

## CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2010

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

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2007	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Meta 2010	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Información Sectorial	<p><i>Eficacia/Producto</i></p> <p>Porcentaje de visitas a publicaciones turísticas especializadas en sernatur.cl</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	((Número de visitas a publicaciones turísticas especializadas en sernatur.cl año t/Total de visitas al sitio sernatur.cl año t)*100)	n.c.	n.c.	n.c.	28.46 %	6.23 %	SI	457%	10%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Reporte estadístico Encargado web (elaborado a partir de datos de Google Analytics, log access y estadísticas internas)</p>	1

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2007	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Meta 2010	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Promoción del turismo a nivel internacional</p> <p>●Programa: Promoción Turística a Nivel Internacional Evaluado en: 1999</p> <p>●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Economía/Producto</u></p> <p>Porcentaje de aporte efectivo de agentes externos a las campañas de promoción anual del sector turismo</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Sumatoria (Montos aporte externo efectivo) año t/Sumatoria (Valor de campañas) año t)*100)</p>	47.5 %	52.5 %	51.1 %	51.1 %	52.0 %	SI	98%	10%	<p>Reportes/Informes Informe de Gestión 2009, que incluya el detalle de las acciones promocionales (aporte público y externo, costo total) presentadas y aprobadas por SERNATUR durante el 2009, preparado por la Corporación de Promoción Turística y enviado mediante carta al Subdirector de Desarrollo. - Informe Anual de Proyectos Aprobados el año 2009, preparado por el Depto. De Promoción de SERNATUR y enviado mediante memo al Subdirector de Desarrollo.</p>	
<p>●Promoción del turismo a nivel internacional</p> <p>●Programa: Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Economía/Resultado Final</u></p> <p>Tasa de variación anual de ingreso de divisas al país por concepto de Turismo Receptivo.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Monto total de divisas ingresadas al país en año t/Monto total de divisas ingresadas al país en año t-1)-1)*100)</p>	12.78 % 1707.70	11.97 % 2020.00	-8.42 % 1859.50	1.29 % 2003.40	0.50 % 2010.00	SI	100%	10%	<p>Reportes/Informes -Informe del Turismo Receptivo 2008-2009, preparado por el Departamento de Planificación de SERNATUR y enviado al Subdirector de Desarrollo, con el detalle de las divisas ingresadas al país por concepto de turismo.</p>	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2007	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Meta 2010	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Promoción del turismo a nivel internacional</p> <p>●Programa:Aplicación Ley N° 19.255. Corporación de Promoción Turística (CPT) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Economía/Resultado Intermedio</u></p> <p>Porcentaje de turistas provenientes de mercados abordados anualmente por la CPT del total de turistas ingresados al país en el año</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Número de turistas provenientes de mercados abordados por la CPT año t/Total de turistas ingresados al país año t)*100)</p>	85.34 %	94.74 %	95.42 %	96.31 %	90.00 %	SI	107%	14%	<p>Reportes/Informes -Informe del Turismo Receptivo 2008-2009, preparado por el Departamento de Planificación de SERNATUR y enviado al Subdirector de Desarrollo, que incluya las llegadas de turistas extranjeros según nacionalidad.- Informe de Gestión 2009, que incluya el detalle de las acciones promocionales (mercados abordados) presentadas y aprobadas por SERNATUR durante el 2008, preparado por la Corporación de Promoción Turística y enviado mediante carta al Subdirector de Desarrollo</p>	





Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2007	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Meta 2010	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Gestión integral de territorios turísticos</p> <p>- Desarrollo de destinos turísticos</p> <p>- Difundir e incentivar a los servicios turísticos para la implementación y certificación en normas de Calidad Turística</p>	<p><i>Eficiencia/Resultado Intermedio</i></p> <p>Porcentaje de empresas turísticas que demuestran interés en incorporarse al Sistema de Calidad Turística (SCT)</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Número de Servicios Turísticos con carta compromiso firmada año t/Total de Servicios Turísticos potenciales que podrían incorporarse al Sistema de Calidad Turística año t)*100)</p>	n.c.	n.c.	0.00 %	13.50 %	20.01 %	NO	67%	14%	Reportes/Informes Informe que indique el número de cartas de compromisos firmadas e ingresadas, y el total de servicios de alojamiento, agencias de viaje, tour operadores y guías de turismo de la región. Las Direcciones Regionales deben además tener el respaldo de las cartas de compromisos firmadas e ingresadas.	2

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

<b>Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio</b>	86%
<b>Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas</b>	14%
<b>Porcentaje de cumplimiento global del servicio</b>	100%

Notas:

1.-Durante el año 2009 el sitio web www.sernatur.cl, tuvo un incremento en las visitas respecto a los microsítios del portal, debido a que existió un Programa de Fortalecimiento de Turismo Interno "Muévete por Chile", que implicó la construcción de una plataforma tecnológica de comercialización y de una estrategia de marketing digital que invitaba a las personas a visitar el sitio, lo que aumento considerablemente las visitas al sitio web. Este año, producto del terremoto, el programa sufrió un recorte presupuestario del 70%, lo que ha implicado la cancelación de dicho programa provocando una clara disminución de las visitas al portal. Para efectos de la medición del indicador la disminución de las visitas al sitio web, han generado que los microsítios tengan mayor cobertura respecto al portal?.Durante el año 2010, el Servicio Nacional de Turismo desarrolló una estrategia de marketing que promocionaba más las publicaciones turísticas especializadas (entre las cuales se encuentran los microsítios) de sernatur

2.-El Terremoto ocurrido el 27 de febrero de 2010 provocó graves deterioros en la infraestructura turística nacional (puertos, aeropuertos y carreteras), junto con ellos muchas edificaciones publicas y privadas se vieron fuertemente afectadas. Esto generó tres efectos inmediatos: 1) una pérdida de infraestructura turística y daños en establecimientos como hoteles y restaurantes, 2) Un deterioro de la imagen de los destinos para los visitantes y una contracción en el flujo de visitantes hacia destinos y establecimientos, 3) Cambio de las prioridades empresariales para reconstruir y para recuperar imagen y confianza de visitantes nacionales y extranjeros. Lo anterior derivó en una modificación de las metas a las regiones afectadas y una disminución de las metas que se afectarían en

el resto de las regiones. Mediante Oficios a DIPRES (Oficio 240 del 22 de abril y el Oficio 403 del 30 de julio de 2010) se informó una disminución en la base de cálculo a 5.608 servicios, un cambio de prioridad de los empresarios y un