

SKY, que permiten afianzar y aumentar el posicionamiento del Sello Q. La inversión realizada en estos ámbitos estuvo dentro del orden de MM\$150.

Finalmente, desde el año 2013, se ha desarrollado un **Sistema de Distinción de Sustentabilidad** (Sello S), dirigido a prestadores de servicios de alojamiento turístico, abriendo oportunidades de mejorar, poner en valor y diversificar la oferta turística nacional, generando posibilidades para una demanda nacional e internacional cada vez más creciente y sensibilizada hacia los criterios de sustentabilidad. A dos años de la puesta en marcha del sistema de Distinción de Sustentabilidad, 71 prestadores tienen su Sello de Sustentabilidad vigente, 31 de ellos fueron obtenidos gracias a las gestiones realizadas el año 2014.

Respecto a lo anterior, se realizaron campañas de promoción, en específico se lanzó la Guía Interactiva de Ecoeficiencia para servicios de alojamiento turístico, como una herramienta innovadora para mejorar la sustentabilidad de los establecimientos y se realizaron nueve seminarios dando a conocer el sistema de Distinción de Turismo Sustentable y cinco seminarios técnicos sobre las temáticas de sustentabilidad, abarcando una cobertura en diez regiones del país.

4. Desafíos para el año 2015

En el marco del Programa de Gobierno y de los principales productos estratégicos de SERNATUR, se han asumido los siguientes desafíos para el año 2015.

1. Ejecutar el Programa Turismo Familiar beneficiando a ocho mil personas correspondientes aproximadamente a 2 mil familias vulnerables. Adicionalmente, el Programa debe dar acceso preferente a usuarios del subsistema Seguridades y Oportunidades Ley N° 20.595 y considerar una focalización en la convocatoria hacia un 60% de familias con jefatura de hogar femenina.
2. Aumentar los/as beneficiarios/as de los Programas Sociales. Para el Programa Vacaciones Tercera Edad, el desafío es alcanzar la ejecución de 49.151 pasajeros durante el presente año, llegando a 41.790 beneficiarios entre los cupos regulares y sociales y a 7.361 pasajeros en los cupos intrarregionales. Lo anterior significa un crecimiento aproximado del 5% en los cupos regulares y sociales y un incremento cercano al 47% en los cupos Intrarregionales, todo respecto a los pasajeros ejecutado el año 2014, considerando solamente el presupuesto asignado al Programa en primera instancia (sin incremento por concepto de reactivación). Adicionalmente, incorporar a la ejecución del Programa Intrarregional 2015 algunos de los destinos que no son beneficiados con los cupos sociales y regulares del Programa nacional y que participaron de los cupos intrarregionales 2014, en virtud del incremento presupuestario asignado. En el caso del Programa Gira de Estudio, es desafío es alcanzar la ejecución de 23.496 pasajeros durante la temporada, lo que significa un crecimiento aproximado del 18% respecto los pasajeros del año 2014, considerando solamente el presupuesto asignado al Programa en primera instancia (sin incremento por concepto de reactivación).
3. Fortalecer el marketing internacional a público final para lo cual se aumentó la inversión para el Plan de Promoción Internacional 2014-2016 a 16 mil millones de pesos entre aportes públicos y privados. En el año 2015 se esperan ejecutar \$8.300 millones de pesos de presupuesto público, un 30% más que el año anterior. Recursos que permitirán implementar acciones tales como, campañas y activaciones innovadoras dirigidas al consumidor final, capacitaciones y eventos dirigidos al canal turístico y con un foco al público de Brasil, Argentina y EE.UU.. Adicionalmente, en el ámbito de la promoción, SERNATUR ha definido los siguientes compromisos transversales:
 - Incorporar elementos de innovación y TIC's en la comunicación de los programas y servicios del SERNATUR, como el uso de plataformas móviles e incorporar soluciones interactivas y en tiempo real.
 - Apoyar técnicamente y asesorar en los planes estratégicos de posicionamiento de marcas o destinos regionales, para lograr una comunicación estratégica 360°, que permita focalizarse en cada perfil o segmento de mercado meta.
 - Insertar la acción de "viajar" como necesidad básica o bien de consumo fundamental de todo chileno, a través de estrategias de marketing con el propósito de aumentar las cifras de turismo interno.

4. Incorporar mejoras al Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos, a través de la implementación de los siguientes compromisos:
- En cuanto al Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, se trabajará en la consolidación de la información contenida en la plataforma, incluyendo la georreferenciación de los prestadores de servicios de alojamiento turísticos, el objetivo de realizar esta labor es entregar información más detallada para que el turista nacional y extranjero puede planificar de mejor manera su recorrido por nuestro país. Adicionalmente, se trabajará para implementar la interoperabilidad de plataforma de Registro con el Servicio de Impuestos Internos, esto con la finalidad de facilitar al prestador la incorporación al registro y además de poder obtener información en línea y de calidad de dicho organismo. Para cumplir con esta tarea se dará inicio a las gestiones para evaluar la factibilidad técnica y económica de esta interconexión.
 - En el ámbito de las Normas, SERNATUR debe ejecutar el Convenio suscrito con INN, el que considera un presupuesto de M\$32.175. El propósito del Convenio es desarrollar nuevas normas de certificación turística para los prestadores de servicios de turismo aventura, donde se trabajará en Gestión de la Seguridad. Asimismo, se creará una nueva norma para alojamientos, enfocada en Gestión de Calidad. Lo anterior, agregará valor y complementará el actual sistema de certificación de calidad turística, ya que pasaremos de tener un sistema de certificación enfocada básicamente en productos a uno más dinámico y actualizado incorporando elementos de gestión para los servicios de alojamiento turístico, lo que es mucho más valorado por nuestros clientes (empresario/as) y los beneficiario/as finales (turistas). En cuanto a las actividades de turismo aventura, se tomarán tres normas de turismo aventura, sobre la base de normas ISO, estas son:
 - Adopción de Norma ISO21101:2014 Adventure Tourism – Safety management system – Requirements.
 - Adopción de Norma ISO/TR 21102:2013 Adventure Tourism -Leaders - Personnel Competence.
 - Adopción de Norma ISO 21103:2114 Adventure Tourism -Information for participantes.
 - En relación al Sello Q y la Distinción S, se trabajará en la consolidación de estos para ponerlos en valor como instrumentos de mercado de manera de mejorar el estándar, calidad y sustentabilidad de los servicios turísticos. Para el Sello Q se ha retomado el trabajo en conjunto con el INN para establecer un esquema de certificación de personas que establezca parámetros no cubiertos por la normativa actual y que sienta las bases de funcionamiento para los organismos certificadores, SERNATUR, INN y prestadores de servicios. Adicionalmente, se trabajará en el subcomité de turismo activado en 2014, donde INN y SERNATUR, convocan a los organismos certificadores para establecer parámetros y criterios homogéneos de funcionamiento y aplicación de cada una de las normas con el objeto de calibrar criterios. Lo anterior, mediante el esquema de certificación de productos. Además, se continuará con la difusión y promoción del sello Q, realizando talleres y seminarios a los prestadores de servicios a nivel nacional y ejecutando además campañas off line-on line, enfocadas a público final y empresarios turísticos. Lo anterior, con la finalidad de aumentar el posicionamiento del Sello, y acercarse a los empresarios del sector, fidelizando a los prestadores que ya cuentan con el Sello

y motivando a los potenciales, a través de una mayor comunicación y generando mayores y mejores incentivos.

Para el caso de la Distinción S, se desarrollaran acciones que permitan ampliar el alcance de la distinción a tour operadores turísticos. Se estima que a principios del 2016 entre en operación un piloto en este ámbito.

Finalmente, durante este año 2015 se planificó una rueda de negocio con los Prestadores que cuentan con el Sello Q y la distinción S con el objetivo de articular redes y generar asociatividad entre prestadores, fortaleciendo la cadena de comercialización de servicios turísticos.

- En el ámbito de la inspección, se dará inicio a las inspecciones in situ a los prestadores de servicios de turismo aventura, para ello se ha generado un convenio con la Armada para inspecciones conjuntas de actividades de turismo aventura que se realizan en espacios acuáticos, se trabajará para establecer vínculos con la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) para las actividades relativas al aire. Además se efectuarán inspecciones conjuntas con SERNAC, para cubrir aspectos relativos a la ley 20.423 (ley de turismo) y la ley 19.496. Adicionalmente, se realizarán informes periódicos de los prestadores que no cumplen con la normativa, a objeto de que la autoridad pueda tener a disposición la mayor cantidad de información para efectuar las denuncias, se establecerá un plan para informar a prestadores de servicios sus incumplimientos y motivos de los mismos, de acuerdo a las prioridades establecidas por el Director Nacional.
 - En el año 2014 se postuló y adjudicó a nuestro país la Cumbre Internacional de Turismo Aventura ATTA, principal evento de turismo aventura a nivel mundial, a realizarse en octubre del año 2015 en Puerto Varas y que reunirá a más de 700 delegados de 60 países, principalmente del mercado norteamericano. SERNATUR, tiene el rol de coorganizador del evento junto a Turismo Chile, Dirección Regional de Turismo Los Lagos y la Intendencia de la Región de los Lagos.
Adicionalmente, SERNATUR, deberá asegurar una industria regularizada, principalmente a la industria del turismo aventura, la que debe estar registrada e inspeccionada (documentalmente e in situ), a la fecha del encuentro. De acuerdo a lo que estipula la ley 20.423 y el decreto 222, donde se señala la obligatoriedad de registro para los servicios de alojamiento turístico y actividades de turismo aventura, velando también por el debido cumplimiento de los estándares de seguridad de las actividades de turismo aventura. Por ello desde nivel central se realizará un plan de apoyo para registro e inspección el cual debe ser ejecutado por la Dirección Regional de Los Lagos y otras regiones del país que se encuentren involucradas en el evento.
5. Impulsar la oferta y promoción de la oferta turística con elementos culturales, desafío donde se destacan las siguientes líneas de acción.
- Realizar el levantamiento y catastro de oferta turística con elementos culturales tangibles e intangibles en los destinos turísticos que sean priorizados como destinos turísticos culturales. Se pretende desarrollar un plan de trabajo para el Turismo Cultural, respaldado por una metodología adecuada a cada territorio con la finalidad de fortalecer la oferta en este ámbito.

- Elaborar un Plan de Interpretación Patrimonial para las 16 Iglesias que conforman el Circuito de Las Iglesias de Chiloé e implementar el equipamiento necesario para su puesta en marcha. El Plan de Interpretación, en esta primera etapa, contemplará: Desarrollo de diagnóstico y línea base existente; Definición de la línea de interpretación y el guion interpretativo; Identificar en ellos los puntos de interpretación aledaños a las iglesias; y Realizar las gestiones necesarias para la ejecución del proyecto. El presupuesto programado para la ejecución del proyecto asciende a M\$52.000
 - Implementar la etapa 2 del Plan de Interpretación del Cementerio General de Santiago, específicamente la producción e instalación de señalética turística y paneles de interpretación. El Plan de Interpretación, en esta segunda etapa, contemplará la implementación del sistema informativo previamente diseñado para mejorar la experiencia turística en el sitio, de 44 soportes y material gráfico de apoyo para los visitantes y de 238 señales direccionales. El presupuesto del proyecto asciende a M\$50.000.
6. Impulsar aquellas líneas estratégicas que garanticen un crecimiento turístico basado en la sustentabilidad. Para contribuir al cumplimiento de este compromiso del Programa de Gobierno, SERNATUR realizará las siguientes acciones:
- Proyecto GEF (Fondo Mundial para el Medio Ambiente Mundial) “Apoyando a la sociedad civil e iniciativas comunitarias para generar beneficios ambientales mundiales, utilizando subsidio y micropréstamos en la ecoregión mediterránea de Chile” El Proyecto cubrirá ocho territorios pilotos, que se centrará en la gestión sustentable de los territorios para la conservación de la biodiversidad, desarrollar capacidades de comunicación comunitaria, fomentar los recursos con las capacidades de desarrollo económico y la reducción de la pobreza en los territorios. El proyecto pertenece al Ministerio del Medio Ambiente a través de la División de Educación Ambiental; y SERNATUR forman parte del Comité de Socios, con el deber de participar en todas las instancias que el proyecto requiera. Presupuesto Total: US\$20.431.386
 - Instrumento: Bienes Públicos para la Competitividad. “Plan de Desarrollo y Herramientas de Competitividad para transformar a Chile en destino de Turismo Astronómico de clase mundial”. Diversas organizaciones a nivel nacional, tanto públicas, académicas, y privadas, se han unido para que Chile se transforme en un destino de turismo astronómico de excelencia, siendo admirado y reconocido en el mundo, por poseer una oferta de alta calidad, atractiva, variada y sustentable. Para cumplir con este objetivo, se está ejecutando el proyecto “Plan Astroturismo Chile”, bien público financiado por InnovaChile de Corfo, que tiene por objetivo desarrollar herramientas para mejorar la calidad y competitividad de los productos astroturísticos nacionales y elaborar un plan estratégico para fortalecer este tipo de turismo en el país. Monto total proyecto \$182.774.920
7. Potenciar el desarrollo turístico sustentable en áreas Silvestres Protegidas del Estado.

- Instrumento: Bienes Públicos para la Competitividad “Plataforma de Rutas Outdoors para la interacción de sus actores, utilizando las tecnologías de la información y comunicación”. El proyecto busca producir conocimiento e información de los lugares para la práctica de las actividades outdoors, sobre la base de un sitio web con características de red social, que promueva la generación de contenido (conocimiento de alta calidad sobre los sistemas naturales con potencial para desarrollar estas actividades); que propicie la interacción entre los usuarios (demanda) y la mayor cantidad posible de prestadores de servicios de este rubro (oferta); y que fomente la participación de los usuarios destinatarios, quienes podrán colaborar en la actualización y creación de nuevos contenidos, pudiendo realizar a su vez, una evaluación de los operadores turísticos que contraten, la cual podrá ser vista gratuitamente por el resto de la comunidad. Monto total proyecto: \$196.185.409

- Instrumento: Bienes Públicos para la Competitividad. “Sistema de Uso Público y Servicios Comerciales de los Parques Nacionales de Chile”. El proyecto tiene como objetivo el contribuir a una ampliación necesaria, adecuada y responsable del uso público de áreas protegidas del Estado, por medio del fortalecimiento de la oferta de oportunidades de turismo, recreación e interpretación en unidades piloto de manera sustentable del SNASPE y generando las condiciones necesarias para el aumento en el número de emprendimientos turísticos a través de asociaciones público-privadas. Lo anterior para lograr en el mediano y largo plazo un mayor involucramiento del sector privado como un aliado del Estado en el fortalecimiento de la infraestructura pública habilitante y los servicios comerciales que promuevan el acceso público a los atractivos naturales y culturales del SNASPE. El proyecto también tiene el objetivo lograr la debida conservación y protección de las unidades pilotos, favoreciendo el emprendimiento sustentable, la diversificación de la actividad turística asociada a las áreas protegidas del país y una mayor participación de actores locales y regionales en el desarrollo de los servicios comerciales del SNASPE. Monto total proyecto: \$ 183.403.444

- 8. Finalmente, SERNATUR tiene el desafío de sumarse a la modernización del Sistema de Información Geográfica, tal como otros servicios públicos, que generan información territorial. Para abordar este desafío se pretende generar una plataforma virtual que permita visualizar información territorial georreferenciada que se genera la unidad, tal como atractivos turísticos, zonas de Interés turísticos, destinos turísticos, rutas chile, entre otros, complementada con información relacionada al sector turismo y que se genera en otros servicios públicos. Esta herramienta permitirá apoyar tanto a consultores como profesionales de regiones de SERNATUR encargados de la evaluación de los proyectos que ingresan al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) en los ámbitos de turismo y Paisaje. Otro objetivo de este instrumento es tener la información disponible para todos los usuarios (profesionales del área, público final, estudiantes, entre otros). El presupuesto para la actividad asciende a 25 millones.

7. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución.
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros.
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2014.
- Anexo 5: Compromisos de Gobierno.
- Anexo 6: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas.
- Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2014
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2014
- Anexo 9: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional y Leyes Promulgadas durante 2014
- Anexo 10: Premios y Reconocimientos Institucionales.

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas

Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución:	<ul style="list-style-type: none">- Decreto Ley N°1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía- Ley de Turismo N° 20.423.
---	---

Misión Institucional: Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad y potenciando la certificación de los prestadores de servicios turísticos, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, y al país en su conjunto.

Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2014	<p>Incluye un total de \$22.266 millones, lo que representa un incremento de 1.1% respecto de la Ley Inicial.</p> <p>Para Promoción Internacional en el Servicio Nacional de Turismo se incluyen MM US \$ 12.8 (\$6.695 millones), creciendo MMUS\$3.5 en relación al año 2013, financiando la promoción turística en el extranjero buscando posicionar a Chile en el ámbito internacional como destino turístico, y para cumplir el compromiso de aumentar el número de turistas internacionales que visitan el país anualmente en el marco de la Estrategia Nacional de Turismo.</p> <p>Asimismo, y para morigerar la estacionalidad de demanda en destinos turísticos nacionales, los programas Tercera Edad y Giras de Estudio incluyen un total de \$6.392 millones con una cobertura esperada de aproximadamente 58.995 pasajeros.</p> <p>Se da continuidad en lo concerniente a su gasto de operación y personal con objeto de dar cumplimiento a la ley N° 20.423 (institucionalidad turística), el funcionamiento de las Oficinas de Información Turísticas y acciones de Promoción Turística a nivel nacional.</p>
---	--

- Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.
2	Promover la competitividad del sector mediante la incorporación y certificación de estándares para asegurar la calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos.
3	Generar información de calidad, oportuna y accesible que facilite la definición de estrategias y la toma de decisiones del sector, para potenciar la oferta turística.
4	Fortalecer los programas de turismo interno para reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización.
5	Fomentar y velar por el desarrollo integral de los territorios para así, contribuir con la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos y productos turísticos.
6	Implementar la estrategia de desarrollo de la gestión interna en el marco de la implementación de la Ley de Turismo

- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

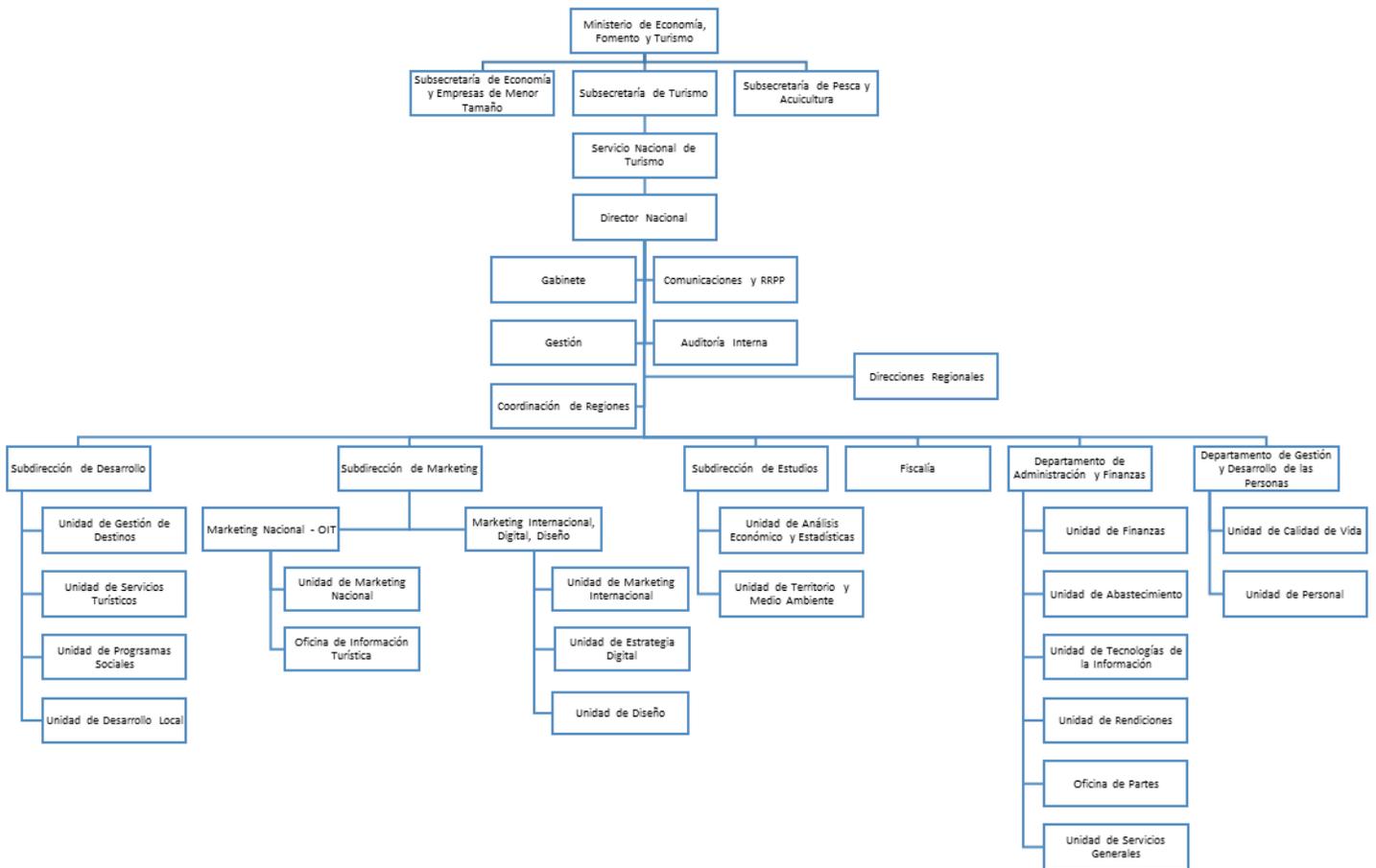
Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	Información sectorial - Diseño, elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.
2	Promoción y desarrollo de la actividad turística - Diseño, implementación y ejecución de campañas promocionales a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena a nivel nacional e internacional, y la entrega de apoyo técnico y financiero para el sector privado y la comercialización de sus productos en los mercados internacionales.	1, 2, 3, 4, 7, 8, 11.
3	Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad - Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística al interior del país, por medio de la oferta de viajes subsidiados y diseñados para ciertos segmentos de la población.	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.
4	Instrumentos de gestión y desarrollo sustentable de la oferta turística - Incentivar el desarrollo turístico sustentable de los destinos turísticos del país, y apoyar técnicamente a través de instrumentos de gestión y de la coordinación público privado.	1, 4, 7, 8, 11.

- 5 Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos - Corresponde al registro de los servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidos en el Reglamento N°222 para el sistema y la constatación del cumplimiento de criterios de calidad y estándares de seguridad establecidos en el reglamento y en las normas técnicas. 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11.

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

Número	Nombre
1	Visitantes nacionales.
2	Visitantes extranjeros.
3	Prestadores de servicios turísticos.
4	Inversionistas del sector turismo.
5	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos polivalentes que imparten carreras de turismo a nivel nacional.
6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos municipalizados y particulares subvencionados de régimen diurno, cuyos establecimientos cuenten con puntaje IVE-SINAE.
7	Organismos internacionales.
8	Gremios del sector turístico.
9	Adultos/as Mayores (según Censo 2002).
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años (según encuesta Casen 2006).
11	Municipalidades.

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



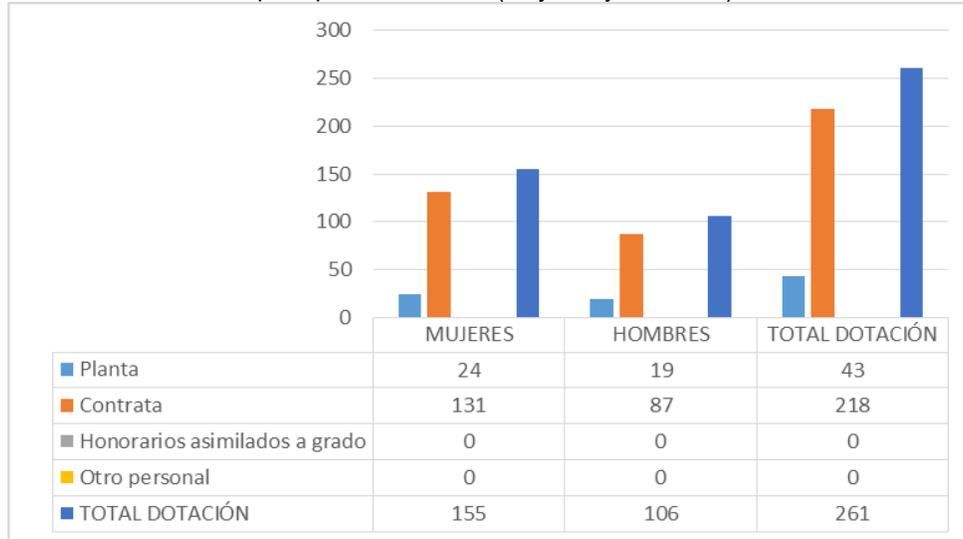
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director/a Nacional	Omar Hernández Alcayaga
Fiscal (PT)	Carlos García
Subdirector/a de Desarrollo (PT)	Beatriz Roman Alzerreca
Subdirector/a de Estudios (S)	Alette Levi
Subdirector/a de Marketing (PT)	Solange Fuster
Director/a Regional Arica y Parinacota	Sergio Draguicevic
Director/a Regional Tarapacá (PT)	Carolina Quinteros
Director/a Regional Antofagasta (PT)	Ángela Villalobos
Director/a Regional Atacama	Daniel Díaz
Director/a Regional Coquimbo	Luis Alberto Duarte
Director/a Regional Valparaíso (PT)	Claudia Araos
Director/a Regional O'Higgins (S)	Julio Arenas
Director/a Regional Maule	Carolina Reyes
Director/a Regional Bio-Bío (PT)	Paola Núñez
Director/a Regional Araucanía	Richard Quintana
Director/a Regional Los Ríos	Pedro Burgos
Director/a Regional Los Lagos	Claudia Díaz
Director/a Regional Aysén	Gabriel Inostroza
Director/a Regional Magallanes (PT)	Lorena Araya
Director/a Regional Metropolitana	Felipe Vásquez

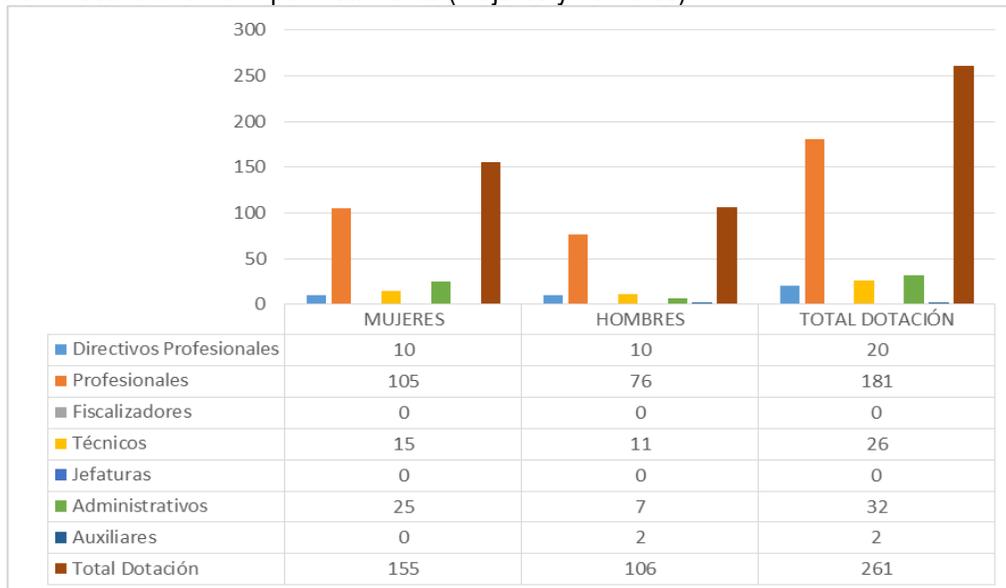
Anexo 2: Recursos Humanos

a) Dotación de Personal

- Dotación Efectiva año 2014⁶ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)

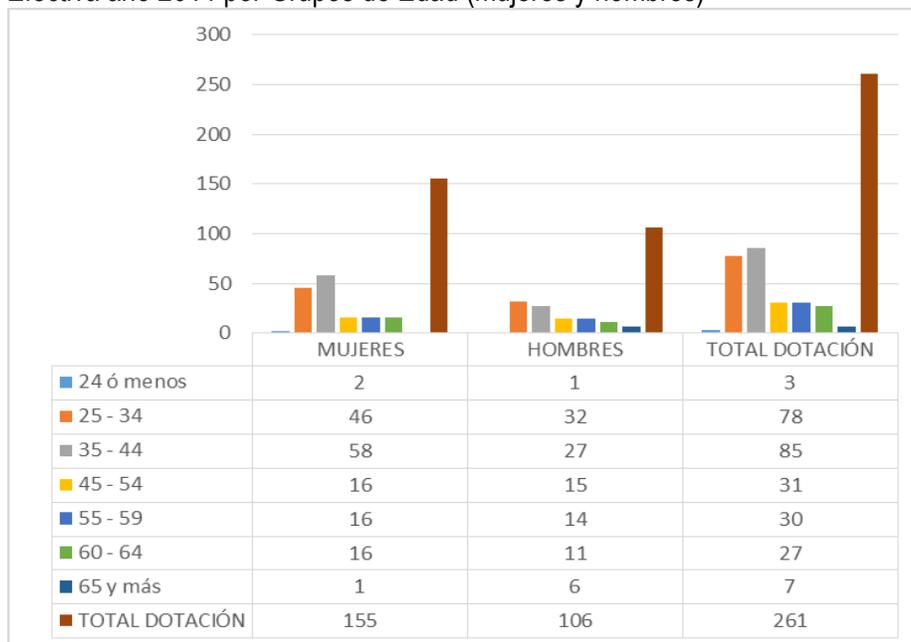


- Dotación Efectiva año 2014 por Estamento (mujeres y hombres)



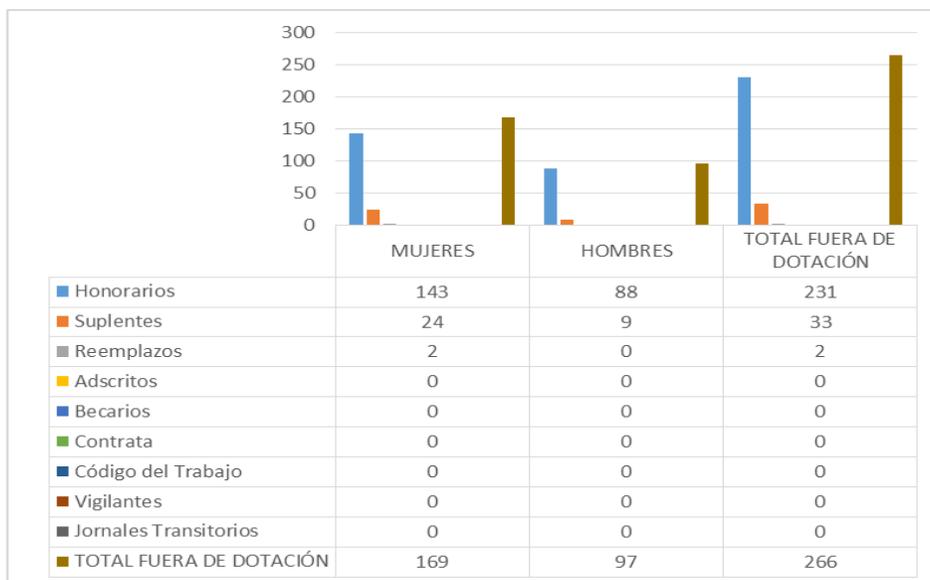
⁶ Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes Nos 15.076 y 19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2014. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

- Dotación Efectiva año 2014 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



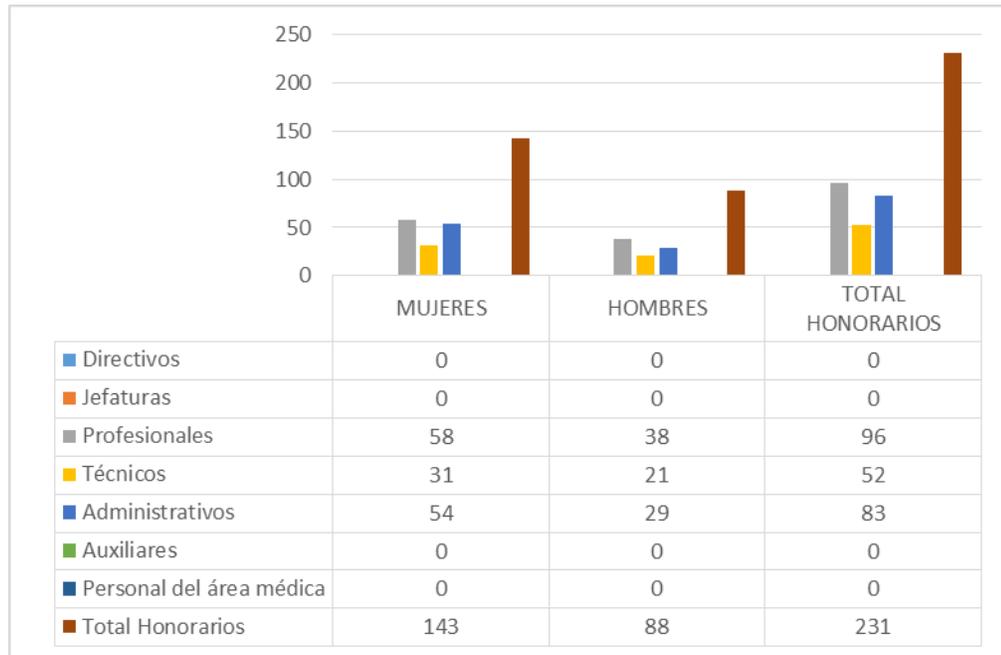
b) Personal fuera de dotación

- Personal fuera de dotación año 2014⁷, por tipo de contrato (mujeres y hombres)

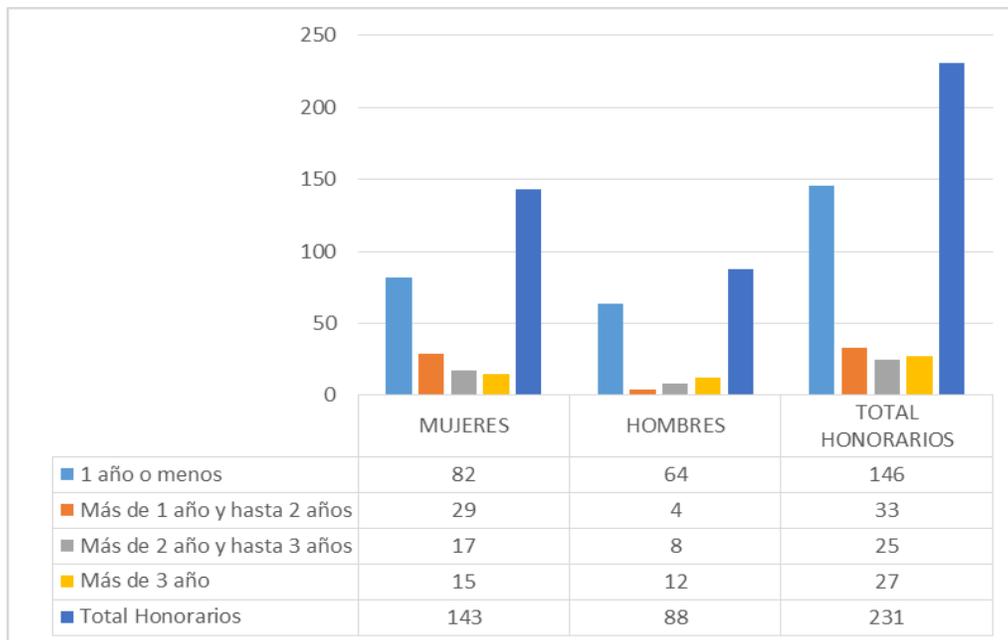


⁷ Corresponde a toda persona excluida del cálculo de la dotación efectiva, por desempeñar funciones transitorias en la institución, tales como cargos adscritos, honorarios a suma alzada o con cargo a algún proyecto o programa, vigilantes privado, becarios de los servicios de salud, personal suplente y de reemplazo, entre otros, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2014.

- Personal a honorarios año 2014 según función desempeñada (mujeres y hombres)



- Personal a honorarios año 2014 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)



c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1					
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁸		Avance ⁹	Notas
		2013	2014		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata ¹⁰ cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ¹¹	$(N^{\circ} \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección} / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	0%	0%	0	
1.2 Efectividad de la selección	$(N^{\circ} \text{ ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año } t, \text{ con renovación de contrato para año } t+1 / N^{\circ} \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección}) * 100$	0%	0%	0	
2. Rotación de Personal					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año } t / \text{Dotación Efectiva año } t) * 100$	4,6	19,92	23,09	
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
• Funcionarios jubilados	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios Jubilados año } t / \text{Dotación Efectiva año } t) * 100$	0	0,38	-	
• Funcionarios fallecidos	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios fallecidos año } t / \text{Dotación Efectiva año } t) * 100$	0	0	0	
• Retiros voluntarios					
○ con incentivo al retiro	$(N^{\circ} \text{ de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	0	0,38	-	
○ otros retiros voluntarios	$(N^{\circ} \text{ de retiros otros retiros voluntarios año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	0	9,96	-	
• Otros	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	0	9,57	-	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios ingresados año } t / N^{\circ} \text{ de funcionarios en egreso año } t) * 100$	241,6	117,30	205,96	1
3. Grado de Movilidad en el servicio					

8 La información corresponde al período Enero 2014 - Diciembre 2014 y Enero 2013 - Diciembre 2013, según corresponda.

9 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.

10 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 11 de la ley de presupuestos 2014.

11 Proceso de reclutamiento y selección: Conjunto de procedimientos establecidos, tanto para atraer candidatos/as potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización, como también para escoger al candidato más cercano al perfil del cargo que se quiere proveer.

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁸		Avance ⁹	Notas
		2013	2014		
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	0	0	0	
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año t}) / (\text{Total contratos efectivos año t}) * 100$	3,7	18,00	486	
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	71%	53	74.64	2
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$\frac{\sum (\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas en act. de capacitación año t} * \text{N}^\circ \text{ participantes en act. de capacitación año t})}{\text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t}}$	16.7	10.6	63.47	2
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ¹²	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t} / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año t}) * 100$	87,1	44	55.51	2
4.4 Porcentaje de becas ¹³ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	0	2	-	
5. Días No Trabajados					
5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.					
• Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1).	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas tipo 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0,98	0,99	98,99	
• Licencias médicas de otro tipo ¹⁴	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0,57	0,63	90,47	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	$(\text{N}^\circ \text{ de días de permisos sin sueldo año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0,24	0,29	82,75	
6. Grado de Extensión de la Jornada					

12 Evaluación de transferencia: Procedimiento técnico que mide el grado en que los conocimientos, las habilidades y actitudes aprendidos en la capacitación han sido transferidos a un mejor desempeño en el trabajo. Esta metodología puede incluir evidencia conductual en el puesto de trabajo, evaluación de clientes internos o externos, evaluación de expertos, entre otras.

No se considera evaluación de transferencia a la mera aplicación de una encuesta a la jefatura del capacitado, o al mismo capacitado, sobre su percepción de la medida en que un contenido ha sido aplicado al puesto de trabajo.

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

14 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁸		Avance ⁹	Notas
		2013	2014		
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año } t/12) / \text{Dotación efectiva año } t$	1,34	0,75	178.6	
7. Evaluación del Desempeño¹⁵					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 1 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	88,1	96,12	109.1	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 2 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	6,53	3,87	168.7	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 3 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	0	0	0	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 4 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	0	0	0	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ¹⁶ implementado	SI: Se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño. NO: Aún no se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño.	SI	SI	0	
8. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹⁷ formalizada vía Resolución Exenta	SI: Existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta. NO: Aún no existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta.	SI	SI	0	
9. Regularización de Honorarios					
9.1 Representación en el ingreso a la contrata	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	0	3,28%	-	
9.2 Efectividad proceso regularización	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	0	0	-	
9.3 Índice honorarios regularizables	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	0	100%	-	

15 Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.

16 Sistema de Retroalimentación: Se considera como un espacio permanente de diálogo entre jefatura y colaborador/a para definir metas, monitorear el proceso, y revisar los resultados obtenidos en un período específico. Su propósito es generar aprendizajes que permitan la mejora del rendimiento individual y entreguen elementos relevantes para el rendimiento colectivo.

17 Política de Gestión de Personas: Consiste en la declaración formal, documentada y difundida al interior de la organización, de los principios, criterios y principales herramientas y procedimientos que orientan y guían la gestión de personas en la institución.

Notas:

1.- Se rectifica el indicador de Índice de recuperación de funcionarios correspondiente al BGI año 2013.

2.- El área de Formación y Desarrollo, estuvo en un proceso de reestructuración y formación del equipo con nuevos integrantes durante el 1er semestre del 2014, esto implicó contar con menos tiempo para planificar y coordinar la ejecución de las capacitaciones.

Anexo 3: Recursos Financieros

a) Resultados de la Gestión Financiera

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2013 – 2014			
Denominación	Monto Año 2013	Monto Año 2014	Notas
	M\$¹⁸	M\$	
INGRESOS	22.075.465	24.254.334	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES			
OTROS INGRESOS CORRIENTES	226.848	361.876	1
APORTE FISCAL	21.839.446	23.890.716	
RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS	9.171	1.742	
GASTOS	26.219.746	24.877.932	
GASTOS EN PERSONAL	7.047.916	7.048.333	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.783.287	2.162.429	2
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	11.979	121.219	3
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	12.104.317	15.026.967	4
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	283.385	100.942	
INICIATIVAS DE INVERSIÓN	206.721	225.011	
TRANSFERENCIA DE CAPITAL			
SERVICIO DE LA DEUDA	3.782.142	193.031	5
RESULTADO	-4.144.281	-623.598	

1. Considera mayores ingresos por concepto de subsidio por incapacidad laboral, como también otros ingresos provenientes de devoluciones de saldos no utilizados años anteriores en el programa de promoción turística MM\$ 7 y devolución de MM\$132 correspondiente a recursos no utilizados en anticipo otorgado el año 2013 a la empresa adjudicada para la ejecución del Programa Vacaciones Tercera Edad
2. En el año 2013 se contó con recursos adicionales a la Ley de Presupuesto de ese año, por un monto de MM\$400, los que contemplaban MM\$200 para la campaña de reconstrucción en convenio con el MINVU, como también MM\$200 para acciones promocionales en el marco del programa de promoción turística, que por la naturaleza del gasto debían ejecutarse con cargo a este subtítulo. Estos recursos fueron rebajados del Subt. 24.01.131

¹⁸ La cifras están expresadas en M\$ del año 2014. El factor de actualización de las cifras del año 2013 es 1,0472.

3. Presupuesto corresponde a indemnizaciones pagadas a directivos ADP y bonificación por retiro de personal que se acoge a dicho beneficio.
4. Durante el año 2014, se incorporaron MM\$2.000 para transferencias corrientes para reactivación (Promoción Turística MM\$450, Vacaciones Tercera Edad MM\$952 y MM\$598 para el Programa Giras de Estudio.
5. Corresponde a compromisos que no fueron pagados antes del 31 de diciembre y que principalmente derivan de recursos contemplados para los programas Vacaciones Tercera Edad y Giras de Estudio.

b) Comportamiento Presupuestario año 2014

Cuadro 3 Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2014								
Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹⁹ (M\$)	Presupuesto Final ²⁰ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ²¹ (M\$)	Notas ²²
			INGRESOS	21.792.687	24.267.993	24.254.334	13.659	
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES		5.062		5.062	
	01		Del Sector Privado		5.062		5.062	
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	153.653	315.484	361.876	-46.392	
	01		Recuperaciones y reembolsos por Licencias Médicas	139.050	173.957	218.674	-44.717	
	99		Otros	14.603	141.527	143.202	-1.675	
09			APORTE FISCAL	21.639.034	23.947.447	23.890.716	56.731	
	01		Libre	21.639.034	23.947.447	23.890.716	56.731	
12			RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS			1.742	-1.742	
	10		Ingresos por Percibir			1.742	-1.742	
			GASTOS	21.792.697	24.942.431	24.877.932	64.499	
21			GASTOS EN PERSONAL	6.500.961	7.058.209	7.048.333	9.876	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.113.084	2.167.084	2.162.429	4.655	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL		121.593	121.219	374	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador		121.593	121.219	374	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	13.086.982	15.059.501	15.026.967	32.534	

19 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

20 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2014.

21 Corresponde a la diferencia entre el Presupuesto Final y los Ingresos y Gastos Devengados.

29	01	Al Sector Privado	13.086.982	15.059.501	15.026.967	32.534
	131	Programa de Promoción Turística	6.695.047	7.117.566	7.098.538	19.028
	132	Programa Vacaciones Tercera Edad	4.307.464	5.259.064	5.254.263	4.801
	133	Programa Giras de Estudio	2.084.471	2.682.871	2.674.166	8.705
		ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FIANANCIEROS	91.670	101.036	100.942	94
	04	Mobiliarios y Otros		9.366	9.324	42
	05	Máquinas y Equipos				
	06	Equipos Informáticos	37.080	37.080	37.079	1
	07	Programas Informáticos	54.590	54.590	54.539	51
31		INICIATIVAS DE INVERSIÓN		241.977	225.011	16.966
	02	Proyectos		241.977	225.011	16.966
34		SERVICIO DE LA DEUDA		193.031	193.031	
	07	Deuda Flotante		193.031	193.031	
		RESULTADO	-10	-674.438	-623.598	-50.840

c) Indicadores Financieros

Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ²³			Avance ²⁴ 2014/ 2013	Notas
			2012	2013	2014		
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales ²⁵)		0,97	0,86	0,99	1,15	
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	[IP Ley inicial / IP devengados] [IP percibidos / IP devengados] [IP percibidos / Ley inicial]						
	[DF/ Saldo final de caja]		2,00	5,82	1,13	0,19	
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	(DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos)		2,01	10,34	1,21	8,55	

23 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2014. Los factores de actualización de las cifras de los años 2012 y 2013 son 1,0659 y 1,0472 respectivamente.

24 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.

25 Corresponde a Plan Fiscal, leyes especiales, y otras acciones instruidas por decisión presidencial.

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5				
Análisis del Resultado Presupuestario 2014 ²⁶				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
FUENTES Y USOS		695.758	-623.598	72.160
Carteras Netas			-122.150	122.150
115	Deudores Presupuestarios		1.742	1.742
215	Acreedores Presupuestarios		-123.892	-123.892
Disponibilidad Neta		4.219.903	1.163.354	5.383.257
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	4.218.350	1.162.110	5.380.460
112	Disponibilidades en Moneda Extranjera	1.553	1.244	2.797
Extrapresupuestario Neto		-3.524.145	-1.664.802	-5.188.947
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	6.655.435	-562.199	6.093.236
116	Ajustes a Disponibilidades		10.224	10.224
119	Trasposos Interdependencias		2.778.651	2.778.651
214	Depósitos a Terceros	-10.168.122	-1.080.384	-11.248.506
216	Ajustes a Disponibilidades	-11.458	-32.443	-43.901
219	Trasposos Interdependencias		-2.778.651	-2.778.651

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6				
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2014				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
INGRESOS	21.792.687	24.267.993	24.254.334	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES		5.062		
OTROS INGRESOS CORRIENTES	153.653	315.484	361.876	
APORTE FISCAL	21.639.034	23.947.447	23.890.716	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS				
RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS			1.742	
SALDO INICIAL DE CAJA	10	672.686	0	
GASTOS	21.792.697	24.942.431	24.877.932	
GASTOS EN PERSONAL	6.500.961	7.058.209	7.048.333	
BIENES EN SERVICIOS DE CONSUMO	2.113.084	2.167.084	2.162.429	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	121.593	121.219	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	13.086.982	15.059.501	15.026.967	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	91.670	101.036	100.942	

²⁶ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

PRESTAMOS			
INICIATIVAS DE INVERSIÓN		241.977	225.011
TRANSFERENCIA DE CAPITAL			
SERVICIO DE LA DEUDA		193.031	193.031
SALDO FINAL DE CAJA	0	171.239	0
RESULTADO			-623.598

f) Transferencias²⁷

Cuadro 7					
Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2014 ²⁸ (M\$)	Presupuesto Final 2014 ²⁹ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ³⁰	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	13.106.982	15.059.501	15.026.967	32.534	
Gastos en Personal	533.751	575.595	552.842	22.753	
Bienes y Servicios de Consumo	24.345	47.596	44.716	2.880	
Inversión real					
Otros	12.528.886	14.436.310	14.429.409	6.901	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros ³¹					
TOTAL TRANSFERENCIAS	13.106.982	15.059.501	15.026.967	32.534	

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

28 Corresponde al aprobado en el Congreso.

29 Corresponde al vigente al 31.12.2014

30 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

31 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

g) Inversiones³²

Cuadro 8							
Comportamiento Presupuestario de las Iniciativas de Inversión año 2014							
Iniciativas de Inversión	Costo Total Estimado ³³	Ejecución Acumulada al año 2014 ³⁴	% Avance al Año 2014	Presupuesto Final Año 2014 ³⁵	Ejecución Año 2014 ³⁶	Saldo por Ejecutar	Notas
	(1)	(2)	(3) = (2) / (1)	(4)	(5)	(7) = (4) - (5)	

No existieron inversiones durante el 2014

³² Se refiere a proyectos, estudios y/o programas imputados en el subtítulo 31 del presupuesto.

³³ Corresponde al valor actualizado de la recomendación del Ministerio de Desarrollo Social (último RS) o al valor contratado.

³⁴ Corresponde a la ejecución de todos los años de inversión, incluyendo el año 2014.

³⁵ Corresponde al presupuesto máximo autorizado para el año 2014.

³⁶ Corresponde al valor que se obtiene del informe de ejecución presupuestaria devengada del año 2014.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2014

- Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2014

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2014										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2014	Cumple SI/NO ³⁷	% Cumplimiento ³⁸	Notas
				2012	2013	2014				
Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad	Porcentaje de beneficiarios/as viajados/as a través del Programa Gira de Estudio del total de potenciales beneficiarios/as del programa	(N° de participantes viajados a través del Programa Gira de Estudio año t/N° Total de potenciales participantes del programa año t)*100	%	1.95%	2.01%	2.64%	2.07%	SI	127.54%	1
				(19402.00)*100	(19479.00)*100	(23580.00)*100	(18596.00)*100			
	Enfoque de Género: No									
	Porcentaje de licitaciones sin oferente alguno, en el año	(Número de procesos de licitaciones en las que se cerró la recepción de ofertas el año t, que no tuvieron oferentes /Número de procesos de licitaciones en las que se cerró la recepción de ofertas el año t)*100	%	6%	0%	5%	5%	SI	100.00%	
	Enfoque de Género: No			(20/357)*100	(8/170)*100	(18/357)*100				

³⁷ Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2014 es igual o superior a un 95% de la meta.

³⁸ Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2014 en relación a la meta 2014.

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2014

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2014	Cumple SI/NO ³⁷	% Cumplimiento ³⁸	Notas
				2012	2013	2014				
				Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad	Porcentaje de adultos/as mayores viajados/as a través del Programa Vacaciones Tercera Edad del total de adultos/as mayores del país (Censo 2002)	(N° de adultos/as mayores viajados/as por el Programa año t/Total de adultos/as mayores del país Censo 2002 (Dato INE))*100				

Enfoque de Género: No

Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por SERNATUR	(Total de visitas a los sitios web dispuestos por SERNATUR en el año t/12)	Personas	189728p (2276740 /12)	266823p (3201870 /12)	307437p (3689245 /12)	220000p (2640000 /12)	SI	139.74%	2
---	--	----------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----	---------	---

Enfoque de Género: No

Porcentaje de licencias médicas atrasadas entre 6 y 24 meses, pendientes de recuperar al 31 de diciembre del año	(1-(Número de licencias médicas recuperadas al 31 de diciembre del año t con más de 6 meses y menos de 24 meses de antigüedad desde fecha de inicio de licencia médica/Número de licencias médicas, que tienen derecho a ser recuperadas al 31 de diciembre del año t, con más de 6 meses y menos de 24 meses de antigüedad desde fecha de inicio de licencia médica al 31 de diciembre del año t))*100	%	17.41% (1- (332.00/4 02.00))*1 00	0.00%	9.57% (1- (425.00/4 70.00))*1 00	10.00% (1- (450.00/5 00.00))*1 00	SI	104.49%
--	---	---	---	-------	--	---	----	---------

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2014

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2014	Cumple SI/NO ³⁷	% Cumplimiento ³⁸	Notas
				2012	2013	2014				
Programas sociales de turismo para el quiebre de la estacionalidad	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.	(Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y media, 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	%	18.07% (352071.00/1948111.00)*100	18.21% (335961.00/1844966.00)*100	21.37% (375946.00/1759253.00)*100	19.49% (342953.00/1759253.00)*100	SI	109.65%	3
	Enfoque de Género: No									
Promoción y desarrollo de la actividad turística	Índice de variación anual de visitas de turistas extranjeros al país por concepto de turismo receptivo, respecto al año base (2009).	((Número de llegadas de turistas extranjeros al país año t/Número de llegadas de turistas extranjeros al país año 2009)-1)*100	%	26.13% ((3468475.00/2749913.00)-1)*100	29.35% ((3569744.00/2759695.00)-1)*100	32.75% ((3663507.00/2759695.00)-1)*100	30.91% ((3600000.00/2749913.00)-1)*100	SI	105.95%	4
	Enfoque de Género: No									
	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año	(N° de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en año t en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en año t/N° de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en año t)*100	%	50% (112/223)*100	0%	50% (105/208)*100	48% (72/150)*100	SI	104.17%	
	Enfoque de Género: No									

Anexo 5: Compromisos de Gobierno

Objetivo Estratégico del Ministerio (A0) 2015	Objetivo Estratégico del Servicio (A1) 2015	Nombre del Compromiso	Estado de Avance 2014
Facilitar el acceso expedito a instrumentos de fomento a la inversión turística y mejorar el acceso al turismo a familias de menores ingresos y jefas de hogar.	Fortalecer los programas de turismo interno para reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización.	Desarrollar un nuevo programa de turismo social, orientado especialmente en familias de menores ingresos y jefas de hogar.	Ley de Presupuesto 2015, publicada en el Diario Oficial el 06 de diciembre de 2014, Aprueba Programa Turismo Familiar glosa 07 y 09 por un monto de \$1.030.000.000. El programa posee dos tipos de paquetes turísticos: programa de viaje por cinco días y cuatro noches, para desarrollarse en vacaciones de verano, invierno, septiembre, etc. y Programa de viajes por tres días y dos noches, para desarrollarse durante los fines de semana del año.
Apoyar las actividades de promoción, infraestructura, desarrollo de programas turísticos y actividades de fomento y capacitación sectorial, así como el desarrollo de destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile, y coordinar esfuerzos con los actores privados para potenciar sus atractivos.	Fortalecer los programas de turismo interno para reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización.	Apoyar programa vacaciones tercera edad.	Ley de Presupuesto 2015, publicada en el Diario Oficial el 06 de diciembre de 2014, Aprueba Programa Vacaciones Tercera Edad por un monto de \$5.114.175.000. El incremento presupuestario 2014-2015 de \$806.711.000, lo que corresponde a 18.72%, en relación con el año anterior. En el Programa Gira de Estudio, se aprueba por un monto de \$2.231.368.000. El incremento presupuestario 2014-2015 de \$146.897.000, lo que corresponde a 7.04%. Asimismo, para el Programa Turismo Familiar se aprobó un monto de \$1.030.000.000, para ser ejecutado en las cinco regiones definidas como pilotos.

Anexo 6: Informe Preliminar³⁹ de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas⁴⁰ (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014)

Programa / Institución: Vacaciones Tercer Edad y Giras de Estudio

Año Evaluación: 2012

Fecha del Informe: Martes, 03 de marzo de 2015

Cuadro 11 Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas	
Compromiso	Cumplimiento
<p>Medir los efectos del programa sobre sus beneficiarios directos (tales como ingresos por ventas, costos, inversiones, empleo, noches-cama ocupadas), incluyendo la medición del quiebre de la estacionalidad.</p>	<p>Vacaciones Tercera Edad (VTE) y Gira de Estudio (GE) constituyen los llamados Programas Sociales de SERNATUR y comparten el objetivo estratégico de "Reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización".</p> <p>En este sentido, medir los efectos económicos en los destinos/comunas en los que se implementaron los programas es de suma importancia para analizar el impacto de los flujos de pasajeros en la actividad turística nacional.</p> <p>El siguiente documento presenta información de ventas, empleo, inversión, llegadas y pernoctaciones de pasajeros en las empresas de Alojamiento (EAT), Agencias de Viaje (AAVV), Restaurantes y Tour Operadores Locales (TTOO) participantes de los programas junto con cifras del índice de estacionalidad generado por SERNATUR, datos muestrales obtenidos a partir del análisis de la ejecución de los programas, el estudio de evaluación 2013 y la encuesta mensual de impacto económico que lleva a cabo SERNATUR.</p> <p>Medios de Verificación: Informe de avance Medición de efectos del Programa Informe resultados Programas Sociales</p>

39 Se denomina preliminar porque el informe no incorpora la revisión ni calificación de los compromisos por DIPRES.

40 Se refiere a programas/instituciones evaluadas en el marco del Programa de Evaluación que dirige DIPRES.

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2014

I. IDENTIFICACIÓN

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

II. FORMULACIÓN PMG

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión				Prioridad	Ponderador asignado	Ponderador obtenido	Cumple
			Etapas de Desarrollo o Estados de							
			I	II	III	IV				
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O				Alta	75.00%	75.00%	▯
Marco de la Calidad	Gestión de la Calidad	Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001)			O		Mediana	25.00%	25.00%	▯
Porcentaje Total de Cumplimiento :									100.00	

III. SISTEMAS EXIMIDOS/MODIFICACIÓN DE CONTENIDO DE ETAPA

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Tipo	Etapa	Justificación
-------	----------------------	----------	------	-------	---------------

VI. DETALLE EVALUACIÓN POR INDICADOR

Indicador	Ponderación Formulario Incentivo	Meta 2014	Efectivo 2014	% Cumplimiento Indicador	Ponderación obtenida Formulario Incentivo, informado por servicio	% Cumplimiento final Indicador Incentivo	Ponderación obtenida Formulario Incentivo, final
Porcentaje de licitaciones sin oferente alguno, en el año	5.00	5.00	5.00	100.00	5.00	100.00	5.00
⁴¹ Porcentaje de beneficiarios/as viajados/as a través del Programa Gira de Estudio del total de potenciales beneficiarios/as del programa	12.00	2.07	2.64	127.54	12.00	127.54	12.00
⁴¹ Porcentaje de adultos/as mayores viajados/as a través del Programa Vacaciones Tercera Edad del total de adultos/as mayores del país (Censo 2002)	12.00	2.26	2.31	102.21	12.00	102.21	12.00
Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por SERNATUR	12.00	220000.00	307437.00	139.74	12.00	139.74	12.00
Porcentaje de licencias médicas atrasadas entre 6 y 24 meses, pendientes de recuperar al 31 de diciembre del año	5.00	10.00	9.57	104.49	5.00	104.49	5.00
Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los	12.00	19.49	21.37	109.65	12.00	109.65	12.00

⁴¹ En el Informe de Cumplimiento de Indicadores (Formulario H) se reportaron para el caso del Programa Gira de Estudio los/as beneficiario/as efectivamente viajado/as durante el año 2014 (23.580), correspondientes a la temporada 7° desde enero a julio 2014 y la temporada 8° desde julio a diciembre 2014. Por su parte, en el Programa Vacaciones Tercera Edad se informaron 39.689 beneficiarios/as. En ambos Programas no se consideró los/as beneficiario/as viajado/as por aumento presupuestario con motivo de la reactivación económica, tal como se especifica en el informe de cumplimiento 2014. Mientras que en el presente documento, BGI 2014, se informa en ambos Programas los efectivamente viajado/as con presupuesto 2014, más los viajados con el aumento presupuestario con motivo de la reactivación y los beneficiarios/as de la modalidad intrarregional del Programa.

Programas de Turismo Social del total de noches cama disponibles en temporada baja y media en los establecimientos participantes de los programas.							
Índice de variación anual de visitas de turistas extranjeros al país por concepto de turismo receptivo, respecto al año base (2009).	12.00	30.91	32.75	105.95	12.00	105.95	12.00
Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año	5.00	48.00	50.00	104.17	5.00	104.17	5.00
Total:	75.00				75.00		75.00

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2014				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ⁴²	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ⁴³	Incremento por Desempeño Colectivo ⁴⁴
Gabinete	14	4	100%	8%
Fiscalía	7	4	100%	8%
Subdirección de Desarrollo	16	4	100%	8%
Subdirección de Marketing	16	4	100%	8%
Subdirección de Estudios	16	4	100%	8%

42 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2014.

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

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

Departamento de Gestión y Desarrollo de las Personas	11	4	100%	8%
Departamento de Administración y Finanzas	25	4	100%	8%
Unidad Programas Sociales	7	4	100%	8%
DRT Arica y Parinacota	11	4	100%	8%
DRT Tarapacá	8	4	100%	8%
DRT Antofagasta	10	4	100%	8%
DRT Atacama	9	4	100%	8%
DRT Coquimbo	9	4	100%	8%
DRT Valparaíso	16	4	100%	8%
DRT O'Higgins	11	4	100%	8%
DRT Maule	9	4	100%	8%
DRT Bío Bío	20	4	100%	8%
DRT Araucanía	12	4	100%	8%
DRT Los Lagos	17	4	100%	8%
DRT Los Ríos	13	4	100%	8%
DRT Aysén	13	4	100%	8%
DRT Magallanes	15	4	100%	8%
DRT Metropolitana	8	4	100%	8%