

BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL

AÑO 2012

MINISTERIO DE ECONOMÍA
FOMENTO Y TURISMO

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

Índice

1. Carta Presentación Ministro del Ramo	4
2. Resumen Ejecutivos del Servicio	5
3. Resultados de la Gestión año 2012	7
4. Desafíos para el año 2013	19
5. Anexos	23
Anexo 1: Identificación de la Institución	
a) Definiciones Estratégicas	24
b) Organigrama y ubicación en la estructura del Ministerio	27
c) Principales Autoridades	28
Anexo 2: Recursos Humanos	
a) Dotación de personal	29
b) Indicadores de gestión de recursos humanos	32
Anexo 3: Recursos Financieros	
a) Resultados de la gestión financiera	35
b) Comportamiento presupuestario	36
c) Indicadores financieros	38
d) Fuente y uso de fondos	39
e) Cumplimiento compromisos programáticos	39
d) Transferencias	40
g) Inversiones	41
Anexo 4: Indicadores de desempeño año 2012	42
Anexo 5: Compromisos de gobierno	45
Anexo 6: Informe preliminar de cumplimiento de los compromisos de los Programas / Instituciones evaluados	47

Anexo 7: Cumplimiento de sistemas de incentivos institucionales 2012	48
Anexo 8: Cumplimiento de convenio de desempeño colectivo	48
Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional	50
Anexo 10: Premios o reconocimientos institucionales	50

1. Carta Presentación del Ministro del ramo

El Balance de Gestión que presentamos a continuación, no sólo resume las principales actividades desarrolladas por las tres subsecretarías que dependen de esta cartera Economía y Empresas de Menor Tamaño; Pesca; y Turismo, sino que además considera lo que se ha desarrollado desde nuestros diferentes servicios como: la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), el Comité Innova Chile de CORFO, el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC); el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), el Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA), el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), la Fiscalía Nacional Económica (FNE) y el Comité de Inversión Extranjera, (CINVER).

Durante el año 2012 el trabajo y los esfuerzos del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo estuvieron enfocados en el cumplimiento del Programa de Gobierno, que busca en el mediano plazo, hacer de Chile un país desarrollado y construir una sociedad con igualdad de oportunidades. Conscientes que el emprendimiento al igual que la educación son una potente herramienta para generar movilidad social, hemos destinado parte importante de nuestros esfuerzos al desarrollo de políticas públicas, que vayan en beneficio de las micro, pequeñas y medianas empresas del país.

El año 2012 fue designado por S.E. el Presidente de la República como el Año del Emprendimiento. En este sentido, hemos creado y puesto en marcha una serie de medidas que apoyan el emprendimiento, la innovación, y que persiguen, como fin último, el desarrollo de nuevos negocios. Asimismo, implementamos la nueva Ley de Investigación y Desarrollo (I+D), que permitió a muchas empresas destinar más de 6 mil millones de pesos a dicho propósito, en aras de aumentar el monto de recursos que dedica la sociedad chilena a la Investigación y Desarrollo. Por otra parte, fue aprobado en el Honorable Congreso Nacional la Nueva Ley de Pesca y Acuicultura, que permitirá el manejo sustentable de los recursos marinos.

Finalmente, quisiera destacar el gran equipo que conforma este Ministerio y su calidez humana. Miles de personas que a lo largo y ancho del país, trabajan diariamente para hacer de Chile un país de igualdad de oportunidades. Sin su ayuda sería imposible poder generar el cambio y alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto.



FELIX DE VICENTE MINGO

MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

2. Resumen Ejecutivo

El Servicio Nacional de Turismo es el organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. Su misión es 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, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto. El Servicio cuenta con 463 funcionarios/as (planta, contrata y honorarios), de los/as cuales un 61% son mujeres y un 39% son hombres. Su estructura, encabezada por el Director Nacional de Turismo, considera 3 subdirecciones (Marketing, Desarrollo y Estudios), 15 Direcciones Regionales de Turismo, departamentos y unidades y 10 oficinas locales ubicadas en las comunas de: San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, Chillan, Los Ángeles, Arauco, Osorno, La Unión, Chiloé, Palena y Puerto Natales.

En el año 2012 el presupuesto de Sernatur fue de \$17.865.021 (miles de \$), además de contar con un presupuesto adicional de \$2.251.559 (miles de \$) para el Programa de Fomento al Turismo. El presupuesto vigente del Servicio, año 2013, es de \$20.993.509 (miles de \$).

El Servicio Nacional de Turismo enmarcó su gestión del pasado año en ejes estratégicos contemplados en la Estrategia Nacional de Turismo, documento lanzado en el año 2012, que se construye en base a cinco pilares: promoción, sustentabilidad, inversión y competitividad, calidad y capital Humano e inteligencia de mercado, los que establecen la ruta a seguir para el turismo del país al año 2020.

Como eje principal, se trabajó en la **Promoción Turística Nacional** a través de la ejecución de la campaña **Chile es TUYO**; así mismo se realizó la primera feria denominada tal como la campaña, la cual consolidó toda la oferta turística nacional en un sólo lugar. El año cerró con cifras que posicionan al turismo interno como parte del 70% de la actividad turística del país, gracias a la cantidad de viajes realizados durante la temporada alta del 2012, los que aumentaron en un 12,7% respecto al mismo periodo del año anterior, totalizando aproximadamente 14,42 millones de viajes durante el año recién pasado. Durante el 2012 recibimos a 3.468.475 turistas extranjeros, lo que significó un aumento de un 13% respecto al 2011 tratándose del crecimiento más alto de los últimos siete años, un escenario que nos posiciona dentro de los países del continente que mejor tasa de crecimiento han registrado.

También relevamos el **Turismo Social** con exitosos resultados de los Programas V3E y GE, los cuales aumentaron la cobertura de beneficiarios en un 12,8% llegando a un total de 64.059 personas, entre adultos de la tercera edad, jóvenes escolares y sus profesores/as.

Considerando a la **Calidad Turística** como un pilar en el desarrollo de la industria del turismo, logramos un total de 454 servicios con este sello a fines del 2012.

La **Sustentabilidad** ha sido uno de los pilares de la gestión de Sernatur, habiéndose elaborado fruto de un trabajo comprometido por parte de Sernatur y de la coordinación entre el sector público y privado 7 manuales de buenas prácticas sustentables para las distintas actividades del rubro.

Otra acción que muestra el esfuerzo que se ha puesto en la estrategia para aumentar el turismo en el país y así finalmente aportar más al PIB de Chile es el **Programa Fomento al Turismo**, implementado para potenciar la competitividad del turismo en Chile.

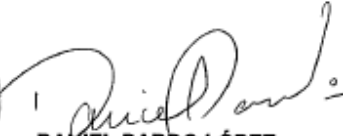
Ahora bien, para el año 2013 el Servicio Nacional de Turismo ha identificado desafíos en todos sus ámbitos de acción. De esta forma se ha propuesto potenciar el turismo interno a través de la continuación de la Campaña Chile es Tuyo, buscando aumentar el número de personas que viajan dentro del país, mediante el acercamiento al público y la organización de la oferta nacional. Además, se aumentarán los esfuerzos por atraer turistas extranjeros al país a través de la ejecución del Plan de Promoción Internacional, llevando y mostrando nuestra oferta turística y el país como destino en mercados que han sido identificados como prioritarios.

Así mismo, los Programas Sociales aumentarán su cobertura y aplicarán nuevos cupos intra e interregionales, fomentando el turismo local y regional y así la descentralización, fomentando además, el desarrollo de la asociatividad por parte de los prestadores turísticos. Para estos últimos, se continuará impulsando su registro, considerando una meta de 9.000 servicios turísticos, así como la certificación de calidad y la fiscalización para el mantenimiento de los estándares que la certificación considera. Todo ello, con el fin de potenciar la calidad en la industria nacional.

El medio ambiente continuará guiando la gestión del servicio, para lo cual se planifican acciones de sustentabilidad en distintas regiones (programas pilotos), además de fomentar la responsabilidad social empresarial de la industria del turismo.

A fin de continuar con el desarrollo de la industria, se desarrollarán estudios de mercado y flujos de turistas, con los cuales se dirigen los esfuerzos del servicio y se informa a la ciudadanía sobre la realidad del sector.

El año 2013 es un periodo de continuidad de la gestión que ha venido desarrollando el servicio, junto con la incorporación de nuevos proyectos que buscan potenciar la industria y fomentar al turismo en general. Les invitamos a conocer más de la gestión 2012 y desafíos 2013 del Servicio Nacional de Turismo a través del presente documento y visitando nuestra web www.sernatur.cl.


DANIEL PARDO LÓPEZ
DIRECTOR NACIONAL (S)
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

3. Resultados de la Gestión año 2012

Durante el año 2012 el Servicio Nacional de Turismo continuó trabajando con el fin de consolidar la actividad turística en el país, brindar las condiciones para el desarrollo del mercado, fomentar la industria nacional y potenciar la visita de turistas extranjeros al país, entre otros aspectos. El desarrollo de esta gestión concuerda con los cinco pilares definidos en con la Estrategia Nacional de Turismo, y es el marco de éstos que a continuación se presenta la gestión 2012 de Sernatur:

1. Promoción

1.1 Promoción Nacional:

Durante el 2012 se continuó con el desarrollo de la marca Chile es TUYO, con el fin de impulsar el turismo nacional o doméstico. El concepto central de ésta estuvo enfocado en mostrar experiencias accesibles y cercanas, transmitiendo el mensaje “si el turismo crece, tu país crece y tú creces”.

La construcción de la marca estuvo marcada por 4 pilares fundamentales de comunicación: motivar a viajar por Chile al ser accesible y cercano; levantamiento de oferta turística con oferta de tour operadores locales; Feria Chile es Tuyo: acercando la oferta a los chilenos; y campañas sinérgicas con otras instituciones y regiones.

Uno de los componentes de la Campaña fue la oferta de paquetes turísticos, coordinados por tour operados nacionales (ACHET) y locales, publicados y promocionados en el sitio www.chileestuyo.cl, web que se logró posicionar como el portal oficial de turismo interno del país. Ello, se tradujo en el levantamiento de 56 programas de viaje para la Semana Santa, 115 de Otoño Invierno, 132 para Fiestas Patrias, 258 para Primavera Verano, sumando un total anual de 561 “combos viajeros”, lo que representa un aumento de 131% en comparación al año 2011. Con el fin de aumentar la visibilidad de la Campaña en medios de comunicación a nivel nacional durante el 2012, se invirtió un total de 670 millones de pesos, recursos que se obtuvieron a través del presupuesto del Servicio y las Direcciones Regionales de Turismo (FNDR). Así mismo, por primera vez se realizó la Feria Chile es Tuyo, la cual tuvo el propósito de incentivar que los/as chilenos/as prefieran Chile para planificar sus viajes. Contó con la presencia de más de 45.000 personas y 400 expositores que llegaron al parque Alberto Hurtado entre el 22 y 25 de noviembre de 2012.

Así, el año 2012 fue sumamente positivo en términos turísticos, lo cual se refleja en un incremento del 18.4% en los vuelos domésticos (7.024.988 en el año 2011 y 8.319.917 en el año 2012) y un aumento del 11,7% del flujo de peajes (195.999.888 en el año 2011 y 219.003.571 en el año el 2012).

1.2. Promoción Internacional:

Durante el 2012, el Plan de Promoción Internacional de Chile logró la ejecución de M\$3.126.131, recursos focalizados mayoritariamente en los mercados prioritarios definidos en dicho Plan, es así como para el caso de Europa los mercados priorizados fueron Alemania, Francia, España, e Inglaterra, en Latinoamérica: Brasil, Argentina, Colombia y Perú; en Norteamérica Estados Unidos; y para el caso de mercados lejanos se priorizó Australia, China y Japón. El plan también contempló el área de Turismo de Negocios, con el que se busca potenciar al país como destino para diversos eventos de negocios. Respecto a la participación de privados como parte del cofinanciamiento de la ejecución del Plan, ésta fue de un 28% durante el 2012. Algunas de las actividades consideradas en el plan fueron: campañas cooperadas y genéricas de manera On/Off Line, ferias y eventos, FAM y PRESS Trips, workshops, capacitaciones on line, lanzamiento de la página web oficial de Chile www.chile.travel en Chino (ya existen en inglés, alemán, francés, portugués y español), mejoramiento de las redes sociales como Facebook y twitter, las que se enfocaron en fidelizar a los usuarios de Internet, y lanzamiento de un Brand Channel de Chile para mostrar los videos estrenados durante el año, como una forma de acercar visualmente las experiencias que el turista puede vivir en nuestro país.

Las acciones se asocian a un aumento de 3.474.519 de turistas ingresados al territorio nacional durante el 2012, un 13.2% respecto al año 2011; cumpliendo ampliamente la meta de crecimiento esperada para el periodo.

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS (1)			
	2011	2012	VAR%
ACUMULADO ENE-DIC	3.069.792	3.474.519	13,2
ENE	448.920	507.836	13,1
FEB	305.122	387.527	27,0
MAR	289.927	298.635	3,0
ABR	220.984	267.580	21,1
MAY	180.771	207.863	15,0
JUN	163.308	183.046	12,1
JUL	211.534	249.277	17,8
AGO	188.207	239.409	27,2
SEP	204.694	226.778	10,8
OCT	238.758	253.033	6,0
NOV	272.328	290.782	6,8
DIC	345.239	362.753	5,1

Elaborado por SERNATUR, en base a información de la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional.

(1) No incluye chilenos residentes en el exterior. Incluye visitantes por Puertos Marítimos

(1) Cifras definitivas.

Junto con lo anterior, cada región desarrolló un proyecto turístico ícono de su territorio, con la finalidad de potenciar y desarrollar su oferta, generando las condiciones adecuadas para transformarlo en un centro turístico de nivel mundial. Durante el 2012, las Direcciones regionales de Turismo, presentaron y ejecutaron diversas iniciativas financiadas con fondos regionales (FNDR), alcanzando cifras record de ejecución y financiamiento. Cabe destacar la región de Coquimbo, que logró la certificación StarLight de cielos limpios, convirtiéndose en la primera región de territorio americano en lograr esta distinción que posiciona a la región y Chile como destino para el turismo astronómico.

Las regiones incrementaron fuertemente su interés por difundir y potenciarse en los mercados extranjeros. Así, las regiones de Magallanes, Araucanía, Aysén y los Lagos lideran la participación regional en acciones de Promoción Internacional en mercados prioritarios (Europa, Norteamérica, Asia y Latinoamérica). Para SERNATUR los aportes recibidos vía (FNDR) han contribuido de manera importante al desarrollo turístico de las regiones, lo cual, ha permitido posicionar a los destinos turísticos de nuestro país y destacar al sector turístico como una de los sectores productivos más emergentes de la última década, al aportar alrededor del 3,23% al PIB. Consecuentemente, a partir del año 2010 las Direcciones Regionales de Turismo vienen incrementando paulatinamente su capacidad para presentar, defender y ejecutar proyectos e iniciativas, pasando de tener una ejecución presupuestaria de \$3.200 MM el 2010 a aproximadamente \$10.300 MM durante el año 2012, lo que ha permitido fortalecer la promoción nacional e internacional y el considerable aumento en la llegada de turistas.

2. Sustentabilidad

El uso sustentable de los recursos junto con el respeto por el medio ambiente, las comunidades y la cultura, han hecho que Sernatur haya incorporado acciones y prácticas sustentables clasificadas en cuatro ámbitos:

2.1 Pronunciamientos de Evaluación

Durante el año 2012 se emitieron 1.156 pronunciamientos de evaluación a proyectos de inversión tanto públicos como privados y de distintos sectores productivos, a nivel nacional, regional e interregional, ingresados al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental. Relevancia de los pronunciamientos.

2.2 Diagnósticos de Sustentabilidad

Conforme a lo establecido en el Programa de Distinción de Destinos Turísticos Sustentables, durante el año 2012 se elaboraron tres informes de diagnóstico de sustentabilidad en los destinos: Cajón del Maipo, Isla de Pascua y Llanquihue. Con ello, se da inicio al Programa señalado constituyendo una iniciativa pionera en el país.

2.3 Zonas de Interés Turístico (ZOIT)

Publicado el Decreto N° 172, del 2012, que fija el procedimiento para la declaración de zonas de interés turístico ZOIT. Es un instrumento clave para desencadenar el desarrollo turístico sustentable de ciertos territorios, mediante la priorización de programas y proyectos públicos de fomento.

2.4 Desarrollo Turístico Sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE)

Implementación del procedimiento de otorgamiento de concesiones turísticas sustentables en ASP, como asimismo, la implementación del procedimiento de declaración de ZOIT, definido por el reglamento.

3. Inversión y competitividad

En el marco de este pilar podemos destacar dos áreas el Programa de Fomento al Turismo y los Programas Sociales.

3.1 Programa de Fomento al Turismo –PFT-

Durante el año 2012 Sernatur contó con una asignación total de M\$3.118.096 para su Programa Presupuestario N°2 destinados al financiamiento del PFT. Éste tiene como fin potenciar la competitividad del turismo en Chile, con el propósito de captar de nuevos segmentos de mercado capaces de acelerar el crecimiento del sector, reduciendo la estacionalidad y desconcentrando territorialmente la oferta. El programa se tradujo en la ejecución de tres objetivos específicos:

3.1.1. Apoyar el desarrollo de nuevos destinos y productos

Dentro de este objetivo se desarrolló el proyecto Centro de Interpretación de la Era del Salitre (Cies), con el cual se busca incrementar el valor turístico del sitio declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO en el año 2005, a través de la restauración y habilitación de la pulpería ubicada en la Salitrera Santiago Humberstone. Durante el 2012 se realizó un estudio para la restauración y habilitación del Edificio Pulpería de la Salitrera (M\$140.880), además de firmar un convenio de transferencia con la I. Municipalidad de Pozo Almonte (M\$ 264.196) para financiar parte de las obras civiles del edificio. También, se desarrolló el Plan de Interpretación Patrimonial para el Monumento Natural Cueva Del Milodón (MNCM), sitio visitado por más de 72.000 personas al año, el cual tuvo por objeto revalorizar el patrimonio y los recursos naturales y culturales del atractivo, mejorando su oferta y elevándolo a estándares de calidad internacional; así también se consideró dicha visita como instrumento para la regulación y gestión de flujos turísticos al Parque Nacional de Torres del Paine. El proyecto contó con un presupuesto de M\$19.470. A partir de septiembre del 2012 el proyecto se encuentra en completo funcionamiento.

Además durante el año 2012 se ejecutaron los proyectos de restauración de fachadas y escuela taller de Putre, en conjunto con Servicio País y el Ejército de Chile, y el fortalecimiento de Sistemas de Información Turística y Difusión Patrimonial del Campamento Sewell. Con este último, se busca potenciar la información turística para los/as visitantes al campamento y difundir los valores culturales del sitio dada su condición de “Patrimonio Mundial de la UNESCO”. Durante el año 2012 el proyecto tuvo un presupuesto de M\$4.800.

El Proyecto de Paisajismos–Rutas Chile contó con el desarrollo de diseños de miradores, paraderos, intersecciones e información turística, rescatando las características más relevantes de las comunidades y localidades de los sectores aledaños a los puntos de intervención. El proyecto fue ejecutado en los circuitos de Calama - San Pedro de Atacama (Región de Antofagasta) e Iglesias de Chiloé (Región de Los Lagos).

Otro proyecto es el de producción e instalación de señalética turística para la Ciudad de Valparaíso, a fin de entregar una adecuada información de la ciudad con un nuevo sistema de señalética que facilita la visita al turista, El proyecto se ejecutó durante el año 2012 con un gasto M\$34.976.

Durante el año 2012 comenzó la implementación de los proyectos de señalización del Sistema de Información Turística “Rutas Chile” (presupuesto de M\$1.802.000), los cuales contemplan itinerarios que reúnen los elementos más distintivos de nuestro país en materia geográfica, cultural, patrimonial y turística de las 15 regiones del país. En complemento con el proyecto de señalización se desarrollaron; guías de información turística de los diferentes circuitos contemplados en las rutas, folletería que promociona el nuevo sistema de pictogramas y un estudio que georeferencia los diferentes atractivos turísticos, correspondiente a un monto de M\$46.673

3.1.2. Fortalecer la gestión turística institucional

Este objetivo se desarrolló a través de 3 proyectos. El primero fue el de Fortalecimiento de las Oficinas de Información Turística (OIT) de Sernatur, orientado a potenciar la gestión estratégica de las oficinas poniendo énfasis en la estandarización de los procesos de implementación, operación, gestión e imagen institucional. A partir de un diagnóstico realizado en el año 2010 donde se detectaron falencias y oportunidades de mejora para las oficinas, en el año 2011 se dio inicio a la implementación del Manual de Identidad en las OIT's; así, en el año 2012 se continuó con dicho proceso logrando que una implementación en un total de 17 de las 25 OIT's existentes. El presupuesto 2012 para este proyecto fue de M\$471.661 (M\$329.441 destinados a la implementación y M\$142.220 correspondiente a honorarios de informadores/as turísticos/as).

El segundo proyecto denominado Estrategia Digital, buscó promocionar a Chile como destino turístico a nivel nacional e internacional a través de medios digitales, considerando campañas de promoción online, creándose la páginas web de Chile.travel y la campaña y estrategia en redes sociales de Chile es TUYO, además del desarrollo de la aplicación móvil de Chile.travel y el contenido promocional de Chile.travel. Ello, dio como resultado un 204% de crecimiento en visitas al

sitio web Chile.travel respecto al 2011 (46.902 visitas únicas en el 2011 v/s 142.693 visitas únicas en el 2012), un 175% de crecimiento en visitas al sitio web Chileestuyo.cl (16.564 visitas únicas en mayo del 2011 v/s 45.570 visitas en diciembre 2012) y 200.000 fans en Facebook fanpage Chile es TUYO durante el 2012. Acciones realizadas con un presupuesto de M\$220.000.

El tercer proyecto corresponde al Modelo de gestión del cambio el que contempló dos etapas (2011 - 2012), las que buscan asumir oportunamente los cambios institucionales que se están generando en el micro y macro entorno organizacional a partir de la Ley de Turismo 20.423, y en virtud de estos escenarios definir un plan de gestión con el fin de comunicar, integrar y posicionar participativamente a todos los/as funcionarios/as del Servicio en los procesos de reestructuración funcionales y estratégicos que se implementen a raíz de la nueva institucionalidad.

3.1.3. Mejorar la organización y capacidad de competir del empresario turístico

El objetivo del proyecto es apoyar el fortalecimiento del sector turístico a través de la generación y consolidación de redes empresariales orientadas a necesidades del mercado. En este contexto, se presenta la oportunidad de entregar un espacio de extensión, donde poder promocionar nuevos productos y fortalecer las redes empresariales, promoviendo la interacción de la industria del turismo a nivel nacional. De esta forma se han habilitado espacios en el edificio del servicio para la presentación de muestras, ferias, lanzamientos, etc. La ejecución de este proyecto contempló un presupuesto total M\$79.501 (M\$65.686 correspondiente al año 2011 y \$M13.815 correspondiente al presupuesto del año 2012).

3.2. Programas Sociales

Desde el año 2000 Sernatur ha implementado iniciativas de turismo social, las cuales buscan fomentar el turismo doméstico con la ejecución de Programas que consideran como beneficiarios secundarios a segmentos de mercado. Durante el año 2012 Sernatur ejecutó dos programas:

3.2.1. Vacaciones Tercera Edad

El Programa permitió beneficiar a 346 empresas turísticas nacionales, entre 98 establecimientos de alojamiento, 233 agencias de viaje y 15 touroperadores pertenecientes a las comunas priorizadas por Sernatur. Dicha ejecución fue posible gracias a desarrollo del programa regular, cupos sociales e intrarregionales, lo que requirió un total de M\$4.077.751 de subsidio estatal para beneficiar a 43.827 pasajeros. Destinos como Codpa, Pica, Tal Tal, Los Vilos, Litoral de los Poetas, Los Andes, Cajón del Maipo, Lago Rapel, Pelluhue, Quillón, Lanalhue, Curacautín, Lonquimay, Coñaripe, Hornopirén, Puyuhuapi y Torres del Paine se incluyeron a la oferta que presentaba previamente el programa, dándoles visibilidad al hacerlos partícipes de la escena turística nacional.

En cuanto a ocupación, Vacaciones Tercera Edad generó un total de 255.061 noches camas en los establecimientos de alojamiento participantes, de un total de 1.381.627 noches camas disponibles, lo cual da como resultado un 18.46% de ocupabilidad, sin considerar la versión intrarregional del programa.

En monto de copago total efectuado por los pasajeros/as viajados/as ascendió a los M\$4.549.599. Finalmente, el gasto extra generado en los destinos por parte de los/as beneficiarios viajados se estima en M\$1.481.089, monto que se distribuye en las economías locales del país.

3.2.2. Gira de Estudio

El programa Gira de Estudio amplió durante el año 2012 su cobertura a los centros educativos municipales y particulares subvencionados de las regiones de Aysén y Magallanes. De esta manera el presupuesto del Programa alcanzó los \$1.953.645.058 por concepto de subsidio estatal para beneficiar a 24 empresas de alojamiento turístico, 22 restaurantes, 34 guías turísticos y empresas de transporte. A su vez, viajaron un total de 20.280 alumnos/as y profesores acompañantes de las delegaciones a los destinos participantes a nivel nacional.

La ocupación alcanzada producto de la ejecución 2012 alcanzó las 97.010 noches camas utilizadas sobre un total disponible de 566.484, entregando un resultado de 17,12% de porcentaje de ocupación en los establecimientos participantes, sin considerar los viajes intrarregionales.

En cuanto al gasto extra realizando en destino por parte de los beneficiarios/as, se estima que asciende a los \$170.287.400.- pesos.

4. Calidad y Capital Humano

Gran importancia tiene para el Servicio el ordenar la oferta turística nacional en conformidad con el espíritu de la Ley N°20.423, con el objetivo que el país se potencie, distinga y marque una diferencia positiva a través del turismo, como un destino seguro y confiable, mediante la implementación de la normativa que establece el Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos. Para lograr esto, durante el año 2012 se realizaron las siguientes acciones:

4.1. Difusión del Marco Legal

Durante el año 2012 se realizaron acciones de difusión de la nueva Ley, dirigidas principalmente a los prestadores de Alojamiento Turístico y Turismo Aventura. Esto significó abordar un conjunto de más de 700 prestadores de servicios turísticos del país; en promedio se realizaron 3 capacitaciones por región, como una medida descentralizadora. Junto con ello, se han realizado coordinaciones con Municipios y Servicios Públicos (INDAP, SII, ISL, MINSAL, MINVU etc.) con el fin de apoyar la regularización de los prestadores e identificar herramientas que facilitaran la formalización éstos. En esta línea se destaca el envío a los 345 municipios del país de un documento, que contempló líneas

bases a considerar a la hora de elaborar Ordenanzas Municipales. Esta herramienta permitirá unificar los criterios en cuanto al otorgamiento de patentes Municipales.

4.2. Registro de prestadores de servicios turísticos

Durante el año 2012, se inició una campaña orientada al registro de los/as prestadores de servicios turísticos, la que alcanzó un total de 5.850 prestadores registrados, de los cuales 3.300 fueron prestadores de alojamiento y turismo aventura.

4.3. Motivar a los prestadores de servicios turísticos a obtener el Sello de Calidad

Durante el año 2012, se realizó una campaña de difusión dirigida a la Industria, la cual buscaba invitar a entregar servicios de calidad certificada. El logro de ésta fue un aumento de los Servicios con Sello de Calidad Turística del país, logrando un total de 190 servicios con sello en el 2012, un 62% más que en 2011. Ello, demuestra un constante avance desde la implementación del Sello, tal como se muestra a continuación:

N° de Servicios Turísticos certificados por año	
Año	N° de Servicios turísticos
2007	9
2008	2
2009	51
2010	113
2011	117
2012	190

4.4. Motivar el consumo por servicios turísticos con Sello de Calidad

Con la finalidad de incentivar que chilenas/os y extranjeros/as prefiriesen servicios turísticos certificados con el Sello de Calidad Turística se desarrolló una campaña, con un presupuesto de 130 millones de pesos, con la cual se pudo triplicar las visitas mensuales de la página web www.calidadturistica.cl, llegando a más de 21.000 visitas únicas en el mes de mayor cobertura. Así mismo, los servicios certificados se difundieron en ferias nacionales e internacionales, como una manera de promocionar a las empresas certificadas, posicionar el Sello, difundir sus beneficios e invitar a preferirlo a la hora de planificar viajes y vacaciones.

4.5 Desarrollar normas técnicas por la industria turística

Durante el año 2012 se amplió el convenio INN-SERNATUR, bajo el cual se revisaron las normas de Camping y Lodge, quedando finalmente ambas aprobadas por el Ministerio de Economía. En el marco de la consulta de éstas existió una amplia participación por parte de la industria turística en su conjunto. Adicionalmente, durante el año 2012 se elaboró la norma de Hotel Boutique (en

conjunto con la industria), la cual se encuentra próxima para su aprobación por parte del Comité Técnico del Instituto Nacional de Normalización.

4.6. Implementar y ejecutar la función de Inspección de servicios turísticos

Durante el año 2012 se puso en marcha la nueva facultad entregada al Servicio por la Ley N° 20.423, la cual consiste en la Inspección de Servicios Turísticos. Esta inspección, cumple con verificar en terreno las normativas relativas al sistema (Normas de Calidad turística, Reglamento N° 222), a la certificación de calidad cuando corresponda y de los estándares de seguridad, incluyendo el correcto uso del Sello de Calidad Turística. Así, se desarrollaron un total de 1.657 visitas a servicios turísticos en el país, en las cuales se pudo constatar que en el 70% de la industria existe algún grado de incumplimiento de la Ley, frente a lo cual se comenzó un plan educativo para superar las brechas. Esta nueva facultad del servicio busca garantizar que exista concordancia entre lo que la empresa ofrece y lo que otorga, evitando la publicidad engañosa, llamando a la transparencia y otorgando un sistema de calidad a los/as usuarios/as.

4.7. Coordinar instrumentos de fomento orientados a la calidad y competitividad

Este punto se ejecutó en el marco de acciones coordinadas en Sernatur CORFO, INDAP, SERCOTEC y SENCE, con el fin de acercar distintos instrumentos de fomento a las empresas turísticas, especialmente a las de menor tamaño. Sernatur tuvo una activa participación en los Seminarios Arribamipyme 2012, donde se presentó una oferta de este Sistema y sus beneficios para las microempresas del país.

En esta misma línea se trabajó en una plataforma para dar a conocer todos los instrumentos de fomento a los cuales pueden acceder las empresas de turismo. La plataforma web es www.emprendeturismo.cl, la cual ha sido de gran utilidad a los que buscan emprender en turismo con apoyo del Estado.

5. Inteligencia de Mercado

A partir del producto estratégico “Información Sectorial”, la Subdirección de Estudios de Sernatur desarrolló las siguientes líneas de acción durante el año 2012:

5.1. Generación de información estadística

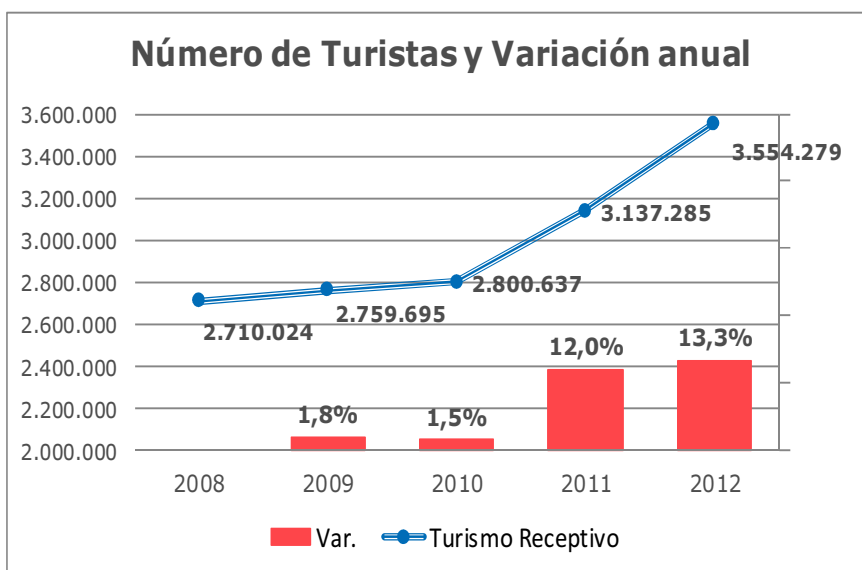
Durante el año 2012 se continuó entregando mensualmente, a través de la página web institucional, las cifras de turistas extranjeros/as ingresados a Chile por nacionalidad y paso fronterizo, así como la salida de chilenos/as según destino y paso fronterizo. También se realizaron los barómetros de la actividad turística, que contemplan cifras sobre turismo receptivo, emisivo e interno. Además, dos veces en el año se publicó información sobre los establecimientos de alojamiento turístico a nivel de comuna, gracias a un convenio INE– SERNATUR por 100 UF anuales.

5.2. Estudios para la medición de la actividad turística

5.2.1. Estudio del Turismo Receptivo (TR) y Emisivo (TE) en Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez (Santiago)

Su objetivo fue proporcionar información básica para cuantificar el impacto económico del turismo receptivo en el país, determinar el comportamiento del turista extranjero que visita Chile y del residente en Chile que viaja al exterior. La información se difunde a través de la página web de Sernatur y de documentos técnicos. Es de utilidad tanto para apoyar decisiones de promoción turística internacional, como para el Banco Central (en la Balanza de Pagos y Cuentas Nacionales), empresarios, inversionistas, consultores, universidades, entre otros. El presupuesto para esta acción fue de MM \$37 aproximados. Los resultados se entregan al Banco Central y se publican en la página web de SERNATUR.

A continuación se presenta en forma graficada las llegadas de turistas extranjeros al país, período 2008 – 2012, el que representa un 13,3% de incremento durante el año 2012, respecto del año anterior. Estas cifras varían respecto a las anteriormente publicadas por Sernatur ya que se ha ajustado la medición de turistas considerando los/as Chilenos/as residentes en el exterior, y la exclusión de los visitantes por puertos marítimo para pasar a ser considerados como excursionistas (se presenta información corregida serie 2008 – 2012).



FUENTE: Elaborado por la Unidad de Estadísticas de SERNATUR, en base a datos proporcionados por: (a) Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional; (b) Carabineros de Chile (OS3).

El ingreso de divisas, tuvo una variación positiva del 10,5% respecto al año anterior, ya que alcanzó los \$2.559 US millones (\$2.316 US millones en el año 2011).

5.2.2. Medición y Comportamiento del Turismo Interno

Su objetivo es estimar la población residente en Chile que realiza viajes turísticos a nivel nacional y por macrozonas, así como el gasto del consumo turístico interno total durante el año 2012 y efectuar una caracterización de los viajes y los visitantes. El estudio entrega información para cada uno de los períodos en estudio y para el año completo sobre viajes dentro y fuera del país, y para viajes sólo dentro de país. Proporciona información a nivel de hogares, población viajera y cantidad de viajes y pernoctaciones. La información es difundida principalmente a través de la página web de Sernatur y en documentos técnicos. Los recursos contemplados para este estudio fueron MM \$50 de pesos millones aproximados, cifra que incluye sólo levantamiento de encuestas a nivel país, no incluyendo el procesamiento de información, el que se elabora internamente. Este estudio se ha realizado para los años 2011 y 2012, y resulta relevante ya que el levantamiento de información es a través de encuesta en hogares, en todas las regiones del país un par de veces en el año, recopilando información que abarca todo el año en estudio.

Las variaciones (aumentos) de los indicadores de turismo interno para el año 2012 fueron las siguientes: 18% del flujo aéreo, 11.4% en plazas de peaje y un 14.9% en SNASP.

5.2.3. Estudio Medición y Caracterización del empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT), año 2011

Durante el año 2012 se elaboró un estudio el cual arrojó que al año 2011 existen 286.165 empleos generados por el turismo en el país, lo que representa cerca de un 3,8% del empleo a nivel nacional. Esta cifra representa a puestos de trabajo generados por conceptos de restaurantes, alojamientos, agencias de viajes, transporte aéreo e interurbano, y otros. Este proyecto nos permitió conocer las brechas de la industria y las oportunidades de distribución eficiente de empleo

5.3. Documentos técnicos

En el año 2012 se realizaron los siguientes documentos, los cuales fueron difundidos a través de la página de SERNATUR y a través de un CD, en el que se compilaban los principales documentos. Ellos fueron:

- Turismo Informe Anual 2011
- Llegadas Internacionales Según Pasos Fronterizos Año 2011
- Comportamiento del Turismo Receptivo Año 2011

- Perfil del Turismo Receptivo 2011
- Comportamiento del Turismo Emisivo Año 2011
- Medición y Comportamiento del Turismo Interno Año 2011
- Turismo Emisivo Primer Semestre 2012 Según Género
- Estadísticas de Alojamiento Turístico por Comuna Año 2011
- Estadísticas de Alojamiento Turístico por Comuna Primer Semestre 2012
- Cuadros de Resultados de Primer, Segundo y Tercer Trimestre del Turismo Receptivo 2012
- Cuadros de Resultados del Primer, Segundo y Tercer Trimestre del Turismo Emisivo 2012
- Cuadros de Resultados de la Primera y Segunda Temporada de Turismo Interno 2012

4. Desafíos para el año 2013

Durante el presente año, y continuando con las líneas de trabajo definidas, el Servicio Nacional de Turismo ha identificado los siguientes desafíos:

Respecto a Promoción Nacional (primer pilar de la estrategia de turismo) se contempla realizar las siguientes acciones referidas a la continuación y consolidación de la Campaña de Turismo Interno Chile es Tuyo, realización de la segunda Feria Chile es Tuyo 2013, en la cual se espera aumentar la afluencia de público y participación, ejecutar la Campaña Vacaciones Tercera Edad 2013, buscando difundir este Programa a nivel nacional, Ejecutar una campaña de promoción asociada a la sustentabilidad teística, además de ejecutar talleres de capacitación para la Fuerza de Venta “Especialistas en Chile”.

Así mismo en cuanto a promoción internacional, para el año 2013 se planifica la ejecución de MM \$4.100 para continuar potenciando los 11 mercados prioritarios del Plan, además abrir un nuevo escenario (México por ej.). Se espera seguir fortaleciendo las estrategias de promoción, siendo elaborado un “Plan de Innovación” (Plan de embajadores, celebrities, Chile Week, proyecto capacitación digital PYME), el que busca extender los canales de comunicación para llegar al público objetivo en los diversos países donde se realizará la promoción de Chile, esperando lograr un aumento de visitantes en un 15% respecto al 2012, para lograr la llegada de 3.7 millones de turistas durante el 2013, cifra que en un principio fue definida como meta para el 2014, pero que debido a las buenas estadísticas de turismo receptivo identificadas, se adelantó para el presente año.

El Plan de Promoción 2013 permitirá captar un mayor número de turistas interesados en viajar a Chile, y para lograr una mejor introducción en los nuevos mercados, se espera aumentar el presupuesto asignado en un 10%, es decir, MM \$640 de pesos, lo que mejorará la distribución de recursos y potenciará aún más la marca Chile en mercados y acciones específicas. También se fortalecerá la participación en eventos mundiales, instancia que constituye una gran vitrina para mostrar nuestro país de forma positiva, y además nos genera un gran alcance a las audiencias internacionales, tales como: Rally Dakar, Lollapalooza, Santiago a Mil, Campeonato de Tenis ATP de Viña del Mar, entre otros. De esta misma forma, se incrementará la participación en ferias y eventos de negocios, generación de campañas online y offline; se espera tener campañas activadas a consumidor final todo el año en los mercados prioritarios tales como España, Inglaterra, Alemana, Francia, Australia, EEUU, Perú y Colombia. Nuestro objetivo es llegar a estar en medios con mucho mayor alcance y exposición, tales como TV abierta, radio, instancias a las que hoy hemos podido llegar. Además de las potentes acciones BTL (activaciones en Vía pública) que se harán para el público final.

El segundo pilar (sustentabilidad), se desarrollará en base a la tarea de protección del medio ambiente y ordenamiento territorial; nuestro desafío es aplicar líneas de acción coherentes con la identidad turística de país, de tal modo que, los desafíos se centren en la aplicación del Programa piloto de EARLY ADOPTERS, en la ribera del Lago Llanquihue; en la participación en el Consejo Global de Turismo Sustentable, para elaborar y aplicar criterios de sustentabilidad en destinos, y en

el Pilotaje del Sistema Mundial de certificación de destinos sustentables. En esta línea, nuestro desafío es diseñar líneas de acción coherentes con la identidad turística de país, de tal modo que, se continuará con el proyecto de un Sistema de Distinción en Sustentabilidad para Establecimientos de Alojamiento Turístico que se implementará en el presente año.

Así también, como medidas de difusión se plantea avanzar en temas de Responsabilidad Social por medio de manuales hacia la industria turística, así como una serie de Manuales de Buenas Prácticas en Sustentabilidad enfocados a la demanda turística nacional.

Respecto al Programa de Fomento al Turismo se ha definido el desafío de que la Unidad del Programa sea una la gestora de proyectos a nivel nacional y regional, dando continuidad a los ya existentes, trabajando en los destinos priorizados y en coherencia con los seis pilares que conforman la Estrategia Nacional de Turismo, desarrollando así, todas las acciones necesarias en esos territorios que permitan dar cumplimiento a los tres objetivos del programa. Durante el 2013 se dará continuidad a los proyectos:

- **Sistema de Información Turística “Rutas Chile”:** implementando los dos circuitos de la Región del Biobío; Circuito Piedra de Lobos correspondiente a la Ruta del Mar y Circuito Lefkenmapu correspondiente a la Ruta Originaria. El presupuesto asignado para éstos a través del subtítulo 31 (iniciativas de inversión) es de M\$205.800 para el año 2013.
- **Fortalecimiento de Oficina de Información Turística (OIT):** con un presupuesto de M\$ 200.000 se contempla la implementación de las últimas 3 OIT's de Sernatur y el comienzo de la implementación de un sistema de OIT's en los lugares priorizados. Sin lugar a dudas la imagen y el modelo de gestión de las OIT's es una de las instancias más relevantes para un país a la hora de entregar información turísticas, es por ello que se ha generado un modelo de OIT's en convenio con instituciones públicas y privadas, y OIT's móviles respondiendo a las necesidades locales y específicas de cada actividad. Las líneas de acción para ampliar el proyecto 2013 son:
 - ✓ Elaborar Convenios de Colaboración con instituciones públicas y privadas.
 - ✓ Desarrollo de Oficinas de Información Turística Móviles
 - ✓ Implementación de Red de Oficinas de Información Turística a nivel regional que incorpore los lineamientos del Manual de Identidad de Sernatur.
 - ✓ Generar un plan de capacitación a los informadores turísticos de las OIT's en convenio.
 - ✓ Ampliar el desarrollo e implementación de las OIT's en pasos fronterizos.
 - ✓ Fortalecer la entrega de información turística con folletería especializada de diferentes atractivos turísticos, culturales y naturales.

- **Estrategia Digital:** en la ejecución de la continuidad del proyecto, para el año 2013 se contempla:
 - ✓ Mantener sitio web de promoción internacional Chile.travel dentro de los tres primeros de Latinoamérica según ranking Alexa.
 - ✓ Fortalecer Branding online de marca Chile a través de campañas audiovisuales (YouTube), de Display (banners) y de Influenciadores.
 - ✓ Crecimiento Redes Sociales Chile.travel.
 - ✓ Mejoramiento SEO (posicionamiento en máquinas de búsqueda) sitio web de promoción nacional Chileestuyo.cl
 - ✓ Fortalecer Branding online de marca Chile es TUYO a través de campañas de Influenciadores.
 - ✓ Crecimiento del nivel de Engagement de las Redes Sociales de Chile es TUYO.
 - ✓ Desarrollo de plataforma para fortalecer el posicionamiento online de la industria turística chilena.

La Organización Mundial del Turismo ha priorizado, dentro de sus líneas de acción, el fortalecimiento de los Sitios Patrimonio de la Humanidad como producto turístico, haciendo partícipe a los distintos actores vinculados a los Sitios. El Estado Chileno tiene la responsabilidad de mantener, conservar y potenciar sus Sitios Patrimoniales, lo cual supone acciones directas y concretas. Aún cuando se ha trabajado en la puesta en valor de los Sitios, es necesario fortalecerlos y dar continuidad a estas acciones. El Programa Fomento al Turismo no contempla recursos financieros para el año 2013, pero comenzará a generar las instancias y gestiones necesarias para trabajar en dos líneas de acción: (1) capacitación a los actores relevantes en la valorización del sitio como un producto turístico (2) Implementación de Planes de Interpretación con el fin de entregar información de calidad, turística, cultural y natural a los visitantes.

Los Programas de Turismo Social, con un presupuesto 2013 de M\$7.262.222.- en total, continuarán y ampliarán su alcance. El programa Vacaciones Tercera Edad tiene el desafío de implementar los cupos intrarregionales para adultos/as mayores vulnerables de cada región del país, lo cual permitirá incorporar nuevas empresas de alojamiento en destinos turísticos emergentes y que también presentan problemas de estacionalidad. Asimismo se continuará con el desarrollo del programa nacional, el cual en conjunto con cupos sociales e intrarregionales, requerirá un total de \$4.769.081.000.- , lo que permitirá que 44.533 adultos/as mayores viajen a lo largo del país. Gira de Estudio por su parte, cuenta con un presupuesto de M\$ 2.493.141 de pesos para la ejecución 2013. El desarrollo de la temporada considera la inclusión de los establecimientos municipales y particulares subvencionados de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá y Antofagasta, las que se agregan a las regiones actualmente participantes. También, las regiones de Aysén y Magallanes participarán con versiones Intrarregionales del programa, lo que hace posible la participación de nuevos establecimientos de alojamiento, restaurantes, guías y empresas de transporte, con el fin de

hacer frente a la estacionalidad que afecta a los destinos de la zona austral. De esta manera, podrán hacer uso de una gira de estudio 22.792 estudiantes y profesores/as vulnerables, hito histórico del programa al incluir entre sus beneficiarios, a empresarios/as, jóvenes y profesores/as de todas las regiones del país.

Se continuará con la ejecución de las actividades indicadas en el pilar de inversión y competitividad. Respecto a los desafíos esta línea se ha planteado lograr 9.000 servicios turísticos registrados a nivel nacional (Cumplir con el 95% de las empresas de Alojamiento y Turismo Aventura identificadas por Sernatur, lo cual se encuentra incorporado en los indicadores de desempeño institucional); contar con al menos 600 servicios con Sello de Calidad Turística en el país; cumplir a cabalidad el plan de posicionamiento del Sello de Calidad, el cual ha sido aprobado por DIPRES para el año 2013; inspeccionar al menos al 80% de la oferta correctamente registrada en Sernatur, y cumplir el 100% del programa establecido con el INN en cuanto a las revisiones de Normas Chilenas de Calidad Turística (Hotel Boutique, Cabañas, Terminología, Agencias de Viajes y Tour Operadores).

Respecto a inteligencia de mercado, dicho pilar se desarrollará en la continuidad de los estudios realizados por el servicio, permitiendo obtener información, datos y estadísticas, que aporten a la toma de decisiones y a los/as personas e instituciones que requieren de dicha información. Además, en concordancia con Plan de Marketing establecido en conjunto con el sector privado en los mercados prioritarios para promover Chile en el exterior, y promover los flujos internos, se realizarán análisis cuantitativos y cualitativos de los resultados obtenidos en dichos movimientos, tomando como desafío mantener y ampliar la línea de información.

El desafío para el año 2013 en cuanto a Turismo receptivo es alcanzar los 3,7 millones de turistas al país, dado al crecimiento sostenido graficado a continuación.

La gestión institucional continuará en la línea de la modernización e innovación, acorde a los compromisos y objetivos ministeriales y gubernamentales. Se continuará con el desarrollo de iniciativas de RR.HH. y de eficiencia institucional, trabajando por cumplir los desafíos planteados y continuar con un trabajo de fomento y mejora del turismo del país.

5. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución.
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros.
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2012.
- 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 2012.
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo.
- Anexo 9: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional.
- Anexo 10: Premios y Reconocimientos Institucionales.

5. Anexos

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas

Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución	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 benefician a los visitantes, nacionales y extranjeros, y al país en su conjunto.
Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2012	Un 31% del presupuesto 2012 del Servicio fue destinado al producto estratégico “promoción de la actividad turística”, para ejecutar los proyectos nacionales e internacionales de promoción. Un 28% del presupuesto estuvo asignado a los programas de turismo social (Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio), un 12% fue destinado al producto “información sectorial” para la generación de estudios y documentación de la actividad turística. Un 7% del presupuesto fue asignado al producto estratégico “Instrumentos de gestión y desarrollo sustentable de la oferta turística” y un 5% para el producto “Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos”. El resto del presupuesto fue asignado a gestión interna, remuneraciones, entre otros aspectos.

- 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

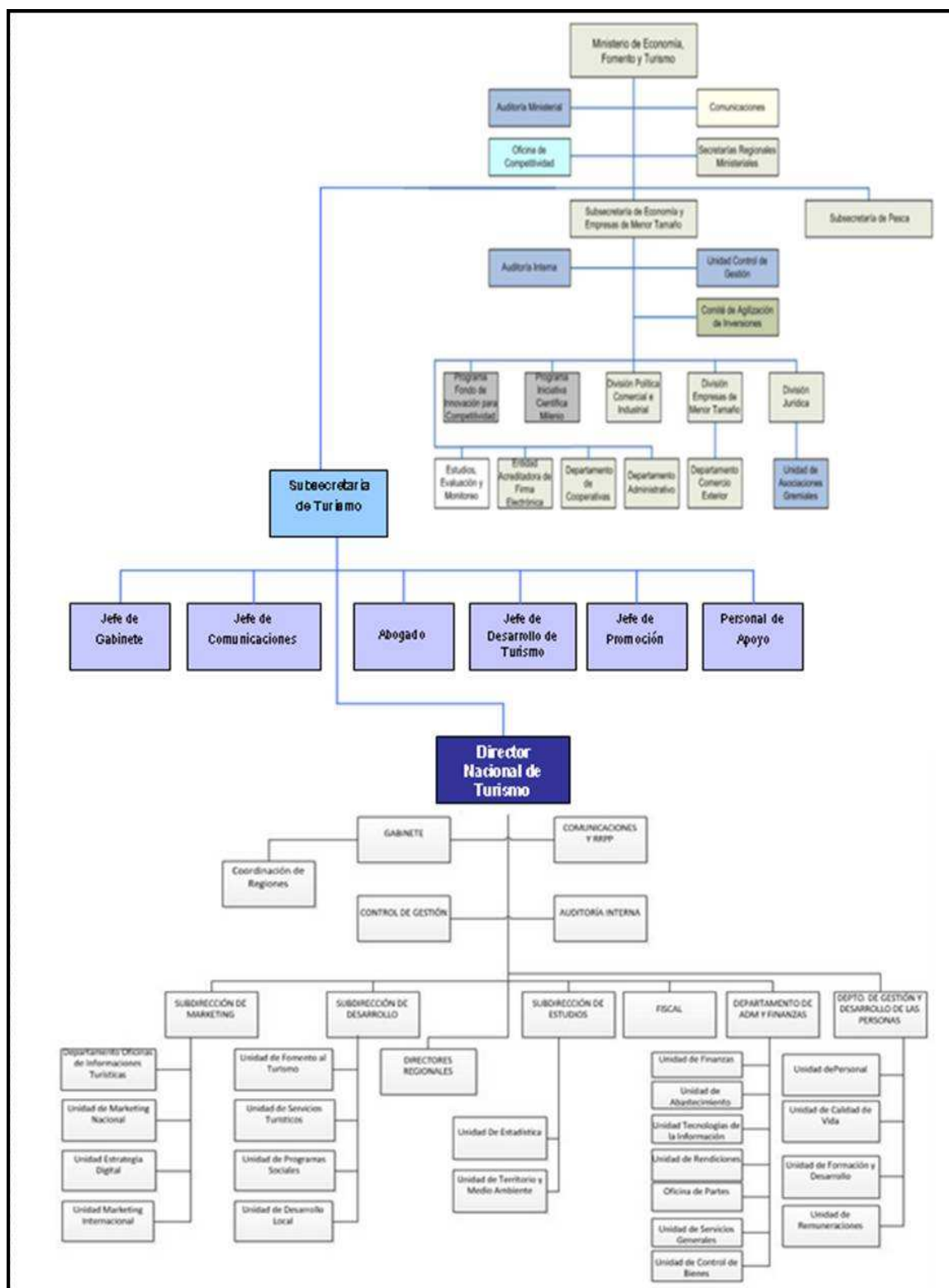
- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

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
2	Promoción 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.	1,3,4,6
3	Programas de Turismo para distintos Segmentos de la Población: 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.	1,3,4,6
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.	1,3,5,6
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 establecidas 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.	1,2,3,4,6

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

Número	Nombre
5.435.015	Visitantes nacionales.
2.771.053	Visitantes extranjeros.
15.643	Prestadores de servicios turísticos.
50	Inversionistas del sector turismo.
195	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos polivalentes que imparten carreras de turismo a nivel nacional
926.092	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos municipalizados y particulares subvencionados de régimen diurno, cuyos establecimientos cuenten con puntaje IVE-SINAE.
10	Organismos internacionales.
204	Gremios del sector turístico.
1.717.478	Adultos/as Mayores (según Censo 2002).
995.418	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años (según encuesta Casen 2006).
345	Municipalidades.

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio

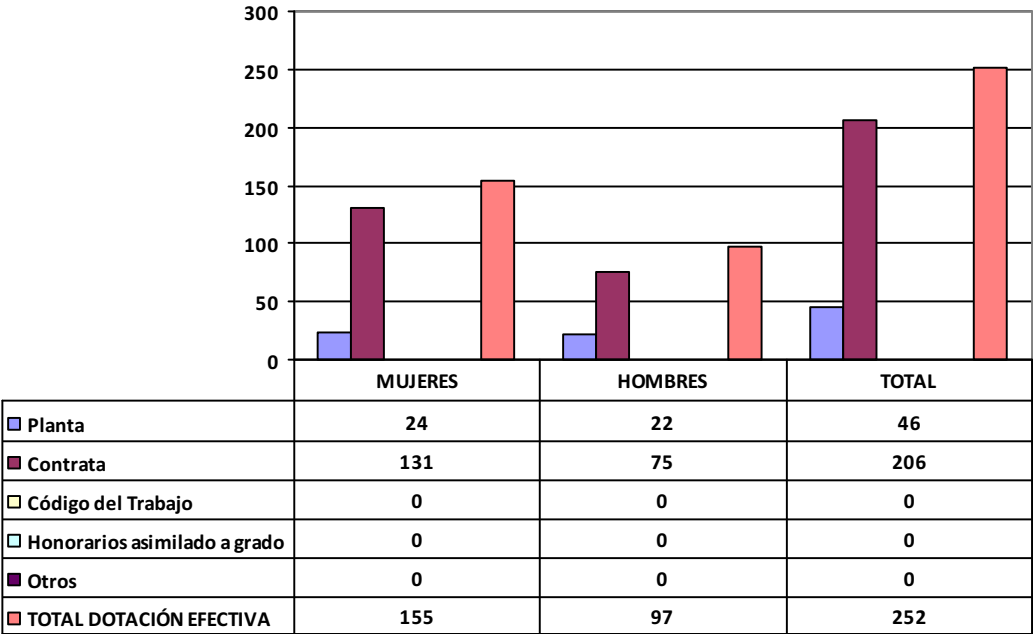


c) Principales Autoridades

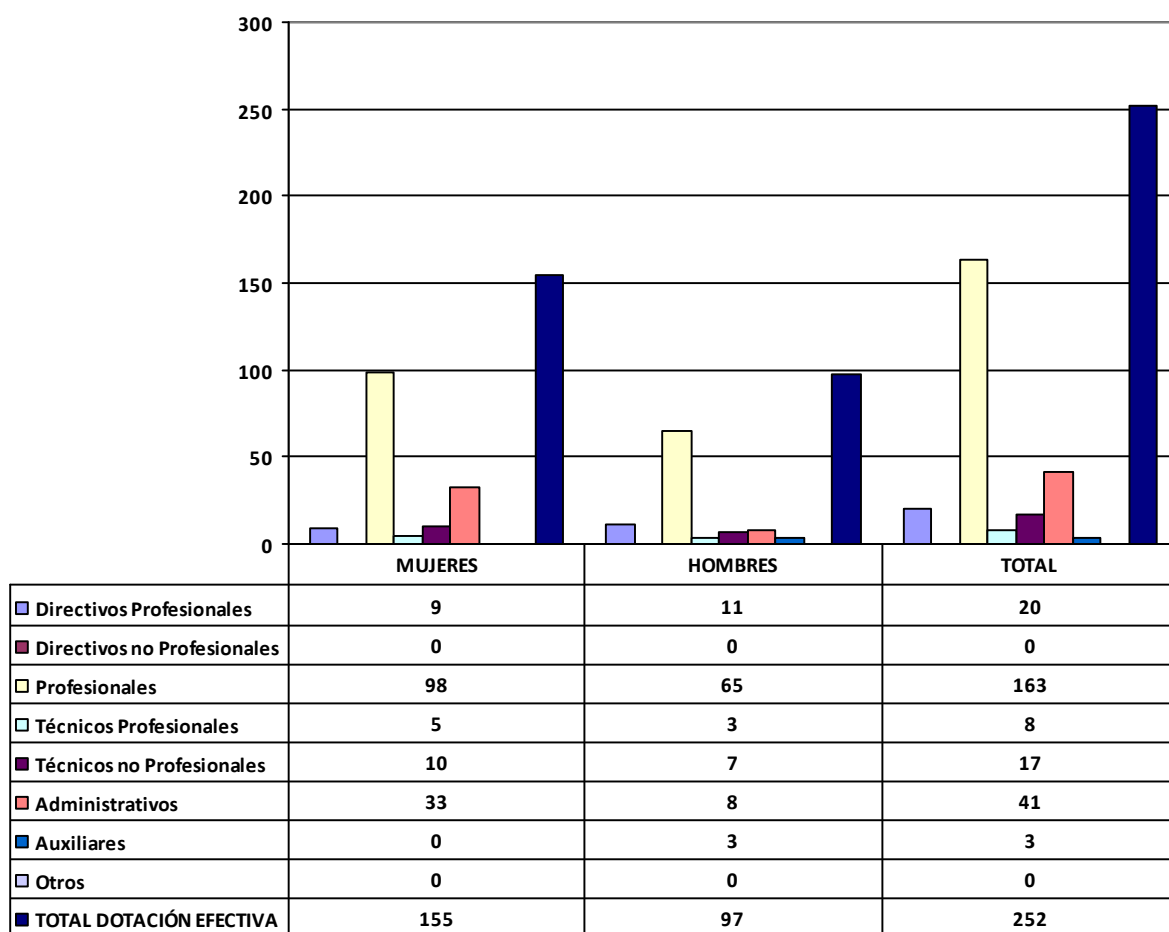
Cargo	Nombre
Director Nacional (S) provisional y transitorio	Daniel Pardo López
Fiscal	Ignacio Hormaechea Lerdon
Subdirectora de Desarrollo (S) provisional y transitorio	Simone Hartard Cazenave
Subdirector de Estudios	Javier Obach Martinelli
Subdirector de Marketing (	Robert Peebles Scheel

Anexo 2: Recursos Humanos

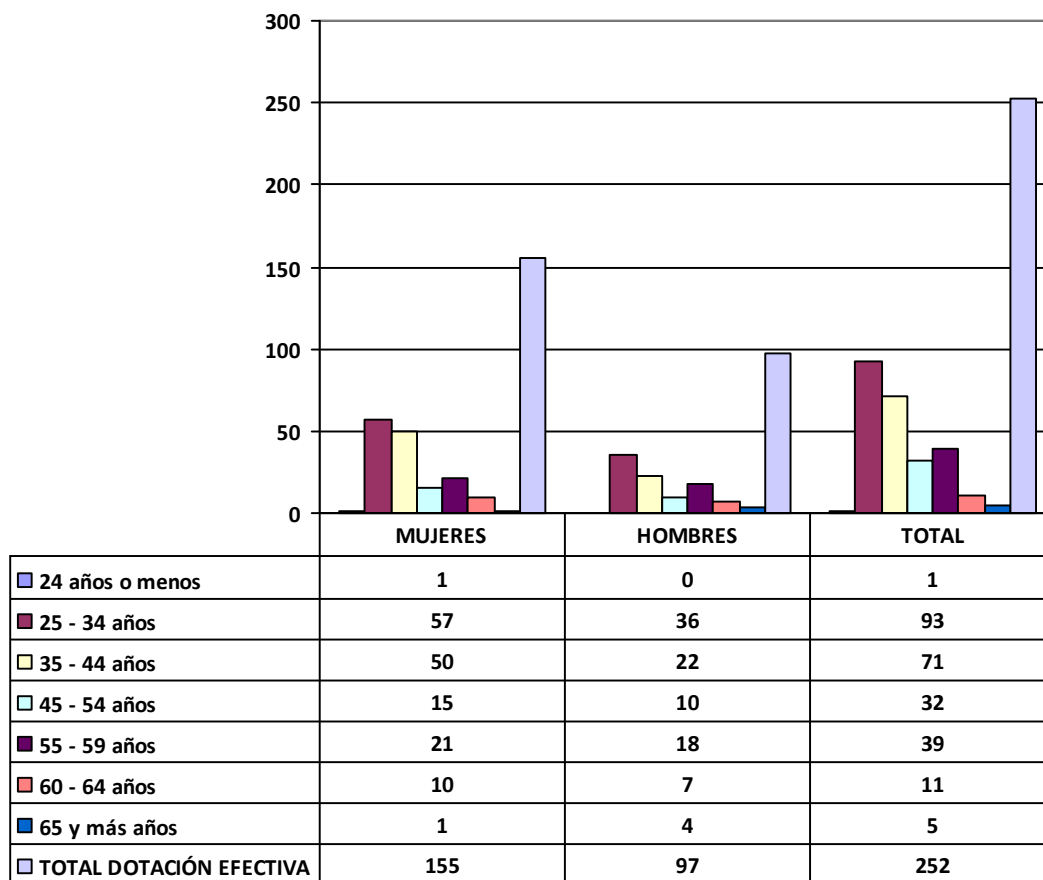
a) Dotación de Personal



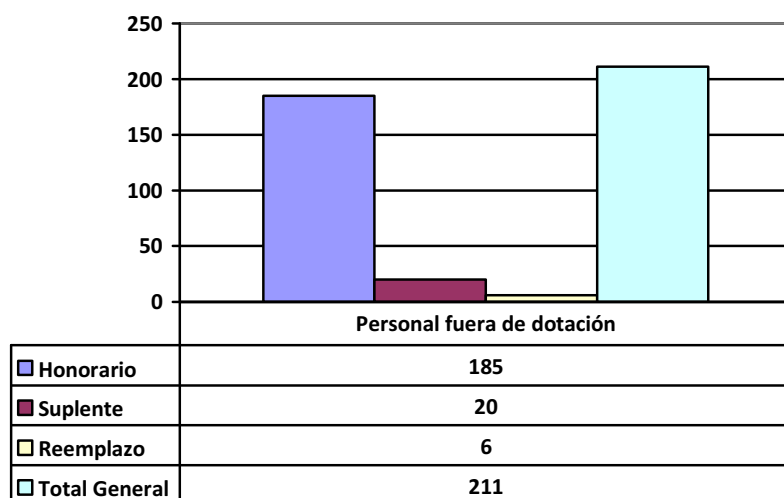
- Dotación Efectiva año 2012 por Estamento (mujeres y hombres)



- Dotación Efectiva año 2012 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



b) Personal fuera de dotación año 2012, por tipo de contrato



b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ¹		Avance ²	Notas
		2011	2012		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata ³ cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ⁴	(N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección/ Total de ingresos a la contrata año t)*100	0	38,5%	138,5%	
1.2 Efectividad de la selección	(N° ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año t, con renovación de contrato para año t+1/N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección)*100	0	100%	%	
2. Rotación de Personal					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	(N° de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año t/ Dotación Efectiva año t) *100	15,9%	11,5%	138,3 %	
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					

1 La información corresponde al período Enero 2011 - Diciembre 2011 y Enero 2012 - Diciembre 2012, según corresponda.

2 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.

3 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 11 de la ley de presupuestos 2012.

4 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 ¹		Avance ²	Notas
		2011	2012		
• Funcionarios jubilados	(N° de funcionarios Jubilados año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0,4%	0,4%	100	
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0	0	100	
• Retiros voluntarios				100	
o con incentivo al retiro	(N° de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año t/ Dotación efectiva año t)*100	0,4%	0,4%	100	
o otros retiros voluntarios	(N° de retiros otros retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100	8,84%	0	0	
• Otros	(N° de funcionarios retirados por otras causales año t/ Dotación efectiva año t)*100	7%	11,1%	63,1%	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	N° de funcionarios ingresados año t/ N° de funcionarios en egreso año t)	1,3	1,51	116,15%	
3. Grado de Movilidad en el servicio					
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	(N° de Funcionarios Ascendidos o Promovidos) / (N° de funcionarios de la Planta Efectiva)*100	0	0	100	
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	(N° de funcionarios recontractados en grado superior, año t)/(Total contratos efectivos año t)*100	1,3	13,6	1046,1%	
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	(N° funcionarios Capacitados año t/ Dotación efectiva año t)*100	103%	119,8%	116,3%	
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	(N° de horas contratadas para Capacitación año t / N° de participantes capacitados año t)	11.6	11.3	91,4%	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ⁵	(N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t/N° de actividades de capacitación en año t)*100	12,1%	5,68%	47%	
4.4 Porcentaje de becas ⁶ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	N° de becas otorgadas año t/ Dotación efectiva año t)*100	0	0	100%	

5 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.

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

Cuadro 1 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ¹		Avance ²	Notas
		2011	2012		
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).	(N° de días de licencias médicas tipo 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,75	0,85	88,2%	
• Licencias médicas de otro tipo ⁷	(N° de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,82	0,67	122,4%	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.					
	(N° de días de permisos sin sueldo año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,13	0,19	68,4%	
6. Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	(N° de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t/12)/ Dotación efectiva año t	1,58	1,75	90,3%	
. Evaluación del Desempeño ⁸					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	Porcentaje de funcionarios en Lista 1	97%	86,5%		
	Porcentaje de funcionarios en Lista 2	3%	3,17%		
	Porcentaje de funcionarios en Lista 3	0	0		
	Porcentaje de funcionarios en Lista 4	0	0		
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ⁹ 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.	Sí	Sí		
. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹⁰ 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.	No	No		

⁷ No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

⁸ Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.

⁹ 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.

¹⁰ 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.

Anexo 3: Recursos Financieros

Los Cuadros a), b) y c) se obtienen directamente de la aplicación Web de BGI

a) Resultados de la Gestión Financiera

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2011 – 2012			
Denominación	Monto Año 2011	Monto Año 2012	Notas
	M\$ ¹¹	M\$	
INGRESOS	17.264.756	22.112.083	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	0	7.016	1
OTROS INGRESOS CORRIENTES	466.077	406.531	2
APORTE FISCAL	16.776.140	21.696.794	3
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	3.887	0	
RECUPERACION DE PRESTAMOS	18.651	1.742	
SALDO INICIAL DE CAJA	0	0	
GASTOS	21.401.299	24.040.642	
GASTOS EN PERSONAL	4.810.599	5.770.997	4
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	3.269.145	3.270.937	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	65.354	42.432	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	11.032.014	9.237.270	5
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	156.484	19.480	
INICIATIVAS DE INVERSION	0	1.800.080	6
TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	0	264.196	7
PRESTAMOS	0	0	
SERVICIO DE LA DEUDA	2.067.702	3.635.250	8
RESULTADO	-4.136.543	-1.928.559	

1 Corresponde a transferencias efectuadas por la Administradora del Fondo para la Bonificación por Retiro.

2 Ingresos devengados, corresponden a recuperación de subsidio por incapacidad laboral, así como también a ingresos provenientes de rendiciones presentadas por la Corporación de Promoción Turística, correspondientes a proyectos de años anteriores.

3 El año 2012 se incorpora recursos para el Programa de Fomento de Turismo

4 La diferencia en el presupuesto entre los años 2011 y 2012, se produce por el reajuste al sector público.

¹¹ La cifras están expresadas en M\$ del año 2012. El factor de actualización de las cifras del año 2011 es 1,030057252

5 Las transferencias corrientes evidencian una disminución respecto al ejercicio 2011, puesto que para el período 2012 no se consideran transferencias contempladas en el Programa de Fomento de Turismo y además por la no toma razón por parte de la Contraloría General de la República de un contrato Licitación Gira Norte.

6 En el año 2012 se incorpora presupuesto para el Programa de Fomento de Turismo para iniciativas de Inversión.

7 En el año 2012 Transferencia de Capital se incorpora presupuesto para el Programa de Fomento de Turismo.

8 Corresponde a recursos contemplados para la ejecución del Programa Vacaciones Tercera Edad, Programa Giras de Estudio y Programa de Fomento de Turismo.

b) Comportamiento Presupuestario año 2012

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ^[12]	Presupuesto Final ^[13]	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia ^[14]	Nota
				(M\$)	(M\$)	(M\$)	(M\$)	s ^[15]
			INGRESOS	20.116.580	24.681.192	22.112.083	2.569.109	
							0	
5			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	0	7.016	7.016	0	
	1		Del Sector Privado	0	7.016	7.016	0	
		3	Administradora del Fondo para Bonificación por Retiro	0	7.016	7.016	0	
8			OTROS INGRESOS CORRIENTES	146.109	367.763	406.531	-38.768	
	1		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	130.689	130.689	165.834	-35.145	
	99		Otros	15.420	237.074	240.697	-3.623	
9			APORTE FISCAL	19.969.471	21.918.448	21.696.794	221.654	
	1		Libre	19.969.471	21.918.448	21.696.794	221.654	
10			VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	0	0	0	
	3		Vehículos	0	0	0	0	
12			RECUPERACION DE PRESTAMOS	0	1.742	1.742	0	
	7		Por Anticipos por Cambio de Residencia	0	0	0	0	
	10		Ingresos por Percibir	0	1.742	1.742	0	
15			SALDO INICIAL DE CAJA	1.000	2.386.223	0	2.386.223	

12 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

13 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2012.

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

15 En los casos en que las diferencias sean relevantes se deberá explicar qué las produjo.

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto	Presupuesto	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia[14]	Notas[15]
				Inicial[12]	Final[13]		1	
				(M\$)	(M\$)	(M\$)	(M\$)	
			GASTOS	20.116.580	24.681.192	24.040.642	2.704.826	
21			GASTOS EN PERSONAL	5.681.364	5.823.045	5.770.997	52.048	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	3.472.010	3.271.333	3.270.937	396	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	42.433	42.432	1	
	3		Prestaciones Sociales del Empleador	0	42.433	42.432	1	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	10.679.478	9.601.746	9.237.270	364.476	
	1		Al Sector Privado	10.679.478	9.601.746	9.237.270	364.476	
		131	Programa de Promoción Turística	3.621.005	3.404.210	3.398.606	5.604	
		132	Programa Vacaciones Tercera Edad	4.635.252	4.033.411	4.025.981	7.430	
		133	Programa Giras de Estudio	2.423.221	2.164.125	1.812.683	351.442	
	3		A Otras Entidades Públicas	0	0	0	0	
		1	Plan de Urbanismo Comuna Putre	0	0	0	0	
29			ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	19.532	19.532	19.480	52	
	3		Vehículos	0	0	0	0	
	4		Mobiliario y Otros	10.280	10.280	10.280	0	
	5		Maquinas y Equipos	0	0	0	0	
	6		Equipos Informáticos	5.140	5.140	5.140	0	
	7		Programas Informáticos	4.112	4.112	4.060	52	
31			INICIATIVAS DE INVERSION	0	1.802.000	1.802.000	1.920	
	2		Proyectos		1.802.000	1.800.080	1.920	
33			TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	264.196	264.196	264.196	0	
	3		A Otras Entidades Públicas	264.196	264.196	264.196	0	
			Plan Urbanismo Couma de Pozo al monte	264.196	264.196	264.196	0	
34			SERVICIO DE LA DEUDA	0	3.635.253	3.635.250	3	
	7		Deuda Flotante	0	3.635.253	3.635.250	3	

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial[12]	Presupuesto Final[13]	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia[14]	Notas[15]
				(M\$)	(M\$)		1	
35			SALDO FINAL DE CAJA	0	221.654	0	221.654	
			RESULTADO	0	0	-1.928.559	1.928.559	

c) Indicadores Financieros

Cuadro 4							
Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Efectivo[16]			Avance[17]	Notas
	Indicador		2010	2011	2012	2012/ 2011	
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales[18])		1,08	1,04	0,91	0,88	
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	[IP Ley inicial / IP devengados]						
	[IP percibidos / IP devengados]						
	[IP percibidos / Ley inicial]						
	[DF/ Saldo final de caja]		0,86	0,50	1,88	3,77	
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	(DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos)		0,87	0,50	1,89	3,79	

16 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2012. Los factores de actualización de las cifras de los años 2010 y 2011 son 1,064490681 y 1,030057252 respectivamente.

17 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.

18 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 2012 ^[19]				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
FUENTES Y USOS		2.386.229	-219.473	457.666
Carteras Netas		0	-3.850.831	-3.850.831
115	Deudores Presupuestarios	0	8.758	8.758
215	Acreedores Presupuestarios	0	-3.859.589	-3.859.589
Disponibilidad Neta		5.121.073	4.516.879	9.637.952
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	5.120.218	4.516.004	9.636.222
112	Disponibilidad en Moneda Extranjera	855	875	1.730
Extrapresupuestario neto		-2.734.844	-885.521	-5.329.455
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	3.681.193	1.174.537	4.855.731
116	Ajustes a Disponibilidades	0	0	0
119	Traspasos Interdependencias	0	1.709.088	1.709.088
214	Depósitos a Terceros	-6.410.453	-3.768.250	-10.178.704
216	Ajustes a Disponibilidades	-5584	-896	-6481
219	Traspasos Interdependencias	0	-1.709.089	-1.709.089

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6				
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2012				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
INGRESOS	20.116.580	24.681.192	22.112.083	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	0	7.016	7.016	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	146.109	367.763	406.531	
APORTE FISCAL	19.969.471	21.918.448	21.696.794	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	0	0	
RECUPERACION DE PRESTAMOS	0	1.742	1.742	
SALDO INICIAL DE CAJA	1.000	2.386.223	0	
GASTOS	20.116.580	24.681.192	24.040.642	

¹⁹ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

GASTOS EN PERSONAL	5.681.364	5.823.045	5.770.997
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	3.472.010	3.271.333	3.270.937
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	42.433	42.432
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	10.679.478	9.601.746	9.237.270
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	19.532	19.532	19.480
PRESTAMOS			
INICIATIVAS DE INVERSIÓN	0	1.802.000	1.800.080
TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	264.196	264.196	264.196
SERVICIO DE LA DEUDA	0	3.635.253	3.635.250
SALDO FINAL DE CAJA	0	221.654	0
RESULTADO	0	0	-1.928.559

d) Transferencias²⁰

Cuadro 7					
Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2012 ^[11]	Presupuesto Final 2012 ^[12]	Gasto Devengado	Diferencia ^[13]	Notas
	(M\$)	(M\$)	(M\$)		
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	10.679.478	9.601.759	9.237.271	364.488	
Gastos en Personal	517.605	498.952	488.327	10.625	
Bienes y Servicios de Consumo	55.500	74.153	68.879	5.274	
Inversión Real	0	0	0	0	
Otros	10.106.373	9.028.654	8.680.065	348.589	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros ^[14]					
TOTAL TRANSFERENCIAS	9.536.704	10.685.589	10.672.439	13.150	

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

11 Corresponde al aprobado en el Congreso.

12 Corresponde al vigente al 31.12.2012.

13 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

14 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

g) Inversiones¹⁵²¹

Cuadro 8							
Comportamiento Presupuestario de las Iniciativas de Inversión año 2012							
Iniciativas de Inversión	Costo Total Estimado ¹⁶	Ejecución Acumulada al año 2012 ¹⁷	% Avance al Año 2012	Presupuesto Final Año 2012 ¹⁸	Ejecución Año 2012 ¹⁹	Saldo por Ejecutar	Notas
	(1)	(2)	(3) = (2) / (1)	(4)	(5)	(7) = (4) - (5)	
Conservación señales informativas turísticas, Rutas Chile	1.800.080	1.800.080	100%	1.802.000	1.800.080	1.920	1

15 Se refiere a proyectos, estudios y/o programas imputados en los subtítulos 30 y 31 del presupuesto.

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

17 Corresponde a la ejecución de todos los años de inversión, incluyendo el año 2012.

18 Corresponde al presupuesto máximo autorizado para el año 2012.

19 Corresponde al valor que se obtiene del informe de ejecución presupuestaria devengada del año 2012.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2012

- Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2012

Cuadro 9										
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2012	Cumple SI/NO 22	% Cumplimiento 23	Notas
				2010	2011	2012				
Programas de turismo para distintos segmentos de la población	Porcentaje de beneficiarios 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	%	4.01%	1.81%	1.95%	1.90%	SI	103.00 %	
			(17629.00/4397.57.00)*100	(18011.00/9938.55.00)*100	(19402.00/9938.55.00)*100	(18913.00/9938.55.00)*100				
			00	00	00	00				
	Enfoque de Género: No									
Programas de turismo para distintos segmentos de la población	Porcentaje de adultos/as mayores viajados/as a través del Programa Vacaciones Tercera Edad del total de adultos/as mayores del país (Censo 2002)	(Nº de adultos/as mayores viajados/as por el Programa año t/Total de adultos/as mayores del país Censo 2002 (Dato INE))*100	%	1.88%	2.26%	2.33%	2.24%	SI	104.00 %	
			(32229.00/1717.478.00)*100	(38759.00/1717.478.00)*100	(40022.00/1717.478.00)*100	(38545.00/1717.478.00)*100				
			100	100	100	100				
	Enfoque de Género: No									

²² Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2012 es igual o superior a un 95% de la meta.

²³ Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2012 en relación a la meta 2012.

Cuadro 9										
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2012	Cumple SI/NO	% Cumplimiento	Notas
				2010	2011	2012				
Información Sectorial	Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por Sernatur	(Total de visitas únicas al Portal Internacional de Sernatur año t/12)	personas	100166p (0/12)	189728p (120199 3/12)	189728p (227674 0/12)	110000p (132000 0/12)	SI	172.00 %	1
	Enfoque de Género: No									
Programas de turismo para distintos segmentos de la población	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	%	22.73% (295579 .00/1300 648.00)* 100	0.00% (352071 .00/1948 111.00)* 100	17.28% (324835 .00/1880 370.00)* 100		SI	105.00 %	
	Enfoque de Género: No									
Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	Porcentaje de prestadores turísticos inscritos en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos al año t.	(Número de Prestadores Turísticos inscritos en el Registro Nacional al año t/Total de Prestadores Turísticos de servicios de alojamiento y actividad de turismo aventura existentes al año t)*100	%	0.00% (0.00/0. 00)*100	0.00% (3222.0 0/4783.0 0)*100	41.81% (2000.0 0/4783.0 0)*100		SI	161.00 %	2
	Enfoque de Género: No									

Cuadro 9										
Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2012	Cumple SI/NO 22	% Cumplimiento 23	Notas
				2010	2011	2012				
Promoción 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		0.59%		26.13%	14.55%			
				((27660 07.00/27 49913.0 0)- 1)*100	0.00%	((34684 75.00/27 49913.0 0)- 1)*100	((31500 00.00/27 49913.0 0)- 1)*100	SI	180.00 %	3
	Enfoque de Género: No									

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

Notas:

1.- Hubo un sobrecumplimiento de la meta debido a que los sitios web comprendidos en ésta tuvieron un crecimiento total mayor a lo esperado (89%), puesto que alcanzaron una maduración que no habían alcanzado en el período anterior debido a su fecha de creación (fines del 2010 y principios del 2011). Por otro lado, se hizo una mejor inversión de los presupuestos considerados para las campañas asociadas a los portales.

2.- Se había anticipado el sobrecumplimiento de la meta con anticipación al plazo establecido (31/12/2012), lo cual fue informado a Dipres mediante oficio N°268 del 08/05/2012, en dicho oficio se explico que se realizó una depuración de los datos del indicador y se detecto que la base de calculo no era representativo ya que la información fue tomada del ACT (Actividades Características del Turismo) al 30 de junio de 2011. Iniciado el proceso de registro, se han ido incorporando una gran cantidad de nuevos prestadores turísticos, los cuales no se encontraban incorporados en el catastro original sobre el cual se realizó la estimación de la base de cálculo.

3.- La consecuencia de la elevada tasa de variación anual (+26.1%), se produce por los sobresalientes desempeños tanto de Argentina como de Brasil, con +37,1% y +73,1% respectivamente. Como asimismo, el año 2009 es una base de comparación baja, a causa de los efectos de la crisis sub prime, y de sobremanera lo ocurrido posterior a la declaración de pandemia de AH1N1, toda vez que el período mayo - septiembre del 2009, fue el más golpeado en llegadas de turistas. De esta manera, la baja base de comparación tiene como consecuencia un aumento al año 2012 muy significativo, alcanzando un peak en agosto de +56,0

Anexo 5: Compromisos de Gobierno

Cuadro 11 Cumplimiento de Gobierno año 2011			
Objetivo ²⁴	Producto ²⁵	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ²⁶	Evaluación ²⁷
Crear 45.000 nuevos empleos directos y 160.000 indirectos relacionados con el turismo al 2020	Crear 45.000 nuevos empleos directos y 160.000 indirectos relacionados con el turismo al 2020	Promoción de la actividad de la actividad turística Programas de turismo para distintos segmentos de mercado que contribuyen al quiebre estacional	A tiempo en su cumplimiento
Aumentar en un 45 por ciento el número de turistas extranjeros que nos visitan cada año al 2020	Aumentar en un 45 por ciento el número de turistas extranjeros que nos visitan cada año al 2020	Promoción de la actividad de la actividad turística	A tiempo en su cumplimiento
Duplicar el gasto en turismo como porcentaje del PIB del 3% al 6% al 2020	Duplicar el gasto en turismo como porcentaje del PIB del 3% al 6% al 2020	Promoción de la actividad de la actividad turística	A tiempo en su cumplimiento
Aumentar de 0,4 a 0,8% del PIB la inversión en ciencia y tecnología, con alianzas y esfuerzos entre el Estado, las universidades e institutos, y la empresa privada	Aumentar de 0,4 a 0,8% del PIB la inversión en ciencia y tecnología	Información sectorial Promoción de la actividad de la actividad turística	A tiempo en su cumplimiento
Implementar nueva institucionalidad que permitirá una mayor coordinación y apoyo del	Implementar nueva institucionalidad para el sector Turismo que se deriva de la ley	Gestión interna	A tiempo en su cumplimiento

24 Corresponden a actividades específicas a desarrollar en un período de tiempo preciso.

25 Corresponden a los resultados concretos que se espera lograr con la acción programada durante el año.

26 Corresponden a los productos estratégicos identificados en el formulario A1 de Definiciones Estratégicas.

27 Corresponde a la evaluación realizada por la Secretaría General de la Presidencia.

Cuadro 11 Cumplimiento de Gobierno año 2011			
Objetivo²⁴	Producto²⁵	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula²⁶	Evaluación²⁷
Estado al desarrollo del sector Turismo	20.423		
Reforzar los programas de promoción de la imagen país en el exterior	Reforzar los programas de promoción de la imagen país en el exterior	Promoción de la actividad de la actividad turística	Cumplido
Invertir en nueva infraestructura física y digital para el turismo	Invertir en nueva infraestructura física y digital para el turismo	Promoción de la actividad de la actividad turística	Cumplido

Anexo 6: Informe Preliminar²⁸ de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas²⁹ (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012)

Programa / Institución: Vacaciones de la Tercera Edad y Giras de Estudio

Año Evaluación: 2012

Fecha del Informe:

Cuadro 11 Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas	
Compromiso	Cumplimiento
Revisar los criterios de selección (incluyendo ponderaciones asignadas y la metodología de cálculo del puntaje) de los destinos turísticos que pueden ser sujeto de atención de los programas.	Cumplido. Se revisó y actualizó el documento que contiene los criterios de selección de destinos en función del nuevo fin y propósito de Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio. En este sentido, se otorgó más importancia a la estacionalidad que presenta cada comuna/destino que desee participar. Para esto, se crea el índice de estacionalidad, herramienta de medición y comparación entre destinos. También, se mantiene como criterio la ocupabilidad de cada destino/comuna, dada por la tasa de ocupabilidad y calculada anualmente por Sernatur para todo el país. La mantención de este criterio tiene por objeto conocer la ocupación que tiene la oferta de alojamiento de un destino determinado y evaluarla en conjunto con el criterio de estacionalidad. A menos tasa de ocupabilidad, se entiende que un destino necesita más aporte de Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio, ya que existe una oferta no utilizada por la demanda turística, generando estacionalidad. Por último, se consideran los atractivos turísticos y la existencia de centros de atención de salud por considerarse elementos esenciales en el desarrollo turístico y en particular de Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio. Los criterios que no seguirán siendo considerados son: Capital social, infraestructura, transporte y tours, al considerarse de menor importancia su inclusión.
Eliminar las trabas a las repeticiones de viajes por una misma persona en el caso del programa Vacaciones Tercera Edad, e implementar sistemas de medición de estas repeticiones, no sólo dentro de cada temporada sino entre temporadas.	Cumplido. Las bases de licitación de Vacaciones Tercera Edad incluyen una cláusula que permite la repetición de los viajes a personas en una misma temporada. No obstante esta repetición está autorizada con alcance, ya que si una persona viaja en temporada baja, puede volver a viajar una vez más en temporada media y viceversa. La medida rige para todos los destinos disponibles en la temporada correspondiente. Actualmente las bases de licitación tipo y administrativas 2013 de Vacaciones Tercera Edad se encuentran en etapa de toma de razón por parte de la Contraloría General de la República.

²⁸ Se denomina preliminar porque el informe no incorpora la revisión ni calificación de los compromisos por DIPRES.

²⁹ Se refiere a programas/instituciones evaluadas en el marco del Programa de Evaluación que dirige DIPRES.

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2012

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión				Prioridad	Ponderador	% del ponderador obtenido	Cumple
			Etapas de Desarrollo o Estados de Avance							
			I	II	III	IV				
Marco Básico	Planificación / Control de Gestión	Descentralización	O				Mediana	10.00%	100	✓
		Equidad de Género	O				Menor	7.00%	100	✓
	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O				Alta	60.00%	100	✓
	Calidad de Atención de Usuarios	Sistema Seguridad de la Información				O	Menor	8.00%	100	✓
Marco de la Calidad	Gestión de la Calidad	Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001)		O			Mediana	15.00%	100	✓
Porcentaje Total de Cumplimiento :								100.00%		

Porcentaje de cumplimiento: 100%

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2012				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ³⁰	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ³¹	Incremento por Desempeño Colectivo ³²
Gabinete	19	4	100%	4%
Subdirección de Desarrollo	12	4	100%	4%
Subdirección de Estudios	16	4	100%	4%
Subdirección de Marketing	20	4	100%	4%
Fiscalía	6	4	100%	4%
Departamento de Administración y Finanzas	24	4	100%	4%
Departamento de Gestión y Desarrollo de las Personas	11	4	100%	4%
Unidad de Turismo Social	10	4	100%	4%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	10	4	100%	4%
Dirección Regional de Tarapacá	5	4	100%	4%

Dirección Regional de Antofagasta	9	4	100%	4%
Dirección Regional de Atacama	8	4	100%	4%
Dirección Regional de Coquimbo	8	4	100%	4%
Dirección Regional de Valparaíso	15	4	100%	4%
Dirección Regional de O'Higgins	9	4	100%	4%
Dirección Regional del Maule	8	4	100%	4%
Dirección Regional del Biobío	16	4	100%	4%
Dirección Regional de Araucanía	10	4	100%	4%
Dirección Regional de Los Ríos	13	4	100%	4%
Dirección Regional de Los Lagos	15	4	100%	4%
Dirección Regional de Aysén	9	4	100%	4%
Dirección Regional de Magallanes	13	4	100%	4%

Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional

No aplica.

Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales

No recibidos por el servicio durante el 2012.